WE MEAN POWER

TOOLKIT

With the support of:
Anna Lindh Foundation
EUROMED
Co-funded by the European Union

Editor: Armela (Bejko) Garipi

Yazar: Miranda Mansaku, Djana Djaloshi, Entela Pinguli, Enxhi Lipa

Özel Katkı: Müslim Kaçmaz, Mamoun Khreisat, Franja Bučar,
Raghda Medhat (ve tüm eğitimciler)

Yayıncı: Emar Design & Publicity 2021

Tasarım: Emar Design

Baskı: Seriprint Albania

Arnavutluk, 2021

WeMean Power, Anna Lindh Vakfı ve AB'nin desteğiyle yayınlanan The Invisible Forewomen Projesi çerçevesinde yayınlanan bir araç setidir. Bu girişim, beş kuruluştan oluşan bir konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır:
Udhetim i Lire-Liberi di Viaggiare (Albania);
URI MENA (Jordan);
Have a Dream (Egypt);
TEKMED (Turkey)
Association for Developing Voluntary Work Novo Mesto (Slovenia)

© *"Bu yayının içeriği Udhetim i Lire-Liberi di Viaggiare'nin sorumluluğundadır ve Anna Lindh Vakfı'nın veya Avrupa Birliği'nin konumunu yansıtmayabilir".*

TEŞEKKÜR:

Anna Lindh Vakfı ve Avrupa Birliği'nin desteği olmadan bu araç setinin yayınlanması mümkün olmayacaktı, bu nedenle güven ve fırsat için en derin şükranlarımızı sunuyoruz. AB ve Anna Lindh Vakfı'nın genç sesleri güçlendirme ve hareketlere öncülük etme çalışmalarına rehberlik eden değerlere ve ilkelere tamamen inanıyoruz ve bu nedenle bu değerleri ileriye taşımaya ve aşağıdakiler gibi küresel ve karmaşık bir sorunun çözümünün bir parçası olmaya güçlü bir şekilde kararlıyız. Kadınların güçlendirilmesi ve ekonomik ve sosyal entegrasyonları desteklendi.

Bu araç setinin geliştirilmesine tamamen bağlı olan ve katkıda bulunan ortak kuruluşlara da özel teşekkürler. İşbirliği bizim en büyük gücümüzdür, bu nedenle bu araç setinin tasarım sürecine birlikte katkıda bulunmaktan mutluluk duyuyoruz. Araç seti, konsorsiyum üyelerinin yerel topluluklarına hizmet etmek için oluşturulmuştur, ancak bu alanda çalışan diğer kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ve uzmanlarla sınırlı değildir.

Son olarak, bu projede öngörülen eğiticilerin eğitiminden sonra kadınlarla ve diğer duyarlı gruplarla çalışırken yerel mahallelerinde değişimi gerçekleştirecekleri için bu girişimin tüm katılımcılarına teşekkür etmek istiyoruz. Bu aracın ihtiyaçlarınıza en iyi şekilde uyacağına ve bu girişimin uygulama aşamasında ve sonrasında kullanılabilecek basit ve pratik alıştırmalar sağlayacağına inanıyoruz.

Son olarak, projede yer alan personele ve tüm aktörlere şükranlarımızı sunarız. Şaşırtıcı çalışma ve değerli katkıları için teşekkür ederiz!

Miranda Mansaku

Yönetici müdür

Udhëtim i Lirë – Liberi di Viaggiare

ÖNSÖZ:

Pandemi durumu, hükümetlerin, işletmelerin, sivil toplum kuruluşlarının ve diğer aktörlerin dikkatini sağlık ve ruh sağlığı gibi insanlığın çok temel ihtiyaçlarına çeviren küresel ölçekte beklenmedik bir olaydı. BM'nin "Covid-19'un Sosyal Etkisi" başlıklı makalesine dayanarak, pandemi durumu herkes için zor oldu, ancak en çok kötü koşullarda yaşayanlar, yaşlılar, engelliler, kadınlar gibi toplumun daha hassas kesimlerini etkiledi. Aynı zamanda, pandemi durumunun gerektiği gibi ele alınmaması halinde gelecekte derin eşitsizlik, sosyal dışlanma, ayrımcılık, işsizlik, ruh ve beden sağlığında bozulma gibi daha ciddi sorunlara yol açabileceğini belirtiyor. Bu gruplarla çalışmak bir görevden daha fazlasıdır.

Invisible Forewomen girişimi sadece Covid-19 çerçevesinde değil, aynı zamanda özellikle ekonomik anlamda topluma entegre olma fırsatı daha az olan insanlarla çalışmanın sürekli bir ihtiyacı olarak teşvik edildi. Our World in Data'nın 2017 yılı geç cinsiyet oranına göre dünyadaki kadın oranı %49,6'dır. Bununla birlikte, kadınlar karar alma, eğitim, siyaset, iş vb.hafife alınmıştır

WeMean Power Araç seti, daha çok kişisel ve beceri geliştirmeye odaklanan bu gruplar için faydalı bir araç olmayı hedefliyor. Yukarıda bahsedilen sorunları çözmenin tek yolunun eğitim ve güçlendirme olduğuna inanıyoruz. Araç setinin içeriği, okuyucu tarafından kullanılabilecek bilgi ve pratik alıştırmalarda adım adım büyüme sağlayacak şekilde tasarlanmıştır. Bu nedenle içerik aşağıdakilere odaklanmıştır:

- Kişisel ve Beceri Gelişimi
- İş Okuryazarlığı
- Sosyo-Kültürel Katılım
- Dijital okuryazarlık

Bu alanlara odaklanmak, kadınların ve gençlerin kapsamlı bir şekilde gelişmesini sağlayacak ve onları yerel topluluklarında değişim ve büyümenin aracıları haline getirecektir.

İçindekiler

Teşekkür: iii

Önsöz: iv

1. Araç Takımına Giriş 1

1.1 Neden bu araç seti?..... 2

1.2 Ortak Kuruluşlar 4

1.3 Temel Kavramlar 7

2. Ben, Kendim ve Ben 10

2.1 Kendimi Tanımak: Kadın Olmak 13

2.2 Kadınların Güçlenmesi için Temel Becerilerin Geliştirilmesi: Kişisel ve Yumuşak Beceriler.....17

2.3 Yetkilendirme: Becerilerim ve İş Arama 19

3. İş Okuryazarlığı 28

3.1 İş Çerçevesi 35

3.2 İyi Uygulamalar ve Fırsatlar 41

3.3 Pratik Araçlar 51

4. Sosyo-Kültürel Katılım 55

4.1 Kadınların sosyo-kültürel katılımının Rolü ve Önemi 57

4.2 Kadınların sosyo-kültürel katılım fırsatları 59

4.3 Pratik Araçlar 62

5. Dijital Okuryazarlık 66

5.1 Teknolojik Dönüşüme Karşı Kadınların Ekonomik Güçlenmesi 67

5.2 Teknoloji nasıl yardımcı olabilir? 70

5.3 Yararlı araçlar ve Uygulamalar 72

6. Referanslar 76

7. Ekler 78

1. Araç Setine Giriş

WeMean Power Araç Seti, Anna Lindh Vakfı tarafından desteklenen ve beş kuruluştan oluşan bir konsorsiyum tarafından uygulanan The Invisible Forewomen projesi çerçevesinde tasarlanmıştır: Udhetim i Lire-Liberi di Viaggiare (Albania); URI MENA (Jordan); Have a Dream (Egypt); TEKMED (Turkey) and Association for Developing Voluntary Work Novo Mesto (Slovenia).

Araç seti, bu projede yer alan "Eğiticilerin Eğitimi" aşamasında ana destekleyici belge kılavuzu olacağından amaç, bu girişimde yer alan ortak ülkeler için pratik bir rehber olmaktır. Bu materyal, marjinal gruplarla, özellikle kadınlarla ve onların ekonomik ve sosyal güçlenmeleriyle çalışan diğer aktörler ve kuruluşlar için erişilebilir olmak amacıyla altı ortak ülkenin web sitelerinde yayınlanacaktır.

Araç seti, temel kavramları ve konunun önemine ilişkin genel bir bakışı, yararlanıcıları kadınların toplumda yer almasının mevcut durumu hakkında bilgilendirmeyi ve okuyucu için ortak bir anlayış sağlamayı amaçlayan analitik bir yaklaşımla içerir. Araç setinde ayrıca, bu araç setinin içeriğine göre eğitim materyallerini hazırlayacak olan eğitmen ve koçların çalışmalarını kolaylaştırmak için basit ve pratik alıştırmalar ve etkinlikler yer almaktadır.

WeMean Power araç seti, özellikle kişisel gelişim ve eğitim yoluyla kadınların sosyo-ekonomik alanda güçlendirilmesi konusunda çok çeşitli tanımları, kavramları ve çok sayıda mevcut kaynağı içerdiği için bir referans materyali olarak da hizmet edebilir.

Bu araç seti, beş ortak ülkede yürütülen kadınların ihtiyaçlarının analizinin bir sonucu olarak oluştu. Hedef grubumuz için kapsamlı ve faydalı bir materyal tasarlamak amacıyla araç setinin hazırlık aşaması olarak ampirik bir çalışma yapılmıştır. Verileri toplamak için, olasılıklı örnekleme tekniğine dayalı olarak 5 ortak ülkeden 260 kadına çevrimiçi bir anket tasarlanmış ve dağıtılmıştır.

Sonuçlara dayalı olarak, WeMean Power Araç Seti, kendini geliştirme, iş okuryazarlığı ve girişimcilik becerileri, sosyo-ekonomik katılım fırsatları ve dahil etme ve ekonomik bağımsızlık için önemli bir beceri olarak dijital becerilerle mücadele eden dört ana bölümden oluşmaktadır. Bu dört bileşen, toplumlarında sosyo-ekonomik dışlanmadan muzdarip diğer kadınlar veya gruplar için de faydalı olabilir.

1.1 Neden bu araç seti?

Genel Amaç: Bu araç seti, yaygın eğitim ve kişisel gelişim yoluyla topluma sosyo-ekonomik katılımlarına ilişkin bilgileri ve şanslarını artırmayı amaçlayan marjinalleştirilmiş kadınlara dostça bir rehber olarak hizmet eder. Şunları hedefliyor:

• Kadınların güçlendirilmesi, sosyal içerme, kendini geliştirme, kendi kendine eğitim ile ilgili temel kavramları tanıtmak ve marjinal grupların topluma dahil edilmesinin önemini açıklamak

• Kapasitelerini artırmak ve becerilerini keşfetmek ve geliştirmek için eğitmenler, koçlar veya kadınların kendileri tarafından kullanılabilecek pratik araçlar ve faaliyetler sağlamak

Bu araç seti kimler içindir?

Bu araç seti, esas olarak kırsal ve uzak bölgelerden gelen kadınlar ve kızlar, düşük gelirli veya diğer aile üyelerinden ekonomik bağımsızlığı çekenler, şiddet veya istismara maruz kalan ve düşük eğitimli veya hiç eğitimi olmayan, reşit olmayan kadınlar ve kızlar içindir. Mülteci, Roman topluluğu veya diğer dini ırksal ve kültürel azınlıklar gibi bir topluluktaki farklı gruplara mensup anneler ve kadınlar veya kızlar içindir.

Sosyal bütünleşmede güçlük çeken ve toplumdaki statülerini yükseltmeyi hedefleyen bireyleri hedefler. Teorik yönü ve pratik araçları birleştirerek adım adım öğrenme sürecini sağlayacak ve kendini geliştirmeyi, kişisel gelişimi kolaylaştıracak ve okuyucunun mesleki becerilerini artıracaktır. Bu araç setine rastlarsanız ve yukarıda bahsedilen hedef gruplardan biriyseniz veya onlara ait birini tanıyorsanız, başvurmaktan veya paylaşmaktan çekinmeyin. Paylaşmak önemsemektir, bu yüzden bir akrabaya veya arkadaşa yardım etmek hiç bu kadar kolay olmamıştı!

Neden sosyal içerme ve ekonomik güçlendirme?

Kadınlar dünya nüfusunun önemli bir bölümünü oluşturmaktadır, ancak birçok ülkede, haklarını tam olarak elde etmek ve toplumda eşit muamele ve fırsatlardan yararlanmak için hala birçok sorunla karşılaşmaktadırlar. Bu ülkeler genellikle gelişmekte olan ülkeler veya sosyal ve politik kültürün esas olarak erkekleri desteklediği küçük ülkelerdir. The Invisible Forewomen'in partner ülkelerinin de yer aldığı bu grupta, kadınların durumu yıllar içinde değişse de daha yapılacak çok şey var. Sadece erkekler ve kadınlar arasında değil, aynı zamanda kentsel alanlarda yaşayan ve sosyo-ekonomik fırsatların daha düşük olduğu ve çoğu kadının hala sadece hane olarak kabul edildiği kırsal ve uzak bölgelerden gelen kadınlar arasında da büyük bir fark görülmektedir. Ayrıca, bu koşullarda yaşayan kadınlar, sosyal dışlanmaya ve şiddet, düşük eğitim, ekonomik bağımlılık, düşük gelir, düşük sosyo-kültürel katılım ve düşük yaşam kalitesi gibi sosyal sorunlara daha yatkındır.

Bu araç setinin tasarımı ve yayınlanmasından önce yaptığımız araştırmalardan yola çıkarak, Arnavutluk, Ürdün, Mısır, Türkiye ve Slovenya gibi 5 ortak ülkeden 260 kadının ihtiyaçlarını ve sorunlarını analiz ettik.

Her ülkenin kendine has özellikleri ve dinamikleri olsa da, görüşme yapılan kişiler söz konusu olduğunda hepsi ortak bir paydada buluşuyor. Ortak noktaları: düşük veya orta eğitim düzeyine sahip olmak, düşük gelirli işlerde çalışmak veya hane halkı olmak, toplumsal cinsiyet önyargıları, zihniyet veya aile sorunları nedeniyle sosyo-ekonomik hayattan dışlanmak, ekonomik ve dijital okuryazarlık konusunda çok az bilgiye sahip olmak ve az yumuşak ve sosyal becerilere sahip ve düşük düzeyde kendini geliştirme imkanı bulmaktadır.

Bu durumda, kadınların sosyo-ekonomik olarak güçlendirilmesini yalnızca kadınlara bireysel düzeyde ve ailelerinde hizmet eden bir süreç olarak değil, daha geniş toplumsal anlamda da uzun vadeli etkisi olan bir süreç olarak ele almayı seçiyoruz.

Kadınların küresel düzeyde ekonomik olarak güçlendirilmesine ilişkin BM gerçeklerine ve rakamlarına dayanarak, kadınların toplumların sosyal, kültürel ve ekonomik yaşamına dahil edilmesinin aşağıdaki gibi çeşitli faydaları vardır:

- Kadın haklarına saygı duyma ve eşitliği sağlama şansını artırın: iş piyasasına eşit katılmalarını, üretken kaynaklar üzerinde kontrol sahibi olmalarını, zamanlarını kontrol etmelerini sağlar, seslerini ve karar alma süreçlerine katılımlarını artırır.

- Ülkenin ekonomik büyümesinin GSYİH üzerinde doğrudan etkisi: Çalışan Kadın Endeksi 2021'e göre, OECD genelinde kadın istihdam oranlarının artırılması OECD Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'yı (GSYİH) 6 trilyon ABD Doları artırabilirken, cinsiyete dayalı ücret farkını kapatmak OECD'yi artırabilir GSYİH 2 trilyon ABD doları. (PWC, 2021)

- Eğitim yoluyla ekonomik büyüme

- Kadınların ekonomik eşitliği işletmeler için iyidir

Öte yandan, kadınların dışlanmasının bir ülkenin toplumu ve ekonomisi için birçok sonucu vardır.

• OECD'nin "Sosyal Kurumlarda Cinsiyete Dayalı Ayrımcılığın Ekonomik Maliyeti" başlıklı makalesine dayanarak, yan çizen kadınlar ekonomileri büyümekten ve gelişmekten alıkoyuyor. Kadınlara yönelik ayrımcılığın ve dışlanmanın maliyeti 12 trilyon ABD doları veya küresel ekonominin %16'sı.

• Ayrıca, cinsiyet ayrımcılığı ve kadınların sosyal dışlanması, düşük milli gelir seviyeleri ile bağlantılıdır. Sosyal Kurumlar ve Cinsiyet Endeksine (SIGI) göre, ana etki, kadınların işgücüne düşük katılım seviyelerinde ve düşük insan sermayesi gelişme seviyelerinde görülmektedir.

2 Ortak Kuruluşlar

- ANNA LINDH VAKFI

Anna Lindh Vakfı, The Indivisible Forewomen projesinin destekçisidir. Artan güvensizlik ve kutuplaşma karşısında kültürlerarası ve sivil toplum diyaloğunu teşvik etmek için Akdeniz'den çalışan uluslararası bir kuruluştur.

Vakıf 2004'te kuruldu ve İskenderiye Genel Merkezi 2005'te açıldı ve bu onları Avrupa Birliği ve onun Akdeniz Ortak ülkeleri tarafından ortaklaşa oluşturulan ilk ortak diyalog kurumu haline getirdi. Avrupa Komisyonu Başkanı Romano Prodi'nin "diyaloğu yeniden başlatmak ve bir medeniyetler çatışması riskini etkisiz hale getirmek için harekete geçmek" için siyasi girişimiyle oluşturuldu.

Başlangıçta "Kültürler Arası Diyalog için Avrupa-Akdeniz Vakfı" olarak adlandırılan Vakfa, 2003 yılında bir nefret suçu eyleminde suikaste kurban giden merhum İsveç Dışişleri Bakanı Anna Lindh'in adı verildi; Anna'nın Kuzey ve Güney arasında eşit ortaklığa ve çok taraflı ortaklık eylemine yaşam boyu bağlılığı, çalışmaları için yol gösterici bir ilke haline geldi.

Ülke: Mısır

Adres: Bibliotheca Alexandrina, İskenderiye, MISIR

Web sitesi: https://www.annalindhfoundation.org/

E-posta: info@annalindhfoundation.org

UDHËTIM I LIRË-LIBERI DI VIAGGIARE

Udhëtim i Lirë-Liberi di Viaggiare, The Invisible Forewomen projesinin lider ortağıdır. Haziran 2015'te kurulmuş olup, kâr amacı gütmeyen, bağımsız, sivil toplum, siyaset dışı, kâr amacı gütmeyen ve hedeflerine ulaşmak için çalışan herkese açık bir kuruluştur. Birkaç yıl önce kurulmuş olmasına rağmen, UiL-LdV bir faktör olmak için ciddi çaba sarf ediyor.Turizm gelişimi, tarihi değerlerin tanıtımı, miras ve kültür, yerel, teknoloji geliştirme, gençlik ve çevre koruma konularını vurgulayarak Durrës Bölgesi'nde sürdürülebilir ve olumlu bir değişim sağlamak. Dernek, Eylül 2019 tarihinden itibaren Belediye Meclisi kararı ile gençlerin yararına ve menfaatine kullanılabilecek bir mülk olarak Çok Amaçlı Gençlik Merkezi binasında gençlere yönelik faaliyetlerini yürütmektedir.

Ülke: Arnavutluk

Adres: Rruga Egnatia, Durrës

Web sitesi: https://udhetimilire.org/

E-posta: info@udhetimilire.org

URI MENA: UNITED RELIGIONS INITIATIVE-MIDDLE EAST& NORTH AFRICA

URI MENA, Ürdün'den proje ortağımızdır. Dini güdümlü şiddeti sona erdirmek ve kültürler yaratmak için kalıcı ve günlük dinler arası işbirliğini teşvik etmeyi amaçlayan kar amacı gütmeyen bir organizasyondur. Dünya ve tüm canlılar için barış, adalet ve şifa için çalışır. Misyonu, insanları dini ve kültürel farklılıklar arasında köprü kurmaya ve topluluklarının iyiliği için birlikte çalışmaya dahil ederek barış ve adaleti geliştirmektir. URI MENA, çatışma çözümü ve uzlaşma, çevresel sürdürülebilirlik, eğitim, kadın ve gençlik programları ve insan hakları savunuculuğu gibi alanlarda topluluk eylemine katılmak için İşbirliği Çemberleri adı verilen üye gruplarının ve kuruluşlarının kapasitesini geliştirerek misyonunu gerçekleştirir. BT, Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da 80'den fazla bağlı üye grubundan oluşan bir ağı destekler. Çeşitliliği hoş karşılar ve onurlandırırlar ve aynı zamanda din ve manevi yaşam yoluyla topluluk ve saygı oluşturmaya yönelik ortak bir hedefi paylaşırlar.

Ülke: Ürdün

Adres: General Kennedy Ave. San Francisco, ABD

Web sitesi: https://www.uri.org/region/middle-east-and-north-africa

E-posta: info@uri.org

HAVE A DREAM

Have a Dream, zengin seyahat deneyimlerinden ilham alan ve Mısırlı gençler için yeni fırsatlar yaratmak amacıyla ülkelerine geri dönen bir grup genç Mısırlı tarafından 2014 yılında kurulmuş bir Mısır Sosyal Girişimidir. Kuruluş, gençlik ve gençlerin kişisel gelişimine ve ait oldukları topluluklara fayda sağlayan zengin kültürler arası deneyimler hakkında iyi organize edilmiş programlar savunmayı amaçlamaktadır. Have a Dream, cinsiyet eşitliği, şiddetin önlenmesi, gençlerin gelişimi, sosyal içerme, çevre ve vahşi yaşam, eğitim, spor, sanat, müzik, kültür ve yaşam alanlarında proje ve girişimlerde bulunan 18-30 yaş arası 500 gönüllüden oluşan bir topluluğa sahiptir. Dünya Mirası. Ekip, zengin kültürel ve profesyonel geçmişe sahip kişilerden oluşmaktadır.

Ülke: Mısır

Adres: 28 Mahmoud Hassan, Merghany caddesi, Kahire, Mısır

Web sitesi: https://have-adream.com/

E-posta: info@have-dream.org

TEKMED: TOKAT EKONOMIK KALKINMA VE MESLEK EDINDIRME DERNEGI

TEKMED, Türkiye'den proje ortağımızdır. 2013 yılında gönüllüler, öğretmenler ve eğitmenler tarafından kurulmuştur. Tokat Ekonomik Kalkınma ve Mesleki Eğitim Derneği (TEKMED), mesleki ve teknik eğitimi desteklemekte ve gençlerin ve yetişkin profesyonellerin bilgi ve becerilerini geliştirmeyi istemektedir. Dernek, mekanik, elektronik ve yazılım uzmanlarını ve gençleri maket uçak, drone robot ve roket yarışmasına katılmaya teşvik ediyor.

Ayrıca, TEKMED'in yetenekli, öğrenmeye ve gelişmeye istekli işsiz gençlere yönelik kurslar ve eğitimler düzenler. Arıcılık, tarım ve yenilenebilir enerji alanlarında yatırımcılara teknik destek sağlar. Dernek, girişimcileri desteklemekte ve devlet teşviklerinden faydalanmalarına yardımcı olmaktadır. TEKMED ayrıca göçmenler veya sosyal hayata ve işgücü piyasasına entegre olma imkanları kısıtlı kişiler gibi diğer hassas grupları da desteklemektedir.

Ülke: Türkiye

Adres: Tokat

Web sitesi: www.tekmed.org.tr

E-posta: muslimkacmaz60@yandex.com

ASSOCIATION FOR DEVELOPING VOLUNTARY WORK NOVOMESTO

Društvo za razvijanje prostovoljnega dela Novo mesto (Gönüllü Çalışmayı Geliştirme Derneği Novo Mesto), sosyal bakım, gençlik ve kültür alanında kamu yararına çalışan bir Sloven sivil toplum ve insani yardım kuruluşudur. Misyonumuz, herkes için daha kapsayıcı ve açık bir topluma katkıda bulunmaktır. Bu nedenle, önde gelen iki programımız, sosyal olarak dışlanmış grupların dahil edilmesi ve STK geliştirme ve sivil diyaloğun teşvik edilmesi ile ilgilenmektedir. Bizim programlar dahilinde ki faaliyetler uzman ve gönüllü çalışmalarla gerçekleştirilmektedir. Dayanışma, hoşgörü, gönüllülük, aktif yaşam, temiz çevre, vatandaşlık bilinci ve kültürler arası diyalog değerlerini teşvik ediyoruz.

Ülke: Slovenya

Adres: Rozmanova ulica 30, 8000 Novo Mesto

Web sitesi: www.drpdnm.org

E-posta: mitja.bukovec@drpdnm.org

1.3 Temel Kavramlar

İş Okuryazarlığı: Şirketin finansal hedeflerini gerçekleştirmek için şirketin işi hakkında çalışanlar için iş, bilgi ve eğitim hakkında okuma ve yazma yeteneği.

Sivil toplum/sivil sektör: ortak çıkarları geliştirmek için bireysel ve toplu eylemler, örgütler ve kurumlar tarafından yaratılan aile, devlet ve piyasa dışındaki arena. İlke olarak, sivil toplumun örgütlü biçimleri, kendi seçmenlerine ve/veya lehtarlarına karşı sorumlu olmalıdır.

Dijital Okuryazarlık: Bilgi teknolojilerini ve interneti kullanarak içerik bulma, değerlendirme, kullanma, paylaşma ve oluşturma yeteneğidir. Dijital okuryazarlık, bireyin çeşitli dijital platformlarda yazarak ve diğer medya aracılığıyla bilgileri bulma, değerlendirme ve açık bir şekilde iletme yeteneğini ifade eder. Bireyin dilbilgisi, kompozisyon, yazma becerileri ve teknolojiyi kullanarak metin, görüntü, ses ve tasarım üretme yeteneği ile değerlendirilir.

Ekonomik Güçlendirme: Kadınların ve erkeklerin, katkılarının değerini kabul edecek, onurlarına saygı duyacak ve büyümenin faydalarının daha adil bir şekilde dağıtılmasında pazarlık yapmayı mümkün kılacak şekilde büyüme süreçlerine katılma, katkıda bulunma ve bunlardan yararlanma kapasitesidir. Ekonomik güçlendirme, kadınların işler, finansal hizmetler, mülk ve diğer üretken varlıklar, beceri geliştirme ve piyasa bilgileri (OECD) dahil olmak üzere ekonomik kaynaklara ve fırsatlara erişimini artırır.

Cinsiyet: Erkek ve kadın olmakla ilgili sosyal nitelikler ve fırsatlar ve kadınlarla erkekler ve kızlarla erkekler arasındaki ilişkiler ile kadın ve erkekler arasındaki ilişkilere atıfta bulunur. Bu nitelikler, fırsatlar ve ilişkiler sosyal olarak inşa edilir ve sosyalleşme süreçleri aracılığıyla öğrenilir.

Kişisel Gelişim: Her kişinin kendine özgü kişiliğini oluşturan organize davranış kalıplarının zaman içinde nasıl ortaya çıktığını ifade eder. Genetik, çevre, ebeveynlik ve toplumsal değişkenler dahil olmak üzere birçok faktör kişiliği etkiler. Belki de en önemlisi, zamanla kişiliği şekillendirmeye devam eden, tüm bu etkilerin süregelen etkileşimidir.

Kendi Kendine Eğitim: Gayri resmi öğrenme ile ilgili ancak ondan farklı olan kendi kendine öğrenmedir. Bir anlamda, oto didaktizm "kendi başınıza öğrenmek" veya "kendi başınıza öğrenmek"tir ve bir otodidakt kendi kendine öğretmendir. Oto didaktizm, düşünceye dalmış, özümseyen bir geçit törenidir. Hayat boyu öğrenmeyi ifade eder.

Beceri: Özellikle uyguladığınız için bir etkinliği iyi yapabilme yeteneği ve/veya eğitim ve deneyim yoluyla geliştirdiğiniz ve bir işte faydalı olan belirli bir yetenek ve/veya bir şeyi yapmak için özel bir yetenektir.

Sosyal İçerme: Kimlikleri temelinde dezavantajlı durumdaki kişilerin topluma katılma yeteneklerini, fırsatlarını ve itibarlarını geliştirmek. Bireylerin toplumlarının ekonomik, sosyal, politik ve kültürel yaşamına katılamadıklarında Sosyal Dışlanma.

Kültürel Katılım: UNESCO'nun kültürel istatistik el kitabından operasyonel tanım alınarak, kültürel katılım "bireyler için, kendi kültürel ve bilgisel kapasitelerini ve sermayelerini artırmanın bir yolunu temsil eden, kimliklerini tanımlamaya yardımcı olan herhangi bir etkinliğe katılım ve /veya kişisel ifadeye izin verir". Bu tür faaliyetler pek çok biçimde olabilir - hem sanat yaratmak, hatta kültürel bir organizasyon için gönüllü olmak gibi aktif, hem de film izlemek gibi pasif olmak üzere - ve internet de dahil olmak üzere çeşitli resmi veya gayri resmi kanallar aracılığıyla gerçekleşebilir.

Kapsayıcılık: İnsanların topluma aidiyet ve destek hissetmelerini sağlama uygulamasıdır. Kapsayıcılık evrensel bir insan hakkı olarak görülmektedir. Dahil etmenin amacı, ırk, cinsiyet, engellilik, tıbbi veya diğer ihtiyaçlardan bağımsız olarak tüm insanları kucaklamaktır. Eşit erişim ve fırsatlar vermek ve ayrımcılık ve hoşgörüsüzlükten kurtulmak (engellerin kaldırılması) ile ilgilidir. Kamu yaşamının tüm yönlerini etkiler.

Benlik saygısı: bir kişinin kendisine duyduğu saygı veya saygıdır. Kendine ilişkin olumlu duygulara sahip bir kişinin yüksek benlik saygısına sahip olduğu söylenir. Bununla birlikte, benlik saygısı, benlik hakkında genel bir duygunun yanı sıra çok özel alanlara da atıfta bulunabilir. Örneğin, bir kişi fiziksel çekicilik konusunda düşük benlik saygısına ve bir işi iyi yapma yeteneği konusunda yüksek benlik saygısına sahip olabilir.

Bana, Kendim ve Ben

WeMean Power Araç Seti

2. Bana, Kendim ve Ben

Bu bölüm çoğunlukla okuyucuyu kişisel gelişim süreci ve bunun neden önemli olduğu konusunda bilinçlendirmeye odaklanacaktır. Amaç, temel kavramları açıklayarak kadınları ve gençleri eğitim yoluyla güçlendirmek ve kendi potansiyellerini belirlemelerine yardımcı olmaktır. Bu bölüm ayrıca, hayata iki farklı yaklaşım sunduğu için, kişisel gelişim ve kendini geliştirme gibi iki ana kavram arasındaki farkı erteleyerek okuyucuya yardımcı olmayı amaçlamaktadır.

Kişisel gelişim, yaşam hedeflerinizi değerlendirmenize ve potansiyelinizi gerçekleştirmeye yönelik becerilerinizi geliştirmenize yardımcı olan, yaşam boyu süren bir süreçtir. Proaktif olmanızı ve eylemlerinizin sorumluluğunu üstlenmenizi sağlar. Hedefinize her zaman ulaşamayabilirsiniz, ancak amacınız tanımlandığı için daha tatmin edici bir yaşam sürüyorsunuz. Kişisel gelişim hayatta hem doyuma hem de başarıya katkıda bulunur. Bunlar, zaten sahip olduğunuz veya eğitim ve öğretim yoluyla kazandığınız özellikler ve niteliklerdir. Bazı yaygın kişisel gelişim becerileri şunlardır:

• İyi iletişim, düşüncelerinizi net ve güvenle iletmenizi sağlar

• İlişkiler kurmanıza ve sosyal durumlarda başkaları üzerinde bir izlenim bırakmanıza yardımcı olan kişilerarası beceriler

• Engellerle karşılaştığınızda en iyi çözümleri bulmanızı sağlayan problem çözme becerileri

• Beklenmedik durumlarda sakin kalmanın yanı sıra yeni şeylere hızlı ve kolay bir şekilde uyum sağlamanızı sağlayan uyum becerileri

• Başkalarına rehberlik etmenize yardımcı olan liderlik becerileri; morali yükseltir ve güven oluşturur

Kişisel Gelişimin Önemi

Kişisel gelişimin hedeflerine ulaşmak için daha çok çalışması gereken kişilere ayrıldığına dair yaygın bir yanılgı var. Gerçekte, en başarılı insanlar bile sürekli iyileştirme için çabalarlar. Beyninizin gelişmeye devam edebilmeniz için yeni bilgilere ihtiyacı var. Öğrenme sürekli bir süreçtir ve siz istemedikçe durmaz. Kişisel gelişim zaman alıcı olabilir ancak bu sürecin birçok avantajı vardır.

Kişisel Vizyona Netlik Sağlar: Kişisel gelişim, kişisel vizyonunuzu ve yaşam hedeflerinizi daha net tanımlamanıza yardımcı olur. Kendiniz için hedefler belirlediğinizde, bir plan oluşturmak ve bu hedeflere yönelik çalışmak daha kolay hale gelir.

Mevcut Becerileri İyileştirir: Öğrenme ve kişisel gelişim, kişisel gelişimin ayırt edici özellikleridir. Eğitim, öğretim ve rehberlik yoluyla geçmişteki hatalarınızdan ders alır ve zorlukların üstesinden gelirsiniz.

Gerçek Potansiyeli Belirlemeye Yardımcı Olur: Becerileriniz ve yetenekleriniz üzerinde ne kadar çok çalışırsanız, gizli potansiyelinizi o kadar çok keşfedersiniz. Bilginizi en iyi nasıl kullanacağınızı bildiğiniz için sınırlarınızı zorlamayı ve yeni şeyler keşfetmeyi öğrenirsiniz.

Motivasyonu ve Memnuniyeti Artırır: Kişisel gelişim, her şeyin kontrolünü elinize almanıza izin verdiği için güçlendiricidir. Sürekli iyileştirme olduğu için, kendinizi daha kendinden emin ve motive hissediyorsunuz. Verimliliğiniz artar ve performansınız size memnuniyet verir.

Daha Büyük Resme Odaklanmaya Yardımcı Olur: Eksiklerinizi kabul ettiğinizde, hatalarınızdan kendinizi sorumlu tutarsınız. Bu öz farkındalık düzeyi, büyük resme bakmanıza ve kontrolünüz dışındaki şeyler hakkında kendinizi hırpalamamanıza yardımcı olur.

Kendini Geliştirme Nedir?

'Kişisel gelişim' genellikle 'kendini geliştirme' ile birbirinin yerine kullanılır, ancak bunlar hayata iki farklı yaklaşımdır. İlki, yeni yetenekler geliştirmeye ve hayata yeni bir yön eklemeye odaklanır. İkincisi, zaten kişinin hayatının bir parçası olan şeyleri iyileştirmenin yollarına odaklanır. Her iki süreç de kişisel gelişim ile ilgilenir ve birbirini tamamlar ancak birbiriyle karıştırılmamalıdır. Kendini geliştirme, yaşamın çeşitli yönlerinde kendini geliştirmenin bilinçli bir sürecidir. Beceriler, yeterlilikler ve bilgi geliştirerek sürekli bir büyüme arayışıdır. Kendini geliştirmenin nihai hedefi, kendini gerçekleştiren bir insan olmaktır.

Süreç üç temel bileşen içerir:

Beceri Geliştirme: Kişisel ve kişilerarası etkililik olmak üzere iki beceri geliştirme süreci vardır. Kişilerarası beceriler, başkalarıyla nasıl etkileşim kurduğunuza ve ilişkiler geliştirdiğinize odaklanır. Hedef belirleme, zaman yönetimi, karar verme ve stres yönetimi gibi kişisel etkinlik becerileri size kişisel olarak fayda sağlar.

Zihinsel Koşullandırma: Zihinlerimizi oluşturma ve güçlendirme süreci zihinsel koşullanma olarak bilinir. Neyi başarmak istediğimizi görselleştirerek hedeflerimize odaklanabiliyoruz. Bu, olumlu bir odaklanmayı sürdürmeye, benlik imajını ve kendine güveni geliştirmeye yardımcı olur. Meditasyon, nefes egzersizleri ve gevşeme aktiviteleri gibi bazı zihinsel koşullandırma tekniklerinin konsantrasyonu artırmada ve performansı iyileştirmede faydalı olduğu kanıtlanmıştır.

Alışkanlık Oluşturma: Bir alışkanlık, genellikle otomatik ve niyetsiz olan rutin davranışlara veya eğilimlere atıfta bulunur. Alışkanlıklardan kurtulmak zor ama imkansız değil. Hayatlarımızı daha zengin hale getirmek için yeni alışkanlıklar yaratabilir ve olumlu değişiklikler getirebiliriz.

Kişisel Gelişim Nedir?

Kişisel veya kişisel gelişim, hem kişisel hem de kişisel gelişimin sonucudur. Bu, sizi ilk etapta kendini geliştirmeye yönelik çalışmaya motive eden kişi olma sürecidir. Meslekten olmayanların terimleriyle, kişisel gelişim, yaşamdaki fiziksel, duygusal, entelektüel, sosyal, ruhsal ve finansal durumunuzu iyileştirmeye yönelik dönüşümsel bir adımdır. Kişisel gelişime yatırım yapmaya başlamadan önce kendinize sorabileceğiniz bazı sorular: Bugün ne için minnettarım? Hayatta ne elde etmek istiyorum? Korktuğum şeyler neler? Korkularımla nasıl yüzleşirim? Onsuz yaşayamayacağım tek şey nedir?

Neden Kişisel Gelişim Üzerinde Çalışmalısınız?

Bireysel gelişim üzerinde çalıştığınızda, aksilikleri etkili bir şekilde ele alabilir ve önleyebilirsiniz. Aktif olarak kendi kendine büyümeyi sürdürenlerin yararlandığı bazı avantajlar:

• Arkadaşlarınız, aileniz, iş arkadaşlarınız ve hatta kendinizle olan ilişkiler hayatın temelidir. İyi sosyal ve ağ kurma becerileri, daha sağlıklı ilişkiler kurmanıza yardımcı olacaktır. Örneğin, işyerinde çatışmalarla karşılaşırsanız, onlardan kaçınmak yerine onları ele alırsınız.

• Duygularınızı, düşüncelerinizi ve davranışlarınızı düzenlemeyi öğrenirsiniz, böylece öz denetimi güçlendirirsiniz. Gerçekleri ve görüşleri ayırt etmeye başlarsınız. Yeni alışkanlıklar edinirsiniz ve ayartmalar ve dürtüler tarafından kolayca dikkatiniz dağılmaz.

• Hayat, hiç beklemediğimiz bir anda bize eğri toplar fırlatır. Zorlukların üstesinden gelmeye ve zorluklara meydan okumaya yönelik tutarlı çabalar sizi daha dirençli kılar. Hatalarınızı aşabilir ve her soruna objektif olarak bakabilirsiniz. Gelişmiş öz farkındalık ve duygusal zeka var.

• Sağlıklı ilişkiler, daha iyi kendi kendini kontrol etme ve sağlıkla ilişkili iyileştirmeler, başarı için uygun ortamlar yaratır. Kendiniz için kilometre taşları oluşturmayı ve başarıyı tanımlamayı öğreniyorsunuz. Ne de olsa başarı, işinizde ve yaşamınızda anlam bularak ölçülür.

Profesyonel Gelişim için Kişisel Gelişim

Sıkça İletişim Kurun:	Buzu kırmak ve meslektaşlarınızla bir ilişki kurmak için iletişim şarttır. İş arkadaşlarınıza konuşmaya ve sağlıklı tartışmalara açık olduğunuzu gösterin. Birisi mevcut inanç ve görüşlerinize meydan okuduğunda, dikkatlice dinleyin ve saygıyla karşı çıkın.
Geri Bildirime Açık Olun	Dürüst ve yapıcı geri bildirim almak, kariyerinizde gelişmenin en iyi yollarından biridir. İster ekip lideri ister ekip üyesi olun, akranlarınızdan geri bildirim sağladığınızdan ve aldığınızdan emin olun. Performansınız ve ilerlemeniz konusunda netlik kazanacaksınız.
Ekiplerde Çalışın:	Ekip çalışması ve diğer departmanlarla işbirliği söz konusu olduğunda proaktif olun. Farklı bakış açıları, yeni öğrenme deneyimlerine yol açar. Ayrıca, ortak hedefleri ve zaman çizelgelerini paylaşıp tartıştığınızda daha üretken olmaya teşvik edilirsiniz.
Eğitim Oturumlarına Katılın	Yetkinliklerinizdeki boşluklardan dolayı performansınızın etkilendiğini düşünüyorsanız, eğitim programlarına açık olun. Ortaya çıkan iş taleplerini yakalamak için her zaman beceri kazanabilirsiniz. Ayrıca, işvereniniz, organizasyonel hedeflere ulaşmak için gösterdiğiniz ek çabaları takdir edecektir.

2.1 Kendimi Tanımak: Kadın Olmak

Kişinin kendini tanıması öncelikle genel olarak nasıl davrandığımıza ve düşündüğümüze odaklanır. İçsel ve dışsal benliğimizle (tutum ve görünüşümüzle) ilgilenir.

Aşağıdakiler aracılığıyla kişi kendini tanıyabilir:

-**Yetenek (yeteneklerimiz):** Yeteneklerimiz, Allah vergisi potansiyellerimize atıfta bulunur. Allah vergisi potansiyeller, doğuştan sahip olduğumuz armağanlardır ve diğer insanlar için zor olan görevleri ve faaliyetleri gerçekleştirmek için kolayca kullanılabilirler. Örnek, çizim yapmak, şarkı söylemek, dans etmek, futbol oynamak, basketbol oynamak vb.

-Güçlü ve zayıf yönlerimiz (yeteneklerimiz ve eksikliklerimiz): Sevdiğimiz şeyler en sevdiğimiz, sevmediğimiz şeyler ise sevmediğimiz şeylerdir. Bunları bilmek iyi ve kötü yanlarımızı bilmemize yardımcı olur.

-Beğenilenler ve hoşlanmayanlar: Bu, fiziksel bedenlerimizin nasıl göründüğüyle ilgilidir, yani açık, şişman, ince, esmer vb.

-Fiziksel görünüm (beden görünüşümüz): Yeteneklerimiz ve eksikliklerimiz kişinin sahip olduğu becerilerle ilgilidir. Kendinize inanmak, becerilerinizi ve neleri verimli bir şekilde yapamayacağınızı bilmenize yardımcı olan bir erdemdir.

Kendini Bilmenin Önemi

Karar vermemizde bize yardımcı olur: Hayatta doğru karar vermemize yardımcı olur. Böylece, sayılar açısından ne kadar iyi olduğunuzu tespit ederseniz, kariyer olarak muhasebeye girmeye karar verebilirsiniz.

• **Diğer insanları takdir etmek**: Kendinizi tanımak, eksikliklerinizi görmenize yardımcı olur, örnekler sabırsızlık, huysuzluk, gurur vb. Bu, bu tür özelliklere sahip diğer insanları anlamanıza yardımcı olacaktır.

• **Zayıf yönlerimizi bilmek**: Zayıf yönlerimizi, yani pek iyi olmadığımızı belirlediğimizde, bu, başkalarıyla daha iyi ilişki kurmamıza yardımcı olur. Zayıf noktamız kibir, tembellik, sahtekârlık vb. olabilir.

• **Kendinizi anlayın:** Bu bize kim olduğumuzu söyler ve kendimizi kabul etmemizi sağlar. Bu, biz kendimize inandığımızda ve anladığımızda diğer insanların da bize inanmasına yardımcı olur.

Alıştırma 1: Benim Yerime Konuşmak

AMAÇLAR	
✓ Kadınların düşüncelerini ifade etmelerini ve duygularını, arzularını ve kişisel kaygılarını keşfetmelerini desteklemek.	
✓ Kadınların ifadelerinden yola çıkarak kendilerini daha iyi anlamalarına yardımcı olmak.	
✓ Eğitim etkisini ölçmek için.	
ADIM ADIM UYGULAMA	
Kolaylaştırıcı, çalışma kağıdını dağıtır ve katılımcılardan 16 açık ifadeyi kendiliğinden bitirmelerini ister. İlgileniyoruz: ● Katılımcılara, kendisi hakkında şimdiye kadar keşfetmemiş olabileceği şeyleri fark ederek yazarak kendini ifade etme şansı vermek. ● Katılımcıların düşüncelerini ifade etmelerini ve duygularını, arzularını ve kişisel endişelerini keşfetmelerini sağlamak. Tüm bu fikirler, iş aramalarında kendileri için neyin önemli olduğunu tanımlamalarına yardımcı olacaktır. Kolaylaştırıcı, önerileri mümkün olduğunca çabuk doldurmanın, akla gelen ilk düşünceyi yazmanın önemli olduğunu ve doğru ya da yanlış cevap olmadığını açıklar. 15 dakika sonra kolaylaştırıcı, katılımcıları ifadelerini paylaşmaya ve kendileri için en önemli olduğunu düşündükleri noktaları vurgulamaya davet eder. Lütfen bu aracın, eğitim etkisini ve etkiyi ölçmek için bir eğitim programının başında veya sonunda hem bireysel hem de grup danışma oturumlarında kullanılabileceğini unutmayın..	
Süre:	30 Dakika
Materyaller	Bildiri (Ek I)

Alıştırma 2: Hakkımda Çalışma Sayfası

AMAÇLAR
✓ Kadınların kendilerini analiz etmelerine, niteliklerinin ve değerlerinin daha iyi farkına varmalarına yardımcı olmak
✓ Kadınların söylemlerinden ve yaşam olaylarından yola çıkarak kendilerini daha iyi anlayarak daha yüksek bir benlik saygısı kazanmalarına yardımcı olmak.
Takip Eden Cümleleri Tamamlayın:
Şu durumlarda gerçekten mutluydum:
Arkadaşlarımın benim hakkımda beğendiği bir şey:
Çok gurur duyuyorum:
Ailem benimle çok mutluydu:
Okul/iş/günlük yaşamda, şu konularda çok iyiyim:
Beni gerçekten benzersiz yapan bir şey:
ADIM ADIM UYGULAMA
Kolaylaştırıcı, çalışma kağıdını dağıtır ve katılımcılardan kendi kendine analiz ve beyin fırtınası yoluyla tablodaki cümleleri spontane bir şekilde bitirmelerini ister. Amaç: ● Katılımcılara, kendisi hakkında şimdiye kadar keşfetmemiş olabileceği şeyleri fark ederek yazarak kendilerini ifade etme şansı vermek. ● Katılımcıların düşüncelerini ifade etmelerini ve duyguları, arzuları ve kişisel endişeleri keşfetmelerini sağlamak. Eğitmen veya kolaylaştırıcı, önerileri mümkün olduğunca çabuk doldurmanın, akla gelen ilk düşünceyi yazmanın anahtar olduğunu ve doğru veya yanlış cevap olmadığını açıklar. 15 dakika sonra kolaylaştırıcı, katılımcıları ifadelerini paylaşmaya ve kendileri için en önemli olduğunu düşündükleri noktaları vurgulamaya davet eder,
Süre: 20 dakika

Alıştırma 3: Başarı Ağacı

AMAÇLAR	
✓ Kadınların deneyimlerinden yola çıkarak yetkinlikleri belirlemek ve bunlara değer vermek ve her kadının durumunda tekrarlanan bu yetkinlikleri, onların anahtar, "sabitleme" yetkinlikleri olarak fark etmek.	
✓ Kendi kapasite ve güçlerinden kaynaklanan başarıları kendi başarıları olarak etiketlemek.	
ADIM ADIM UYGULAMA	
Bölüm I "Başarı"nın anlamı üzerine düşünmek	1. Kolaylaştırıcı, kadınlardan sınıfta bir U oluşturarak oturmalarını ister ve başarının onlar için ne anlama geldiği konusunda tartışmaya başlar. Kolaylaştırıcı, onların yansımalarına yardımcı olmak ve teşvik etmek için destek materyallerini video olarak kullanabilir (örneğin, herhangi bir alanda bir takım başarısının, bireysel bir başarının videosu: boş zaman, ev, spor, iş vb.). 2. Kadınlardan başarıyı tanımlamak için bazı anahtar kelimeleri seslendirmeleri istenir. Kolaylaştırıcı bunları tahtaya yazar. Kişisel başarı, yerine getirme, hedef, meydan okuma, çaba vb. kelimeler dahil edilmemişse, kolaylaştırıcı bunları tahtaya ekleyecektir.
Bölüm II Başarı ağacımızın çizilmesi	1. Kolaylaştırıcı kadınlardan hayatlarının 3 başarılı deneyimini hatırlamalarını ve tanımalarını ister. Kadınlar, "Benim için önemli bir şey başardım" ifadesine uyan üç başarılı deneyim seçecekler. 2. Kolaylaştırıcı kadınlardan "Başarı Ağacı" çizmelerini ister. Süreci kolaylaştırmak için kolaylaştırıcı, örnek olarak tahtaya bir ağaç çizebilir. Dallar başarıları temsil eder. Dalların meyveleri, deneyimle elde edilen faydaları temsil edecek ve ağacın gövdesi, başarıya ulaşmaya katkıda bulunan beceri veya yetenekleri temsil edecektir. Kökler, bilgi ve tutum açısından başarıya ulaşmak için vazgeçilmez olanı temsil edecektir. Ağaç serbestçe çizilebilir, ancak her biri bir başarıyı temsil eden 3 dalı olması gerekir. Kolaylaştırıcı, kadınları fikirlerini geliştirme ve organize etme süreçleri boyunca destekleyecektir.
Bölüm III Başarı Ağacının Paylaşılması	1. Tüm kadınlar "başarı ağacını" bitirdikten sonra, bunu gruba sunmak için tek tek 5 dakikaları olacak. Kolaylaştırıcı, bu ağaçların canlı olduğunu ve büyüyebileceğini ve yeni deneyimlerle beslenebileceğini açıklayacaktır. 2. Grup ağaçlar hakkında sorular sorabilir. Her hikayede duydukları beceri ve bilgilere dikkat etmelidirler. Geri bildirim alan kadın dikkatle dinler ve bilgisi ile ilgili herhangi bir olumlu yorumu reddetmez, tutumlar ve yetenekler. Hangi güçlü yönlerini kabul etmek istediğine karar vermek ve kimliğinin ve kendini tanımlamasının bir parçası haline getirmek için geri bildirimi kullanabilir. 3. Kolaylaştırıcı, belirli bir ağaçta bazı yetenekler, bilgiler ve yeterlilikler birkaç kez göründüğünde, bu unsurların bu kadının "çıpası" olduğu anlamına geldiğini ve onların yeterliliklerini geliştirmelerine yardımcı olacaklarını açıklayarak kadınları güçlendirecektir. 4. Aktiviteleri bitirmek için kadınların bir, iki veya üç başarılı deneyim seçmesi ve "Başarı için yeterliliklerim…" yazması gerekir. Sayfanın ortasına, başarı deneyimini ve çevresine de bu başarıya ulaşmakla ilgili yetkinlikleri eklemeleri gerekir.
MALZEMELER	Karton, tükenmez kalem, renkli kalemler, post-it notlar, karatahta.

2.2 Kadınların Güçlenmesi için Temel Becerilerin Geliştirilmesi: Kişisel ve Sosyal Beceriler

Küresel ekonomide köklü değişiklikler yaşanırken, kalkınma aktörlerinin yeni katılımcılar olarak işgücüne katılan kadınların bu değişikliklere hızla uyum sağlayabilmelerini ve değişim rüzgarlarında yeni buldukları ekonomik özgürlüklerini sürdürebilmelerini sağlamaları gerekiyor. Bu nedenle, makinelerle kolayca değiştirilemeyecek ve yirmi birinci yüzyılın ekonomisi için vazgeçilmez olacak becerilerin geliştirilmesine öncelik verilmesi hayati önem taşımaktadır.

Becerilerinizi geliştirirken 2 grup beceriyi göz önünde bulundurmalısınız:

Zor beceriler: Herhangi bir özel görevle ilgili beceriler; genellikle kolayca ölçülebilirler. Bir konuda yeterlilik, sertifika ve teknik beceriler gibi bilgiye dayalı olma eğilimindedirler. İspanyolcada akıcılık, XYZ yazılımında, grafik tasarımda ve programlamada beceriler, hepsi zor becerilerdir.

Yumuşak beceriler: İletişim, liderlik, zaman yönetimi, stres yönetimi, karar verme, uyum sağlama, zorluklarla başa çıkma yeteneği ve ağ oluşturma gibi kişilikle ilgili ve aktarılabilir olma eğiliminde olan beceriler.

Yumuşak Beceriler, bir kişinin yaşamın günlük zorluklarıyla başarılı bir şekilde yüzleşmesi ve buna olumlu şekilde uyum sağlaması için sahip olması gereken beceriler dizisidir. Bu, bir bireyin yaşam zorluklarını daha etkili bir şekilde ele alması için kendine güveni geliştirecektir. Yumuşak becerilerle ilgili daha net bir resmi görselleştirmek için birkaç tanıma bakmalıyız:

• Yumuşak beceriler, insanların bilinçsizce ve rutin olarak sergilediği davranış ve özelliklerdir (Daytona Beach Community College)

• İşyerinde başarı için sosyal becerilerin katkısı %85 ve teknik becerilerin katkısı %15'tir.

• Sosyal beceriler uygulama ve deneyim yoluyla öğrenilir (DDI International)

• Sosyal beceriler, size verimli bir hizmet sunmak için teknik beceriler kazandırırken, mesleğinizde sizi daha yükseğe taşıyacaktır.

Bu bölüm, yaşamdaki zorlukların üstesinden gelmek için hayati önem taşıyan birkaç önemli yumuşak becerileri tanıtacaktır. Yumuşak becerilerin önemini katılımcılarla tartışın. Fikirlerini düzenli bir şekilde düzenleyin. Daha sonra aşağıdaki başlıklar altında tartışınız ve önemini vurgulayınız.

Sosyal becerilerin önemi: Sosyal beceriler, kişilerarası ilişkiler kurmamıza ve sürdürmemize, anlamlı/uygun kararlar vermemize, Etkili İletişim, mesleki gelişimi etkileme ve etkili, verimli ve daha yüksek performans için bize yardımcı olur.

Bazı yumuşak beceriler şunları içerir:

• Olumlu davranış

• İletişim

• Uyarlanabilirlik

• Zaman ve Enerji Yönetimi

• İş ahlakı

• Problem Çözme ve Analitik Düşünme

• Takım Çalışması 8. Liderlik

Yumuşak beceriler nasıl ölçülür?

Doğaları nedeniyle, yumuşak becerilerin ölçülmesi çok zordur. Sadece üç seviye kullanarak çok basit bir yaklaşım kullandık:

• **Gelişen** = becerileriniz gelişmeye başlıyor.

• **Konsolidasyon** = pratik yapıyor ve becerilerinizi geliştiriyorsunuz, ancak henüz tam olarak orada değilsiniz.

• **Yerleşik** = becerileriniz iyi gelişmiştir ve işleri doğal olarak nasıl yaptığınızın bir parçası haline gelmiştir.

Seviyenizi anlamak için, yumuşak becerinin on yönünü şu anda ne kadar iyi uyguladığınızı düşünmeniz istenecektir. On sorunun her biri için, aşağıdaki puanlardan birine karşı uyguladığınız mevcut beceri düzeyini dikkate alacaksınız:

1. Asla – Bununla mücadele ediyorum

2. Neredeyse hiç

3. Bazen

4. Genellikle, ancak her zaman değil

5. Her zaman – sorun değil

Pratik Alıştırmalar

Faaliyet 1: Beceriler ve Nitelikler Değerlendirme Kutusu.

AMAÇLAR
✓ Katılımcıların, eğitimden sonra bunları karşılaştırmak için mevcut beceri ve niteliklerini değerlendirmelerine yardımcı olmak
✓ Katılımcının eleştirel düşünme, öz yansıtma ve öz değerlendirme geliştirmesine yardımcı olmak
ADIM ADIM UYGULAMA
Adım 1: Egzersizi katılımcılara açıklayın. Tüm çalışma notlarına dikkatlice bakmalarını ve kendileri için geçerli olan puanlar için kutuları doldurmalarını isteyin.
2. Adım: 15 dakika sonra, seçimleri hakkında tartışmalarını ve tartışmalarını isteyin.
Süre: 30 dakika
Materyaller: Bildiriler (Ek 3)

2. Etkinlik: Kendi Kendini Analiz Etme

AMAÇLAR
✓ Katılımcıların, eğitimden sonra bunları karşılaştırmak için mevcut beceri ve niteliklerini değerlendirmelerine yardımcı olmak
✓ Katılımcının eleştirel düşünme, öz yansıtma ve öz değerlendirme geliştirmesine yardımcı olmak
ADIM ADIM UYGULAMA
Adım 1: Egzersizi katılımcılara açıklayın. Tüm çalışma notlarına dikkatlice bakmalarını ve kendileri için geçerli olan puanlar için kutuları doldurmalarını isteyin.
2. Adım: 15 dakika sonra, seçimleri hakkında tartışmalarını ve tartışmalarını isteyin.
Süre: 30 dakika
Materyaller: Bildiriler (Ek 4

2.3 Yetkilendirme: Becerilerim ve İş Arama

Teknolojinin yükselen rolü, iklim değişikliği, demografik değişimler, kentleşme ve değer zincirlerinin küreselleşmesi gibi küresel mega trendler, işin doğasını ve beceri taleplerini değiştiriyor. Kadınların ekonomik katılımı ve güçlendirilmesi, kadın haklarının güçlendirilmesi ve yaşamları üzerinde kontrol sahibi olmalarını ve toplumda etki sahibi olmalarını sağlamak için esastır. Kadınların ekonomik olarak güçlendirilmesi, sürdürülebilir kalkınma için bir ön koşuldur. Cinsiyet eşitliği ve güçlendirilmiş kadınlar, kalkınma çabalarını çoğaltmak için katalizörlerdir.

21. yüzyıl işgücü piyasasında başarılı olmak için aşağıdakilerden oluşan kapsamlı bir beceri setine ihtiyaç vardır:

1. Karmaşık fikirleri anlama, çevreye etkili bir şekilde uyum sağlama, deneyimlerden öğrenme ve akıl yürütme yeteneğini kapsayan bilişsel beceriler. Temel okuryazarlık ve aritmetik ile yaratıcılık, eleştirel düşünme ve problem çözme bilişsel becerilerdir.

2. Kişilerarası ve sosyal durumlarda etkili bir şekilde gezinme yeteneğini tanımlayan ve liderlik, takım çalışması, öz kontrol ve cesareti içeren sosyo-duygusal beceriler.

3. Gerekli malzemelere, araçlara veya teknolojilere hakimiyet dahil olmak üzere, belirli bir görevi gerçekleştirmek için ihtiyaç duyulan edinilmiş bilgi, uzmanlık ve etkileşimlere atıfta bulunan teknik beceriler.

4. Çapraz kesişen ve yukarıdaki becerilerin hepsinden yararlanan ve bilgiye güvenli ve uygun bir şekilde erişme, yönetme, anlama, entegre etme, iletişim kurma, değerlendirme ve oluşturma yeteneğini tanımlayan dijital beceriler.

Nerede iş bulabiliriz?

• Kulaktan kulağa: arkadaşlardan, aileden, eski meslektaşlardan, profesyonel bağlantılardan vb.

• Gazete: istihdam bölümü, reklamlar

• Radyo ve Televizyon Anonsları

• İş İlanları/Bültenler

• İş Yerleri İnterneti: Google; Facebook; Merhaba İşler,

• Devlet kurumları

• Sivil toplum kuruluşları, özellikle gençlerin gelişimine odaklananlar

• İşe alım ajansları

• Ağ kurma: bilgilendirici görüşmeler, çalışmak istediğiniz alanda tanıdığınız kişilerle ağ kurma, gönüllülük vb.

İş arama stratejileri ve becerileri üç bölüme ayrılabilir:

1. İş bulma şansınızı artırmak için atabileceğiniz pratik adımlar

2. İş arayanların görüşme şansını artırmak için kullanabileceği araçlar ve püf noktaları

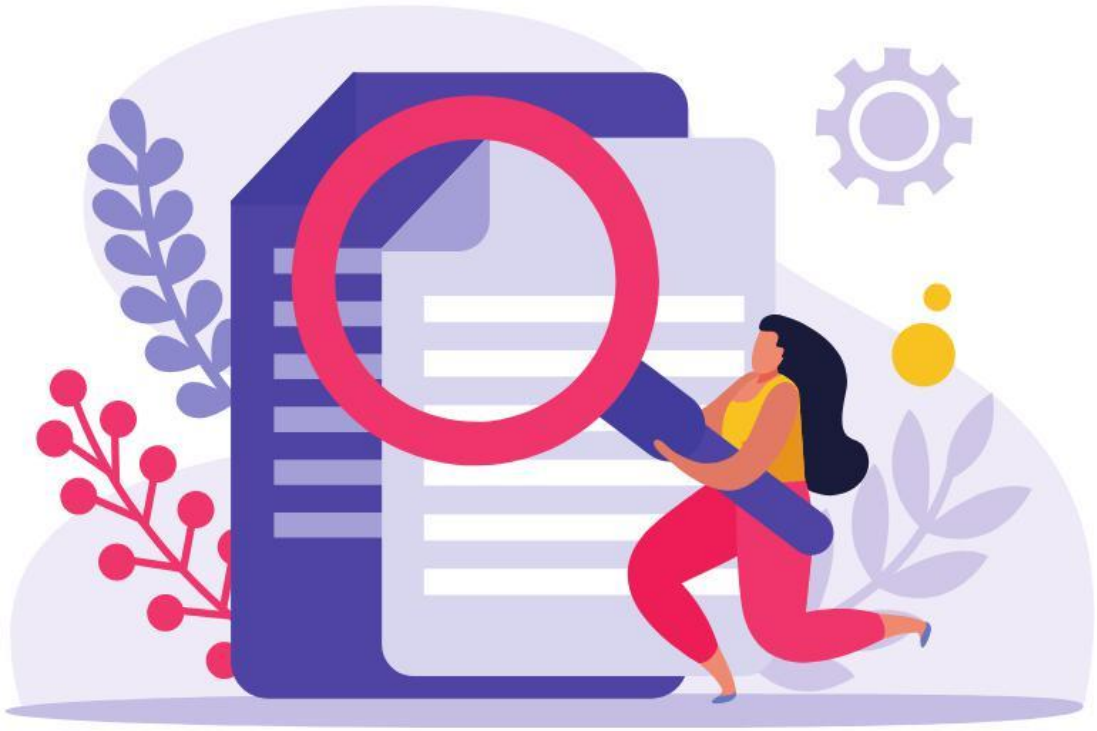
3. Süreci güçlendirmeye ve devam ettirmeye yardımcı olabilecek olumlu psikolojik tutumlar ve bakış açıları.

İş arama stratejilerini ve becerilerini dört bölüme ayırdık: geleneksel arama becerileri, modern arama becerileri, kendini geliştirme becerileri ve tutum.

1. Geleneksel İş Arama Becerileri

Başarılı bir iş aramanın temeli geleneksel becerilerle başlar. Bunlar, İnternet, anında iletişim ve çevrimiçi profillerin ortaya çıkmasından önce var olan becerilerdir.

Gazeteleri taramaktan, telefonu kullanmaktan, işyerlerine iki ayağınızla girmekten ve genellikle iş bulmak için katı bir amaç duygusuna sahip olmaktan ibarettir. Bu modern zamanlarda bu becerileri uygulamanızın neden önemli olduğunu merak ediyor olabilirsiniz. Kısacası: çünkü hala çalışıyorlar ve işe alım yöneticileri üzerinde güçlü bir izlenim bırakıyorlar.



Bir kişinin iş aramaya nasıl başlayacağı aşağıda açıklanmıştır:

Gazeteleri Tarayın	İstihdam için gazete sınıflandırılmış iş ilanlarını taramak, iş bulmak için hala önemli bir yöntemdir. Tüm kuruluş sahipleri web konusunda bilgili değildir ve olmaları da gerekmez. Birçoğu daha eski ve daha gelenekseldir - bu nedenle yerel gazetenizdeki ilanlar iş bölümü hala incelemeye değer. • Bir kalem alın ve size uygun görünen işleri daire içine alın • Maaş derecenizin altında olan işleri seçin. Şanssız olmanız ihtimaline karşı, çok seçici olmayın, geniş bir ağ atın. • Maaş derecenizin üzerinde olan işleri seçin. Kendinizi şaşırtabilir ve hayal ettiğinizden daha iyi bir konuma gelebilirsiniz. • Bir telefon numarası varsa, onları doğrudan arayın. Ekli bir e-posta olsa bile. • Verilen e-posta adresi aracılığıyla bir özgeçmiş ve kapak mektubu gönderin
Telefonla Arama	Soğuk arama, soğuk bir havuza atlamak kadar zevklidir. Kimse bundan gerçekten hoşlanmaz, ancak kaçırılmayacak kadar çok fırsat yaratabilir. Soğuk aramanın faydaları şunlardır: Belirsiz ise başvuru sürecini netleştirebilirsiniz. • Şirket yeni çalışanları işe almaya karar verdiyse, ilk sırada olabilirsiniz. • Kendinden emin bir soğuk aramayla şaşırması muhtemel olan işe alım müdürü üzerinde güçlü bir izlenim bırakacaksınız. • İstediğiniz herhangi bir şirketi, özellikle de size hayalinizdeki işi verebilecek olanları soğuk arayabilirsiniz. • Telefona güvenle konuştuğunuzdan emin olun. Eğer kulağa uysal geliyorsanız, olumsuz bir izlenim bırakabilirsiniz.
Ayaklar	İstihdam hakkında soru sormak için bir işyerine girmek, bundan daha fazla sinir bozucudur. Soğuk arama, ancak potansiyel daha da büyük. Başarılı bir ziyaret sağlamak için bu adımları atın. Akıllı bir izlenim bırakmak için giyin • Özgeçmişinizin ve ön yazınızın kopyalarını getirin • Araştırmanızı yapın ve işe alım müdürüyle kendi adıyla konuşmayı isteyin. • İçeri girmeden önce şirket hakkında araştırma yaptığınızdan emin olun. Nitelikli ve şanslıysanız, hemen mülakata girme ihtimaliniz var. Bir kuruluşa amacını ve varoluş nedenini bilmeden girdiğiniz için kekelemek ve aptal görünmek istemezsiniz!
Ağınızdan Yararlanın	Başarılı insanların 1 numaralı özelliğinin başkalarından yardım istemek olduğunu biliyor muydunuz? Birçok insan yardım isteyerek başkalarını "rahatsız etmekten" korkar. Gerçek şu ki, ciddi bir zaman taahhüdü istemediğiniz sürece insanlar genellikle yardımcı olmayı severler. Neyse ki, diğer insanlara istihdam fırsatlarından haberdar olup olmadıklarını sormak ciddi bir zaman taahhüdü olarak nitelendirilmez, bu yüzden netsiniz. Arkadaşlarınıza, arkadaşlarınıza ve ailenize herhangi bir iş fırsatından haberdar olup olmadıklarını sorun. Şansınız yaver giderse, o kişi sizi doğrudan işe alım müdürüne tavsiye edecek ve yeterince kalifiye olduğunuz göz önüne alındığında, sizi mülakat için kısa bir listeye koyacaktır.

2. Modern İş Arama Becerileri

Modern iş arama becerileri, büyük şirketlere ve özellikle web şirketleri ve uygulama geliştiricileri gibi modern işletme türlerine başarılı bir şekilde başvurmak için hızla mutlak bir gereklilik haline geliyor. "Modern" derken elbette internetten ve onun çeşitli iş arama araçları ve yardımcılarından bahsediyoruz. Şu anda, İnternet tabanlı iş arama araçlarının tanımlayıcı özelliği, ne kadar hızlı değiştikleri.

İş Arama Motorları	Kişisel ağınızı kullanmak en iyisi olsa da, bazen desteklenmesi gerekir. İş arama motorları harika çünkü birçoğu artık diğer web sitelerinden gelen iş ilanlarını bir araya getirerek web'deki büyük bir ilan koleksiyonu sağlıyor. İş arama motorları, özellikle uluslararası aramalar için kullanışlıdır, çünkü birçok işe alım uzmanı, benzersiz becerilere sahip belirli bir çalışanı ararken ilk sırada yer alır.
Twitter	İlk bakışta, Twitter çok sığ bir spam ve saçmalık karmaşası. Yine de, Twitter'a neden bir şans vermeniz gerektiğine dair argümanımızı özetleyebiliriz. Twitter, hızlı ve doğrudan iletişim için kullanılır ve birçok işveren iş bildirimi gönderir. Bu bağlamda Twitter, yeni çalışanlara ihtiyaç duyan insanlarla iletişim kurmak için çok yararlı bir araç olabilir.
Linkedin hesabı aç	Bu bir zorunluluk. Bir LinkedIn hesabı oluşturun ve kariyerinizin iyi ifade edilmiş bir taslağını oluşturun. İşverenler, yeni yetenekler bulmak için bu ağı profesyoneller için giderek daha sık kullanıyor. Özgeçmişinizi LinkedIn'e ekleyebilir, ayrıca arkadaşlarınız ve iş arkadaşlarınız becerilerinizi destekleyebilir ve sizin için tavsiye mektupları yazabilir. İşverenler, ilgili anahtar kelimeleri ararken profilinizi gerçekten bulabilir, yani yalnızca bir LinkedIn hesabına sahip olarak aslında pasif olarak iş fırsatları tahakkuk ettirirsiniz. Bu tür bir verimlilikle tartışamazsınız.

3. Kendini geliştirme yöntemleri

Pazarlanabilir becerileriniz olmadığı için iş aramanızın başarısız olduğunu düşünüyor musunuz? İnternet, yapılandırılmış üniversite kursları için normalde on binlerce dolar ödemek zorunda kalacağınız değerli becerileri öğreten web siteleri şeklinde çok çeşitli hediyeler sunar. İşte bazı beceriler öğrenmek ve özgeçmişinizi güçlendirmek için kullanabileceğiniz birkaç site:

Coursera	Bu site, bilgisayar bilimlerinden biyolojiye kadar çeşitli kurslar sunmak için Üniversitelerle ortaktır.
Khan Academy:	Coursera'ya benzer, ancak seminer tarzı sınıflardan ziyade daha çok kendi kendine öğrenmeye odaklanmıştır.
Code Academy	Bu çok basit araçla nasıl kod yazılacağını öğrenin
Mozilla Aç	Mozilla ve MacArthur Vakfı ortaklık kuruyor ve potansiyel olarak kazanma ve beceri setlerimizi sergileme şeklimizde devrim yaratacak. Dijital rozet kazanmaya erkenden başlamanızı şiddetle tavsiye ederim.
Excel Kolay	Excel'in (ÖZEL TABLOLAR!) nasıl kullanılacağını bilmek, genellikle ofis arkadaşlarınızın sizin bir sihirbaz olduğunuzu düşünmesine neden olur. Hatta bazıları Excel'i bilmenin işinizde daha hızlı yükselmenize yardımcı olabileceğini söylüyor. Kesinlikle incelemeye değer.

Pratik Araçlar ve Aktiviteler

Araç setinin bu bölümü çoğunlukla, kadınların güçlendirilmesi, kendini geliştirme, sosyal içerme topluluk oluşturma ve marjinal grupların gelişimi alanında çalışan kolaylaştırıcıların veya uzmanların eğitimi için pratik alıştırmalar veya faaliyetler sağlamaya odaklanmıştır. Bu bölümde yer alan faaliyetler dört ana alana ayrılmıştır: Kişisel Keşif, Takım Oluşturma, Çeşitlilik ve Liderlik.

Sizi Daha İyi Tanımak/ İlgi Alanlarını Keşfetmek

Onaylama çemberi	Gruptakilerin hepsi bir daire oluşturur. Bir lider, sizi tanımaya yönelik sorular sorar ve sorunun geçerli olduğu herkes, çemberin dışında duranlar alkışlarken çemberin ortasına gider ve beşlik çakmaya başlar. Örneğin: "başka bir dil konuşan herkes"; "10 yaşın altındaki herkes;" ailelerinin en büyüğü olan herkes" vb.
Soru Balonları	Şişireceğiniz balonların içine çeşitli sizi tanımaya yönelik sorular koyun. Çocukların bir balon seçmesini ve daire şeklinde oturmasını sağlayın. Çocukların aynı anda balonları patlatmasına izin verin ve her seferinde bir kişi bir daire çizerek çocukların soruyu okuyup cevaplamasına izin verin. Bunun bir varyasyonu, herkesin aynı soruları olması ve çocukların cevaplarını adları olmadan bir kağıda yazması olabilir. Cevapları bir balona katlarlar, şişirirler ve bağlarlar. Balonları karıştır ve herkes kendi balonunu seçsin. Herkesin bir daireye oturmasını ve aynı anda balonları patlatmasını sağlayın. Cevaplar birer birer okunur ve kimin ne yazdığını görmek için tahminler yapılır.
Hayat Hikayeleri	Kağıt ve çizim gereçleri sağlayın ve grup üyelerinin hayatlarının bir çizimi veya temsili üzerinde bireysel olarak çalışmasını sağlayın. Önemli olayları içeren bir zaman çizelgesi veya sadece en sevdikleri anılarının bir resmi olabilir. Çizimlerini teşvik etmek için bazı temel sorular sorabilirsiniz: Ailenizde kaç kişi var? Bir hayvan olsaydınız nasıl bir hayvan olurdunuz? Sizce uzaylılar neye benziyor?, vb.
Top ile isim oyunu	Bir daire içinde dururken, herkes dolaşır ve adını paylaşır. Birisi başka birine Koosh veya tenis topu atar ve adını söyler. Topu alan kişi, kendisine topu atan kişinin adını ve atacağı kişinin adını söyleyerek yanıt verir. Örneğin ben Anna, Ahmed'e topu atarken, "İşte Ahmed" diyorum. Ahmed, "Teşekkürler, Anna, burada Mia" vb. Top, herkes bir dönüş yapana kadar dairenin etrafında döner. Bazı varyasyonlar, topu düşürmeden veya daireye ek toplar atmadan olabildiğince hızlı gitmeyi içerebilir.

Ekip Oluşturma

Kişi Oluştur	Her gruba uzun bir kağıt parçası verilir. İlk kişi kafayı çizer (başkalarının görmesine izin vermez), ardından bir sonraki sanatçının kafayı görememesi için çizimi katlar. Sıradaki kişi boynu çizer, kağıdı katlar ve iletir. Her durumda çizimler katlanır, böylece kimse nihai sonucun nasıl göründüğünü bilemez. Son kişi üzerine bir isim koyar. Katlanmış kağıt açıldığında, kahkaha kükremeleri takip eder. Gruplar çizimleri paylaşabilir.
İnsan Düğümü	Gruptaki herkes birbirine bakan bir daire içinde durur. İnsanların sağ elini tutmasını ve dairedeki diğerinin sağ elini tutmasını sağlayın. Her ekip üyesinin iki farklı kişinin sağ ve sol elini tuttuğundan emin olarak insanların sol ellerine katılarak devam edin. Bu dairenin arasında birbirine dolanmış bir kol ağı olmalı ve amaç, herkes bir kez daha el ele tutuşup bir daire içinde durana kadar, bu düğümü elleri bırakmadan "çözmek".
İnsan Tik-Tak-Tok	Sandalyeleri 3 x 3 tic-tac-tok tahtası şeklinde sıralayın. İki takım dönüşümlü olarak bir takım üyesini bir sandalyeye yerleştirir. Arka arkaya 3 üyesi olan takım kazanır.
Sıralanmak	Büyük öğrenci grubundan kendilerini büyükten küçüğe veya en uzundan en kısaya doğru sıralamalarını isteyin. Bunun ilginç bir varyasyonu, onlardan bunu konuşmadan yapmalarını istemektir.
Kağıt Torba Skeçleri	Her kese kağıdına rastgele 4 ya da 5 parça toplayın ve 4 ya da 5 kişilik gruplara bölün. Her gruptan çantadaki tüm eşyaları destek olarak kullanarak bir skeç hazırlaması ve giymesi istenir. Skeçler pandomim veya diyaloglu olabilir. Tüm kişiler katılmalıdır. Başka bir varyasyon, her gruba bir problem vermek ve onlardan bir çözümü dramatize etmek için tüm aksesuarları kullanmalarını istemektir.

Çeşitlilik

Ortak Payda	Grubun üçerli gruplara ayrılmasını sağlayın. Üç kişinin ortak noktası olan bir benzerliği ve üçlünün her bir üyesini benzersiz kılan bir şeyi bulmakla görevlendirilirler. Örneğin gruptaki herkesin evinde bir köpeği var ama her birinin birbirinden farklı favori bir sınıfı var.
Ortak Olmayan Payda	Bu alıştırma, çeşitliliği keşfetmek için görüşme becerisini kullanır. Mümkün olduğunca farklı insanlarla eşleşecek şekilde eşleştirin. Birbirleriyle röportaj yapmalarını ve olaylara bakış açılarında olabildiğince çok farklılık bulmalarını sağlayın: Nerede doğdunuz? Hangi yerleri ziyaret etmek istersin? Zamanını nasıl geçiriyorsun? Okulda en sevdiğiniz veya en sevmediğiniz ders nedir? Hangi kamu sorunları ilginizi çekiyor? Ne hakkında düşünüyorsun....? Yapmakta iyi olduğunuz bir şey nedir? Birbirleriyle röportaj yaptıklarında, ortaklarını tüm gruba tanıtmalarını sağlayın. Keşfettikleri farklılıklar hakkında yorum yapmalarına izin verin.

Liderlik

Kör şekiller	Büyük bir alanı temizleyin ve gruptaki herkesin gözlerini bağlayın. İpin uçlarını birbirine bağlayın ve herkesin ipin bir parçasına tutunmasını sağlayın. Gruptan geometrik şekiller yapmalarını isteyin. Konuşmadan veya bir kişi konuşurken tekrar yapmalarını önerin. - Bu aktivitede liderlik nasıl ortaya çıktı ve neden? - Liderlik ve takım çalışması ile ilişkisi nedir?
Kim başlatır?	Bir daire oluşturun ve bir kişinin alanı terk etmesini sağlayın. Gruptaki diğer kişiler tarafından tekrarlanan farklı hareketler yapacak bir lider seçin. Alandan ayrılan kişi geri döner ve hangi kişinin lider olduğunu tahmin etmeye çalışır. - Hangisinin hangisi olduğunu tahmin eden lider, takipçi, kişi olmak nasıl bir duyguydu? - Bu, grubunuzun üzerinde çalıştığı konuya ve liderliğin rolüne nasıl uygulanabilir?

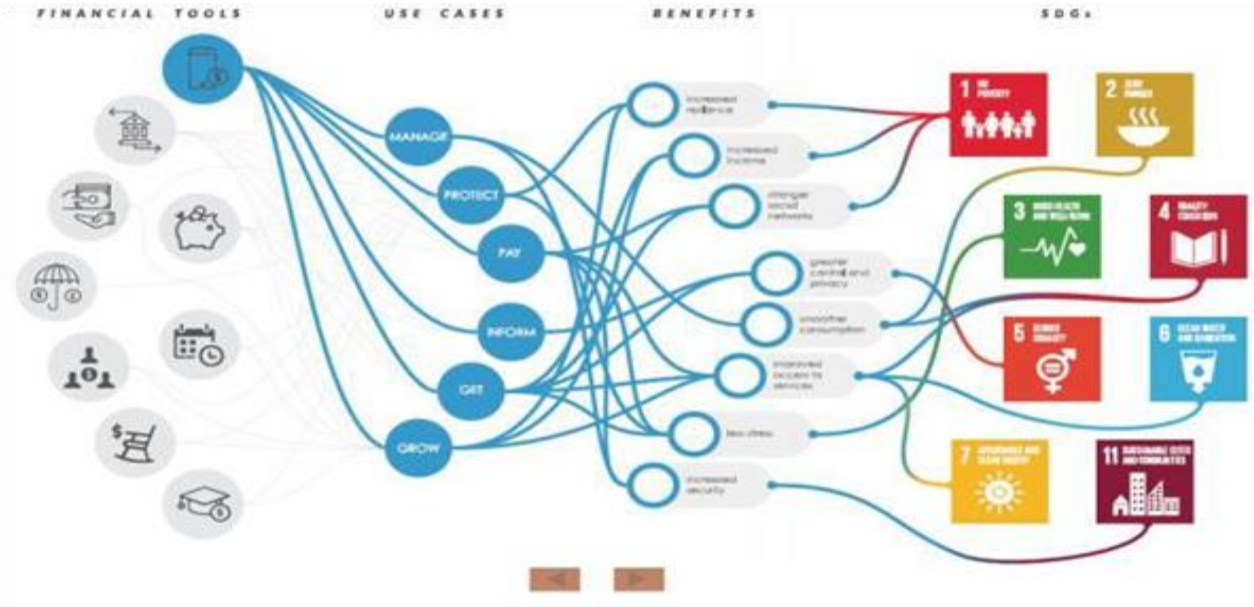
İŞ OKURYAZARLIĞI

3. İş Okuryazarlığı

Finansal İçerme: Gelişmekte olan birçok ülkede yoksul insanlar ve özellikle kadınlar finansal hizmetlere erişememektedir. Bunu değiştirmenin tek yolu finansal katılımdır. Dünya Bankası'nın Global Findex veri tabanının gösterdiği gibi, 2014 yılına kıyasla 240 milyondan fazla kadının bir finans kurumu veya mobil para hizmeti sağlayıcısında hesabı var.

Finansal Katılım: Neden önemli? Finansal içerme, Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine (SKH'ler) ulaşmak için temel bir bileşendir. Kesin etki yolu değişiklik gösterir.

Aşağıdaki UNCDF/BFA grafiğinde görülebileceği gibi finansal hizmetin/kullanım durumunun türüne bağlıdır.



Dünya Bankası'nın Global Findex 2017 verilerine* göre, gelişmekte olan ekonomilerde:

• **Daha az kadının hesabı var…**

o Erkeklerin yüzde 67'sinin, kadınların ise yalnızca yüzde 59'unun hesabı var.

o Hesap sahipliğindeki cinsiyet farkı yüzde 30 (ör. Bangladeş, Pakistan) ile sıfır (ör. Kamboçya, Myanmar) arasında değişmektedir.

• …**ve sahip olanlar daha az kullanır**

o Kadın hesap sahiplerinin hesaplarını aktif olarak kullanmama olasılığı erkek hesap sahiplerine göre ortalama yüzde 5 daha fazladır.

o Hindistan gibi bazı ülkelerde, fark yüzde 10'a kadar çıkıyor ve hesabın yarısından fazlası kadın hesabı kullanmıyor.

• **Daha az kadın dijital finansal hizmetleri kullanıyor…**

o Kadınların dijital ödeme yapma veya alma olasılığı erkeklere göre yüzde 5 daha az.

• …belki daha az kadın cep telefonu sahibi olduğu için?

o Kadınların yüzde 74'ü, erkeklerin yüzde 84'ü cep telefonuna sahip, bu da yüzde 10'luk bir cinsiyet farkını yansıtıyor.

o Bazı ülkelerde (örneğin Pakistan), erkeklerin cep telefonu sahibi olma olasılığı kadınlara göre iki kat daha fazlayken, diğerlerinde önemli bir cinsiyet farkı yoktur (örneğin Kolombiya, Endonezya, Brezilya).

• **Daha az kadın resmi olarak tasarruf ediyor**

o Hesap sahipliğine benzer şekilde, kadınların resmi finansal hizmet sağlayıcılarla tasarruf etme olasılığı erkeklere göre yüzde 6 daha az.

Dünya çapında düşük gelirli kadınlara para biriktirmek ve borç almak, ödeme yapmak ve almak ve riskleri yönetmek için etkili ve uygun maliyetli finansal araçlar sağlamak, hem kadınların güçlendirilmesi hem de yoksulluğun azaltılması için kritik öneme sahiptir.

Finansal kapsayıcılıkta cinsiyet farkının kapatılmasının aşağıdakiler üzerinde birden fazla olumlu etki yaratması muhtemeldir:

- Tasarruf ve yatırım oranları

- Finansal risklerin yönetimi

- Tarımsal verimlilik

- Kadın liderliğindeki işletmelerin büyümesi

- Kadın ajansı Hane geliri ve hanehalkı kaynaklarının kullanımı

- Kadınların birey ve aile olarak dayanıklılığı

- Kadın ve çocukların eğitimi, sağlığı, beslenmesi

Bu bölüm, kadınların finansal katılım, girişimcilik, iş planının nasıl yazılacağı,

Girişimcilik

Girişimci, bir ticari girişim başlatan veya işleten ve bunun sorumluluğunu üstlenen kişidir. Ödeme için bireylere veya işletmelere mal veya hizmet sağlar.

Girişimcilerin sahip olduğu bazı kişisel nitelikler şunlardır: merak ve yaratıcılık, motivasyon ve özgüven, risk almaya isteklilik, öğrenmeye isteklilik, işbirliği yapma yeteneği, fırsatları belirleme yeteneği, yenilik yapma yeteneği (daha önce kimsenin yapmadığı bir şeyi yapma) ve liderlik etme. , engelleri aşma kararlılığı ('asla hayır cevabını alma!'), kendisinin ve başkalarının yaptığı hatalardan ders çıkarma yeteneği, vb. Bu nitelikler girişimcinin düşünmesine, analiz etmesine, sorunları çözmesine ve harekete geçmesine yardımcı olur. Her girişimci yukarıdaki niteliklerin tümüne sahip olmayacaktır. Bu niteliklerin çoğu içimizde gizlidir ve onlara sahip olduğumuzun farkında bile olmayabiliriz. Ayrıca öğrenme süreci yoluyla da edinilebilirler.

Pratik Etkinlik: Girişimcilik Nitelikleri

• Katılımcılardan girişimcilik özelliklerini listelemelerini isteyin.

• Girişimcilik için gerekli olduğunu düşündükleri diğer nitelikleri önermelerini isteyin. Bu nitelikler bir girişimciye nasıl yardımcı olur? Kombinasyon halinde nasıl çalışırlar?

• Öğrencilerden yerel girişimcileri ve sahip oldukları görünen nitelikleri belirlemelerini isteyin.

Sabit ve Büyüme zihniyeti / Yansıtma

Sabit zihniyet

Karakterimizin, zekamızın ve yaratıcı yeteneğimizin, anlamlı bir şekilde değiştiremeyeceğimiz statik veriler olduğunu varsayar ve başarı, bu içsel zekanın olumlanmasıdır. Başarı için çabalamak ve ne pahasına olursa olsun başarısızlıktan kaçınmak, akıllı veya yetenekli olma duygusunu korumanın bir yolu haline gelir.

- başkalarıyla karşılaştırırım

- Yeteneklerim düzeltildi

- Kolayca vazgeçerim

- Zorlukları sevmiyorum

- Yardım istemek, yapamayacağım anlamına gelir

Büyüme zihniyeti

Zorlukla büyür ve başarısızlığı zekasızlığın kanıtı olarak değil, büyümek ve mevcut yeteneklerimizi genişletmek için yüreklendirici bir sıçrama tahtası olarak görür. Temel niteliklerinizin, çabalarınızla geliştirebileceğiniz şeyler olduğu inancına dayanır.

- Yeni şeyler denerim

- Gelişimime odaklanıyorum

- Bol pratik yaparak gelişirim

- Hatalarımdan ders alıyorum

- Zor şeyler yapabilirim

- Yardım istiyorum

Kadınların dahil olabileceği bazı iş alanları şunlardır: pazarlama, müşteri hizmetleri ve sürdürülebilir turizm. Tüm bu sektörler farklı gelişmelere sahiptir ancak konu kadın istihdamı ve ekonomik güçlenme olduğunda büyük bir potansiyele sahiptir.

1-Pazarlama

Pazarlama, ürün ve hizmetlerinizle ilgilenen potansiyel müşteriler veya müşteriler edinme sürecidir. Bu tanımdaki anahtar kelime "süreç"tir. Pazarlama, ürünlerinizi veya hizmetlerinizi araştırmayı, tanıtmayı, satmayı ve dağıtmayı içerir.

Pazarlamanın tanımı, pazar araştırması ve reklamcılık da dahil olmak üzere ürün veya hizmetleri tanıtma ve satma eylemi veya işidir. Günümüzde pazarlama, her şirketin ve organizasyonun büyüme stratejisinde uygulaması gereken bir şeydir. Birçok şirket, hedeflerine ulaşmak için farkında bile olmadan pazarlama tekniklerini kullanır. Pazarlama, bir şirketin veya kuruluşun kendilerini tanıtmak ve ürün veya hizmetlerinin satışlarını artırmak için gerçekleştirdiği eylemleri ifade eder. İşletmenin en önemli yönlerinden biridir.

Pazarlamanın 4 P'si, pazarlama stratejinizin temel unsurlarını belirlemek ve bunlarla çalışmak için basit bir formüldür.

• **Ürün.** Bir ürüne sahip olmak anahtardır ve pazarlamayla ilgili her şeyin köküdür. Bir ürün, bir şirketin bir ihtiyacı karşılamak için tüketicilere sunduğu herhangi bir şey olabilir. Yapılacak en iyi şey, ürününüze veya hizmetinize, nesnenin fiziksel özellikleri veya niteliklerinden ziyade hem tüketicilerin ihtiyaç ve motivasyonlarına hem de ürünün tüketiciye nasıl fayda sağlayacağına göre karar vermektir.

• **Yer.** Stratejik satış yerleri, çevrimiçi bir mağazadan birden fazla kasaba veya ülkedeki fiziksel mağaza kanalına kadar her şey olabilir. Dağıtım stratejisinin amacı, potansiyel müşterilerin ürünlerinize/hizmetlerinize kolayca erişmelerini sağlamak ve satın alma süreci boyunca iyi bir deneyim sunmaktır.

• **Fiyat.** Ürünlerimizi ve hizmetlerimizi nasıl fiyatlandırdığımız, pazarlama stratejisinin son derece önemli bir parçasıdır. Bu faktör, aşağıdakiler gibi diğer faktörleri etkiler: Elde etmeyi umduğumuz marj. Kendimizi hangi hedef pazara sunmak istiyoruz ve tüketicilerimizin satın alma gücü nedir? Lüks pazara mı girmek istiyoruz yoksa kitle pazarına mı bahis yapıyoruz?

Rekabet ürünlerini nasıl fiyatlandırıyor ve hangi olası ürün ikameleri var? Trendler neler?

• **Terfi.** Bu, ürün veya hizmetimizin faydalarını ve özelliklerini pazara yaymak için gerçekleştirdiğimiz tüm pazarlama ve iletişim eylemlerini ifade eder. Satışlarımızı bu şekilde artırıyoruz.

Pazarlama stratejileri

Pazarlama Planı: Pazarlama planının ne olduğunu, neden tasarlamanız gerektiğini ve güçlü bir plan oluşturmanın anahtarlarını keşfedin. Bir pazarlama planı olmadan bir şirket veya marka hedeflerine ulaşamaz.

Dijital Pazarlama: Dijital pazarlama, yalnızca dijital ortamda strateji geliştirmeye odaklanan pazarlama disiplinidir.

Doğrudan Pazarlama: Doğrudan pazarlama, belirli bir hedef kitleden bir sonucu tetiklemeyi amaçlayan doğrudan, iki yönlü iletişime dayalı bir kampanya türüdür.

E-posta Pazarlama: E-posta Pazarlama, geri dönüş açısından en karlı ve etkili tekniklerden biridir. Doğal olarak, hedef kitlenize e-posta göndermekten oluşur, ancak etkili olabilmek için segmentlerinizi iyi tanımladığınızdan emin olun.

Mobil Pazarlama: Mobil Pazarlama, yalnızca mobil platformlara ve uygulamalara (yani akıllı telefonlar ve tabletler) odaklanan tüm pazarlama kampanyalarını ve eylemlerini bir araya getiren geniş bir kavramdır.

Performans Pazarlaması: Performans Pazarlaması, çeşitli pazarlama yöntem ve tekniklerini uygulayan ve reklam verenlere yalnızca elde edilen sonuçlar için ödeme yapmaları gerektiğini garanti eden bir metodolojidir.

Gelen Pazarlama: Bu metodoloji, nitelikli trafiği çekmek ve nihai satışa doğru çalışmak için değerli içerik oluşturmaya odaklanır.

2-Müşteri Hizmetleri

Müşteri Hizmetleri Bir işletmenin müşterilerinin ve potansiyel müşterilerin beklentilerini sürekli ve tutarlı bir şekilde aşma yeteneği. Doğrudan satın alan bir tüketici ile bunu satan şirketin bir temsilcisi arasındaki bire bir etkileşim. Müşterilere, bekledikleri şekilde hizmet vermek ve 'müşterilerinizi mutlu etmek için yapmanız gerekenleri yapmak'.

Müşteri hizmetleri nerede verilir?

• Telefonda

• Yüzyüze iletişim

• Sipariş almak

• Sosyal medya

• Bilgi sağlama

• E-posta

• Ürün ve/veya hizmet satmak veya sağlamak.

• Randevuları planlama

• Ürünleri teslim etme veya kurma

• Onarım ve sorun giderme

Müşteri Hizmetleri Becerileri ve Nitelikleri

Empati (başkalarının duygularını ve görüşlerini anlayın)

Etkili iletişim

Kazan-kazan anlaşması Ürün bilgisi Problem çözme Sabır

Olumlu tutum ve Olumlu dil

Etkili Dinleme (bir müşterinin sorununu gerçekten anlayın ve onlara dikkat ettiğinizi bildirin).

Kişisel sorumluluk

3-Sürdürülebilir Turizm

Sürdürülebilir turizm, kültürel bütünlüğü, temel biyolojik süreçleri, biyolojik çeşitliliği ve yaşamsal destek sistemini gözeterek, tüm kaynakların ekonomik, sosyal, estetik ihtiyaçları karşılayacak şekilde yönetilmesine doğru ilerleyen turizm türüdür.

Sadece ziyaretçileri için yarattıkları faaliyet türüne göre bu şekilde tanımlanan turizm faaliyetleri ekoturizm DEĞİLDİR. Felsefelerine ve kalkınma planlarına çevrenin korunmasını ve yerel toplulukların ekonomik ve sosyal gelişimini dahil eden faaliyetler sürdürülebilir turizmin bir parçasıdır.

Sürdürülebilir turizm şu anlama gelir:

- Çevresel kaynakların optimum kullanımı, temel ekolojik süreçlerin korunması ve doğal mirasın ve biyolojik çeşitliliğin korunmasına yardımcı olunması.
- Ev sahibi toplulukların sosyo-kültürel özgünlüğüne saygı göstermek, yaşayan kültürel mirası ve geleneksel değerleri korumak ve kültürlerarası anlayış ve hoşgörüye katkıda bulunmak.
- Sürdürülebilir, uzun vadeli ekonomik kalkınmayı sağlamak, tüm aktörlere sosyo-ekonomik fayda sağlamak.

"Ekoturizm" terimi 1987'de ortaya çıktı ve bir dizi faaliyeti tanımlamak için kullanıldı.

Ekoturizm Derneği'nin (TES) 1991 tanımı şöyledir:

"Ekoturizm, çevreye ve yerel nüfusun refahına saygı duyarak yürütülen doğal alanlara sorumlu bir geziyi temsil eder". Ana faaliyetler OD ekoturizm: Kuş Gözlemciliği, Yaban hayatı izleme, Botanik keşifler, Kampçılık, Mağaracılık, Arkeoloji, Maceralar ve Yaşam deneyimi ve yerel gelenekler

Eko Turizmin Altı Sütunu

1. Çevreye zarar vermez veya ziyaret edilen doğal ve kültürel ortamları tahrip edici faaliyetlerde bulunmaz.
2. Gezgini çevrenin önemini ve korunmasını anlama konusunda eğitir
3. Gelirini korunan ve doğal alanlara yönlendirir
4. Yerel topluluğa ekonomik fayda sağlar

5. Turizm endüstrisinin taşıma kapasitesinin çevreye zarar vererek kapasitesini aşmamasını sağlamaya çalışan turizm endüstrisinin sürdürülebilir bir planlamasının gerekliliğini vurgular.

6. Yerel ürünler kullanın

Sürdürülebilirlik nasıl ölçülür?

Sürdürülebilirlik, sürdürülebilirliğin temel ilkelerinin (sosyal, ekonomik ve çevresel) performansının değerlendirilmesi ve izlenmesiyle ölçülür.

Objektif Olarak Doğrulanabilir Göstergeler (toplanan bilgiler farklı kişiler tarafından toplanıyorsa aynı olmalıdır)

Göstergeler, sürdürülebilirliği ölçmek için iyi nicel ve nitel bilgiler sağlar.

Sürdürülebilirlik ana faktörleri:

- Tüm paydaşların mülkiyeti
- Uygun teknoloji
- Çevreye saygı, olumsuz etki azaltma
- Sosyal ve kültürel değerlendirme
- Cinsiyet entegrasyonu
- Kurumsal yetenekler
- Ekonomik ve finansal sürdürülebilirlik
- Siyasi destek

Yeşil işler, sürdürülebilir kalkınmanın merkezinde yer alır ve çevre koruma, ekonomik kalkınma ve sosyal içerme gibi küresel zorluklara yanıt verir. Bu çabalar, insana yakışır istihdam fırsatları yaratıyor, kaynak verimliliğini artırıyor ve düşük karbonlu sürdürülebilir toplumlar inşa ediyor.

3.1 İş Çerçevesi

Girişimcilik sadece bir iş kurmak değildir. Girişimcilik, konfor alanınızdan çıkma ve sevdiğiniz şeyi yapmak gibi yılanbalığı yapma istekliliğidir. Fırsat aramak için risk almaya istekli olmak ve mevcut mali durumunuzdan rahatsız hissetmek anlamına gelir. Herkes girişimci olabilir ve herkes girişimci olmayı öğrenebilir. Siz de girişimci olabilirsiniz!

NEDEN BİR İŞ BAŞLATMAYI DÜŞÜNÜYORSUNUZ?

Bir işe başlarken şunlara sahip olacaksınız:

• Özgürlük ve Esneklik

• Önemli Vergi Avantajları

• Kişisel Geliri Ticari Gelire Aktarma

• Bazı giderler vergiden düşülebilir

• Daha düşük vergiler, daha yüksek gelir demektir!

• KENDİNİZİ Tanıtın – Başarının Anahtarı

KADINLAR NEDEN GİRİŞİMCİ OLMALIDIR?

• Ekonomik olarak bağımsız olmak

• Kendi işletmesini kurmak

• Kendi topluluklarında kimliklerini oluşturmak için

• Çabalarında mükemmelliğe ulaşmak için

• Kendilerine güven inşa etmek

• Risk üstlenme yeteneğini geliştirmek

• Toplumda eşit statü talep etmek

• Daha fazla özgürlük ve hareketlilik sağlamak için

• Yeni bir şeyler yapmak ve kendilerini keşfetmek

GİRİŞİMCİLİK SÜRECİNDEKİ ADIMLAR

1-Keşif: Girişimcinin fikir ürettiği, fırsatları fark ettiği ve piyasayı araştırdığı aşama. Aşağıda iş fikirlerinizi seçerken göz önünde bulundurmanız gereken önemli noktalar var mı?

• Üzerinde çalışmak için güçlü tutkunuz olan bir iş fikri bulun

• Fikriniz, insanların neye ihtiyaç duyduğu, insanların ne talep ettiği olmalıdır ve onlar için esastır.

• Pazarın veya sektörünüzün trendini takip edin

Fikir ve Fırsatlar Üretmek

• Hobilerinizi veya becerilerinizi düşünün

• Tüketici ihtiyaçlarını ve isteklerini göz önünde bulundurun

• Anketler ve anketler yapın – pazarı test edin

• Demografik bilgileri inceleyin

İş Fikirlerinin Kaynağı

"Bunu neden düşünemedim?"

• Yenilik: karlı ve etkili sonuçlara yol açan yaratıcı bir fikrin veya fırsatın uygulanması

• İpuçlarına dikkat edin

• Birçok Soru Sor

• Sahipleri İş Fikirlerine Yönlendiren Faktörler

• İş deneyimi

• Benzer bir işletme

• Hobi veya Kişisel ilgi

• Şans eseri (şans)

• Aile ve arkadaşlar

• Eğitim ve Uzmanlık

• Teknoloji

2-**Konsept Geliştirme:** Bir iş planı geliştirin: iş fikrini açıklayan ayrıntılı bir teklif

İŞ PLANI NASIL YAZILIR?

Bir iş planı yazmaya başlamadan önce, fikrinizin fizibilitesini değerlendirmek için kısa bir zaman ayırmaya değer.

Neden bir iş planı yazılır?

İşinizi daha hızlı büyütün: Bir iş planı yazmak, işiniz için bir temel oluşturmakla ilgilidir. Geleceği tahmin etmiyorsunuz, işinizin büyümenize yardımcı olacak temel stratejisi üzerinde çalışıyorsunuz. Bu ilk belgenin mükemmel olması amaçlanmamıştır, ancak hedeflerinizi belirlemenize ve bunlara ulaşmanıza yardımcı olmak için gözden geçirilip ayarlanmak üzere tasarlanmıştır. .

Satış konuşması yapın ve fon alın: Yatırımcılar ve kredi sağlayıcılar, işinizin gidişatı hakkında sağlam bir anlayışa sahip olduğunuzu bilmelidir. Çözümünüz için ulaşılabilir ve sürdürülebilir bir ihtiyaç olduğunu, güçlü bir iş stratejiniz olduğunu ve işinizin mali açıdan istikrarlı olabileceğini kanıtlamanız gerekiyor. Bu, potansiyel yatırımcılar için doğru finansal tablolara, tahminlere ve iş modelinizin sindirilebilir bir açıklamasına sahip olmak anlamına gelir.

Kendinden emin stratejik kararlar alın: İşletmeniz için vereceğiniz en büyük kararlar genellikle değişken büyüme, düşüş ve hatta dış kriz dönemlerinin ortasında olur. Bu, son derece önemli kararları istediğinizden çok daha hızlı bir şekilde almanızı gerektirir. Güncel planlama ve tahmin bilgileri olmadan, bu kararlar olması gerekenden daha az kesin veya daha az stratejik olabilir.

Harika bir iş planı yazmanın ipuçları

Kısa tut	İş planları kısa ve öz olmalıdır. Bunun iki nedeni var: Birincisi, iş planınızın okunmasını istiyorsunuz. Hiç kimse 100 sayfalık, hatta 40 sayfalık bir iş planını okumaz. Elbette, belirli bölümler için destekleyici belgelere ihtiyacınız olabilir, ancak bu unsurları Ek'inize dahil edebilirsiniz. İkincisi, iş planınız işinizi yürütmek ve büyütmek için kullandığınız bir araç olmalıdır. Zamanla kullanmaya ve iyileştirmeye devam ettiğiniz bir şey. Aşırı uzun bir iş planı, revize edilmesi büyük bir güçlüktür. — planınızın bir daha asla görülmemek üzere bir masa çekmecesine düşürüleceği neredeyse garanti.
Kitlenizi tanıyın	Hedef kitlenizin anlayacağı bir dil kullanarak planınızı yazın. Örneğin, şirketiniz karmaşık bir bilimsel süreç geliştiriyorsa, ancak potansiyel yatırımcılarınız bilim insanı değilse, aşina olmayacak jargon veya kısaltmalardan kaçının.
İş fikrinizi test edin	İş planınız üzerinde çalışmak ve tek sayfalık bir adımla başlamak, iş fikrinizin uygulanabilirliğini lansmandan çok önce test etmenize yardımcı olabilir. Marka bilinci oluşturma ve misyon beyanınızdan fırsat ve uygulamanıza kadar her şey üzerinde çalışırken yapabileceğiniz en iyi şey geri bildirim almak ve işinizin farklı unsurlarını test etmektir.
Amaç ve hedefler belirleyin	Bir ek işi tam zamanlı bir işe dönüştürmek ister misiniz? Ekibinizi genişletmeye veya ek bir konum başlatmaya mı çalışıyorsunuz? Neyi başarmaya çalıştığınızı bilmek ve bu gibi soruları aklınızda bulundurmak, özellikle bu hedeflere ulaşmak için iş planınızı geliştirmenize yardımcı olabilir. Şimdi, başlamadan önce hedeflerinize ulaşmak için her dönüm noktasına ve hatta belirli adımlara sahip olmayabilirsiniz. Ancak bu, iş planınız üzerinde çalışmanın güzelliğidir. Başarı ölçütlerini tanımlamanıza, hedeflerinizi belirlemenize ve belirli hedeflere ulaşmak için işinizin unsurlarını daha da geliştirmenize yardımcı olacaktır.
Gözünü korkutma	İşletme sahiplerinin ve girişimcilerin büyük çoğunluğunun işletme uzmanı olmadığını biliyor muydunuz? MBA veya muhasebe dereceleri yoktur. Gittikçe öğreniyorlar ve onlara yardımcı olacak araçlar ve kaynaklar buluyorlar. Bir iş planı yazmak büyük bir engel gibi görünebilir ama öyle olmak zorunda değil. İşinizi biliyorsunuz - bu konuda uzmansınız. Yalnızca bu nedenle, bir iş planı yazmak ve ardından büyüme planınızı kullanmak sandığınız kadar zor olmayacaktır.

Bir iş planının temel bileşenleri

İyi bir iş planı, yeni girişimciler için adım adım bir süreç sağlamayı amaçlayan birkaç bileşenden oluşur. Ana amaç, yeni işinizin riskleri en aza indirecek ve başarılı olma şansını artıracak bir stratejiye sahip olmaktır.

Bu bölümde, bir iş planı oluşturmanızı kolaylaştırmak için her bir bileşen için bir açıklama sunacağız.

Bir iş kurmak için bir iş planının zorunlu olmadığını, ancak fikirlerinizi başarıya yönlendirmek için çok yararlı olduğunu unutmayın.

1- Yönetici Özeti: Yönetici özetiniz iş planınızda ilk sırada yer almalıdır. İşletmenizin neyi başarmasını beklediğinizi özetlemelidir. Planın geri kalanında neyi tartışmak istediğinizi vurgulamayı amaçladığından, Küçük İşletme Yönetimi bu bölümü en son yazmanızı önerir. İyi bir yönetici özeti ilgi çekicidir. Şirketin misyon beyanını bir açıklama ile birlikte ortaya koymaktadır. Ürün ve hizmetlerinin kısa açıklaması.

Ayrıca şirketinizi neden kurduğunuzu kısaca açıklamak ve girdiğiniz sektördeki deneyiminizle ilgili ayrıntıları eklemek de iyi bir fikir olabilir.

2. Şirket Tanımı: Bir şirket açıklaması, işiniz, hedefleriniz ve hizmet etmek istediğiniz hedef müşteriler hakkında önemli bilgileri içerir. Burası, şirketinizin neden sektördeki diğer rakipler arasında öne çıktığını ve müşterilere nasıl çözümler sunduğu da dahil olmak üzere güçlü yanlarını ve işletmenize başarılı olmak için bir avantaj sağlayacak rekabet avantajlarını neden kırdığını açıkladığınız yerdir.

3. Pazar Analizi: Bu, endüstrinin giriş ve çıkışları ve girmeyi planladığınız belirli pazar hakkında temel bir anlayışa sahip olduğunuzu gösterdiğiniz yerdir. Burada, sektör trendlerini ve temalarını parçalayan veriler ve istatistiklerle şirket açıklamanızda vurguladığınız güçlü yönleri kanıtlayacaksınız. Diğer işletmelerin neler yaptığını ve nasıl başarılı veya başarısız olduklarını gösterin. Pazar analiziniz ayrıca hedef müşterilerinizi - ne kadar para kazandıklarını, satın alma alışkanlıklarının neler olduğunu, hangi hizmetleri istediklerini ve ihtiyaç duyduklarını vb. - görselleştirmeye yardımcı olmalıdır.

4. Rekabet Analizi: İyi bir iş planı, işinizin doğrudan ve dolaylı rakiplerinizle net bir karşılaştırmasını sunacaktır. Burası sektör hakkındaki bilginizi kanıtladığınız yer güçlü ve zayıf yönlerini kırarak.

Nihai hedefiniz, işinizin nasıl birikeceğini göstermektir. Ve yüksek ön ödeme maliyetleri gibi pazara atlamanızı engelleyebilecek herhangi bir sorun varsa, bu noktada açık sözlü olmanız gerekir. Rekabet analiziniz, pazar analizi bölümünüze girecektir.

5. Yönetim ve Organizasyonun Tanımı: İşletmeniz, organizasyonunuzun nasıl kurulduğunu da özetlemelidir. Şirket yöneticilerinizi burada tanıtın ve becerilerini ve birincil iş sorumluluklarını özetleyin. Etkili bir yol, komuta zincirinizin haritasını çıkaran bir diyagram oluşturmak olabilir.

İşletmenizin bir ortaklık mı, şahıs şirketi mi yoksa farklı bir mülkiyet yapısına sahip bir işletme olarak mı çalışacağını belirtmeyi unutmayın. Bir yönetim kurulunuz varsa, üyeleri tanımlamanız gerekir.

6. Ürün ve Hizmetlerinizin Dağılımı: Şirket açıklamanız bir genel bakış olmakla birlikte, ürün ve hizmetlerinizin ayrıntılı bir dökümü, oluşturduğunuz ve sattığınız ürünler, ne kadar süre dayanabilecekleri ve mevcut talebi nasıl karşılayacakları. Bu, ürünlerinizi yapmanın ne kadara mal olacağı ve ne kadar para getirmeyi umduğunuzla ilgili diğer önemli bilgilerin yanı sıra tedarikçilerinizden bahsetmeniz gereken yer.

7. Pazarlama Planı: Ürün ve hizmetlerinizi hedef müşterilerinize nasıl sunmayı planladığınızı burada açıklarsınız. Ürünlerinizi tanıtmak için atacağınız adımları ve stratejilerinizi uygulamak için ihtiyaç duyacağınız bütçeyi buraya yazın.

8. Satış Stratejisi: Bu bölüm, inşa etmekte olduğunuz ürünleri nasıl satacağınıza veya sunmayı düşündüğünüz hizmetleri nasıl gerçekleştireceğinize cevap vermelidir. Satış stratejiniz spesifik olmalıdır. Kaç satış temsilcisi tutmanız gerektiğini ve onları nasıl işe alacağınızı ve onları nasıl dahil edeceğinizi belirleyin. Satış hedeflerinizi de eklediğinizden emin olun.

9. Finansman Talebi: Finansmana ihtiyacınız varsa, bu bölüm işinizi kurmak için ihtiyaç duyduğunuz para miktarına ve artırdığınız sermayeyi nasıl kullanmayı planladığınıza odaklanır. Diğer önemli projeleri tamamlamak için ihtiyaç duyabileceğiniz ek finansman için buraya bir zaman çizelgesi eklemek isteyebilirsiniz.

10. Finansal Öngörüler: Bu son bölüm, pazar araştırmasına dayalı olarak belirlediğiniz finansal hedefleri ve beklentileri ayırır. İlk 12 ay için beklenen gelirinizi ve ikinci, üçüncü, dördüncü ve beşinci yıl için yıllık tahmini kazançlarınızı rapor edeceksiniz.

3.2 İyi Uygulamalar ve Fırsatlar

Arnavutluk: Başlangıç topluluğu son zamanlarda Arnavutluk'ta bir artış yaşadı. Son zamanlarda gençlerin ve kadınların girişimci bir zihniyet geliştirmelerini desteklemek, kapasitelerini artırmak ve becerilerini geliştirmek ve doğrudan finansal destekten yararlanmak için birçok program ve girişim geliştirilmiştir. Arnavutluk'ta mevcut birkaç girişim aşağıda listelenmiştir:

1- AIDA: Arnavutluk Yatırım Geliştirme Ajansı

AIDA, hükümetin Ulusal İstihdam ve Beceri Stratejisinde öngörülen KOBİ'lere desteği uygular. Çalışmaları Ekonomi Bakanlığı gözetiminde yürütülmektedir. AIDA, 2 yıla kadar deneyime sahip firmalar için 2016 yılında başlatılan yeni başlayanlar için bir fon yönetiyor.

Firma başvurdu ve finansman için çoğu turizm, üretim, imalat sektörlerinde 50 firma seçildi. Bu program, firma başına eğitim ve ekipman üzerinde kullanabilecekleri 2K EUR'luk hibeleri içermektedir. Hibe projeleri genellikle 3 ay sürer ve işletmeler bir yıl boyunca izlenir. Hibenin yarısı peşin, yarısı ise işletme tarafından harcama kanıtı (fatura vb.) üzerine ödenir. AIDA, ulusal plan doğrultusunda girişimciliği desteklemek için bir dizi küçük projede de yer almaktadır. Bunlar:

• Start-up sektörü, KOBİ ve turizm sektörleri için ortak yarışmalar düzenlemek. Bugüne kadar, 4 kazanan AIDA'dan ödül olarak hibe aldı.

• Kullanıcıların Arnavut şirketleri hakkında bilgi edinebileceği bir B2B platformuna ev sahipliği yapmak. Daha da önemlisi, Arnavut şirketleri de yurtdışındaki fuarlar hakkında bilgi edinebilir ve katılmak için fon alabilir.

• GTZ'nin desteğiyle bir tarımsal ihracat rehberinin oluşturulması. • Start-up'ların iş planları yazmalarına yardımcı olacak eğitimcileri eğitmek.

Web sitesi: https://aida.gov.al/en/

2- UNDP: BİRLEŞMİŞ MİLLETLER KALKINMA FONU

UNDP'nin Arnavutluk'taki start-up'larla çalışması iki ana kategoriye ayrılıyor: 18-29 yaşındakiler için mesleki eğitim ve çalışma bakanlığı ve onun istihdam yaratma programları ile politika çalışması. Başlangıç projesi, hibe (5K USD), mentorluk ve iş planı sağlamak amacıyla Mart 2016'da başladı. Başlangıç hibesi ve mentorluğun ilk turu 37 işletmeye ulaştı (çoğunlukla BT, turizm ve tarımda).

Gelecekte, UNDP yeni kurulan şirketlerde finans kurumlarıyla daha yakın çalışmak istiyor. Bugüne kadar, birçok yeni girişiminde çok az büyüme potansiyeli olduğunu ve gelecekte belki de daha iyi seçim yapılması gerektiğini kaydetti. Ayrıca girişimciler, yatay iş büyümesinden nadiren yararlanarak (mevcut işletmelere yeni boyutlar ekleyerek) bunun yerine yenilerini başlatmayı tercih ederler.

Web sitesi: https://www.undp.org/

3-Tarım ve Sosyal Fon

Agro & Social Fund (eski adıyla VisionFund Arnavutluk), kırsal ve kentsel alanlarda özellikle tarımsal, küçük ve orta ölçekli işletme sektöründe sosyal ve ekonomik kalkınmaya yönelik bir finans kurumudur. Kaliteli hizmet, değer, saygı ve iletişimde şeffaflık, gizlilik, ayrımcılık yapmama ve aşırı borçlanmadan kaçınma sunar.

15.000 Euro'ya kadar işletme ve tarım kredileri, 7.500 Euro'ya kadar enerji verimliliği kredileri ile sosyal ve tüketici kredileri sunmaktadır. 736 eski işletmeye kıyasla KIVA tarafından finanse edilen (fon sağlayan ve riski garanti eden) 21 aktif kredi ile özel bir başlangıç kredisi ürününe sahiptir. Tarım ve Sosyal Fon, 6 aydan eski işletmelere sahip müşterilere hizmet vermektedir ve 2 yaşından küçük işletmelere sahip çok sayıda müşteriye sahiptir. Genel krediler son 12 aylık işlem geçmişine göre değerlendirilirken, start-up'lar 12 aylık projeksiyonlarına göre değerlendirilir.

Web sitesi: https://asf.al/en/

4-FED Yatırım

FED Invest, 1.080 köyü ve Arnavutluk kırsalının yaklaşık üçte birini kapsayan bir finansal hizmetler sağlayıcısıdır. 70 tasarruf ve kredi derneğinin birleşmesiyle kuruldu. FED Invest, daha önce Arnavutluk Tasarruf ve Kredi Birliği (ASCU) olarak biliniyordu. FED Invest'in misyonu, geleneksel bankacılık sisteminin dışında kalan kırsal kesimdeki insanlara üretken faaliyetleri teşvik etmek, yaşam standartlarını iyileştirmek ve kırsal kalkınmayı sağlamak için finansal hizmetler sunmaktır.

FED Invest birkaç yeni girişimi küçük hibelerle (1-2K EUR) destekledi, ancak maliyetin yanı sıra yeni başlayanları değerlendirme ve destekleme kapasitesinin daha fazlasına ulaşmanın önündeki önemli bir engel olduğunu kabul ediyor. Bununla birlikte, Avrupa Güneydoğu Avrupa Fonu'nun (EFSE DF) Geliştirme Kolaylığı ile Hollanda Dışişleri Bakanlığı ve Rabo Uluslararası Danışmanlık Hizmetlerinin (RIAS) birlikte FED'i kolaylaştırma taahhütlerini teyit etmesi nedeniyle, hızlı büyümeye hazırdı. Invest'in kırsal alanlar ve işletmeler için önde gelen bir finans kuruluşuna dönüşümü.

Web sitesi: https://www.fedinvest.al/

5-UniFin

UniFin'in misyonu, profesyonellik ve herkese kendini adama ile üyelerine tam finansal hizmetler sunmak, işbirliği ve karşılıklı yardımın yol gösterici ilkesiyle kar amacı gütmeyen bir kurum olarak faaliyet göstermektir. UniFin, start-up'ı 1 yıldan az faaliyete sahip herhangi bir işletme olarak tanımlar. Start-up'lardan gelen başvuruları otomatik olarak reddetmez, start-up için proje gelirine ek olarak başka bir gelir kaynağı arar. Yeni kurulan müşterilerin çoğu, yatırım maliyetlerinin %90-100'ünü karşılamak için kredi aramaktadır ve nadiren işletme sermayesi aramaktadır. UniFin eğitimi düşünmüştü, ancak şu anda bunu sağlamanın maliyetlerini karşılayacak bir stratejisi yok.

Website: http://www.unifin.al/

Slovenya: Slovenya, 2.000'den fazla yenilikçi başlangıç şirketine ve en az 100 dinamik bölgesel ve yerel başlangıç merkezine ev sahipliği yapmaktadır. Dünya Bankası'nın İş Yapma Kolaylığı küresel sıralamasına göre, Slovenya iş kurma koşullarına göre üst sıralarda yer alıyor.

1-Başlangıç:Slovenya

Slovenya, Slovenya'da yenilikçi girişimciliği destekleyen Sloven başlangıç ekosisteminin bağımsız bir açık platformudur. Slovenya'daki ve yurtdışındaki Sloven girişim ekosisteminin paydaş ağının teması, koordinatörü ve destekleyicisidir. Bu, hem girişimcileri, yatırımcıları, destekleyici ortamları, girişimci uzmanları ve meraklıları içerir. Startup ekosistemindeki faaliyetleriyle Slovenya'yı daha iyiye doğru değiştiren bireyler ve kuruluşlar. 2004 yılına dayanan Start:up Slovenya projesi, Sloven Girişim Fonu ve Ekonomik Kalkınma ve Teknoloji Bakanlığı'nın uzun yıllardır ortak olduğu Girişim Fabrikası tarafından yönetilmektedir.

Web sitesi: https://www.startup.si/en-us/about-us

2- Sloven Girişim Fonu

Girişimcilik için Slovenya Cumhuriyeti Kamu Fonu veya kısaca Sloven Girişim Fonu (Fon veya SEF), farklı kalkınma – mikro, küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ'ler) ticari yatırımları için finansal kaynaklara erişimi geliştirmek amacıyla kurulmuştur. KOBİ'lerin kurulması için mali kaynaklar ve Slovenya Cumhuriyeti'ndeki mikro finansman dahil. İş fikirlerini, tohum/startup'ları ve büyüme aşamasındaki işletmeleri desteklerler. Sağladıkları hizmetler şunlardır: ağ oluşturma ve eşleştirme, kaynak oluşturma ve pazarlara erişim. Fon her yıl kalkınma için uygun finansal çözümler sunuyor - Slovenya girişimci sektöründeki, büyük ölçüde geri ödenebilir araçlara (krediler, krediler için garantiler, sübvansiyonlu faiz oranları, risk sermayesi) sahip finansal araçlara dayanan finansal mühendislik yoluyla iş projeleri.

Website: https://www.podjetniskisklad.si/en

3-ABC First Growth

ABC First Growth Fund, ABC Accelerator ile birlikte çalışır. ABC Accelerator programlarını tamamlayan ve yatırım kriterlerini karşılayan her şirket, ABC First Growth'tan programı tamamlayan en iyi şirketlere 35.000 Euro'luk (39.000 ABD Doları) dönüştürülebilir tahvil şeklinde bir yatırım alabilir. Programın bitiminden sonra en iyi şirketleri izler, destekler ve finanse etmeye devam ederler. Melek, tohum ve A Serisi turlarınız için finansman sağlayarak sizi destekliyorlar.

Web sitesi: http://abcfirstgrowth.com/

4-Silikon Bahçeleri Fonu

Silicon Gardens Fund'ın temel amacı, yüksek büyüme potansiyeline sahip erken aşama başlangıç ekiplerinin uluslararası pazarları keşfetmelerini, fikirlerini doğrulamalarını ve daha fazla finansman için hazırlanmalarını sağlamaktır. Ana yatırımcılar, arkalarında başarılı hikayeleri olan ve portföy şirketlerine yardım ederek topluluğunda aktif olarak yer alan startup kurucularıdır. Sağladıkları faaliyetler: yatırım, mentorluk, bağlantı kurma, eko sistemi destekleme ve küreselleşme. Fonun odak noktası, erken aşamadaki teknoloji girişimlerinde girişimcilere deneyim, koçluk ve iş bağlantıları sağlayarak değer katmaktır. Önümüzdeki beş yıl içinde Fon, büyümesine yardımcı olacağımız seçilmiş 10 ila 30 şirkete 50.000€ ile 500.000€ arasında yatırım yapacak.

Web sitesi: https://silicongardens.si/sgfi/

5- Beceri Laboratuvarı 4.0

Proje, inovasyon ve işbirliği rollerinde orta ve üst düzey yöneticileri ve çalışanları hedefleyen işletmeler arası işbirliğine odaklanmaktadır. Yeni başlayanlar ve ölçek büyütmeler ve yerleşik - orta ve büyük ölçekli şirketler için yenilikleri test etmek ve geliştirmek için Laboratuar koşullarında işbirliği için bir model ve koşullar oluşturmak.

Modern teknolojilere ve inovasyona (Endüstri 4.0) odaklanarak uluslararası girişimleri, ölçek büyütmeleri ve belirli dikeylerde faaliyet gösteren yerleşik şirketleri sağlam bir sistem aracılığıyla birbirine bağlamak için şirketlerin personeline (yöneticiler ve çalışanlar) beceri geliştirme fırsatları sağlamak.

Türkiye: Türkiye'nin girişimcilik ekosistemi 2020'de benzeri görülmemiş seviyelerde yatırım faaliyeti gördü ve çeşitli melekler ve VC'lerden 155 start-up tarafından 2019'a göre %35'lik bir artışla toplam 143 milyon dolar artırıldı. Bu durum girişimcilere ekosistemin belirli bir olgunluk düzeyine ulaştığı umudunu veriyor, ancak önümüzdeki yıllarda büyümenin devam edip etmeyeceğini göreceğiz.

1-Alacrity Türkiye

Alacrity Türkiye, çalıştıkları yeni kurulan şirketlere ortalamanın çok üzerinde yerel ve uluslararası başarı şansı sağlamak için tüm bu varlıkları bir araya getiriyor. Wesley Clover International, Netas ve ZMT ortaklığıyla kuruldu. Kanıtlanmış fon modeli Kanada, İngiltere Galler, Lille Fransa, Pune Hindistan, Mexico City Meksika ve İstanbul Türkiye'de kurulmuştur. Ayrıca Singapur ve Şanghay Çin'e tanıtılıyor.

Fonlar çeşitli dağıtım aşamalarındadır ve ekosisteme ilaveler düzenli olarak düşünülmekte veya planlanmaktadır.

Web sitesi: https://www.alacrityturkey.com/program/

Faster Capital,

Türkiye'de faaliyet gösteren çevrimiçi bir kuluçka merkezidir.

Türkiye'deki girişimleri hızlandırmaya/kuluçkaya yatırmaya yardımcı olabiliriz. Genellikle, özsermaye başına iş sağlayarak yardımcı oluyoruz. İş, hisse başına teknik geliştirme veya hisse başına iş geliştirme olabilir. Ayrıca startuplara Raise Capital veya Türkiye'den veya dünyanın herhangi bir ülkesinden yeni başlayanlar için fon bulma konusunda yardımcı olabiliriz. Girişimlerin ve işletmelerin melek yatırımcılardan sermaye toplamalarına, Türkiye'deki Girişim sermayeleri tarafından finanse edilmelerine, diğer hızlandırıcılara/kuluçkalara (ortaklığımız olan) küçük işletme kredisi almalarına, küçük işletme hibeleri almalarına, kitle fonlaması yoluyla finansman almalarına, devlete başvurmalarına yardımcı oluyoruz. fon veya diğer fon Kaynaklar.

3-EquityNet

EquityNet, 2005'ten bu yana en büyük ticari finansman platformlarından birini işleten, kitle fonlaması ve piyasa finansmanı alanında tanınmış bir öncü ve yenilikçidir.

EquityNet platformu 10.000'den fazla şirkete sahiptir ve 500 milyon doların üzerinde işletme finansmanı sağlamaya yardımcı olmuştur. EquityNet, alanda birçok patenti elinde bulundurur ve girişimcilere ve yatırımcılara bağış toplama kampanyaları hazırlamak ve yürütmek için en ileri teknolojiyi sağlar.

Web sitesi: https://www.equitynet.com/about.aspx

Mısır: Mısır hem yatırımcılar hem de girişimciler için çok cazip bir pazar. 2019'da Mısırlı girişimler 95 milyon dolar değerinde 142 anlaşma imzaladı, bu da ülkenin MENA bölgesinde anlaşma sayısına göre ilk sırada yer aldığı ve Birleşik Arap Emirlikleri'ni ilk kez geride bıraktığı anlamına geliyor. Bu anlaşmaların yaklaşık üçte ikisi yabancı yatırımcılar tarafından kapatıldığından, ülke iş yapılacak bir yer olarak sadece daha heyecan verici hale geliyor.

1-MısırİnovasyonEgyptInnovate, yenilikçilerin ve girişimcilerin ilham aldığı, eğitim aldığı ve bağlantı kurduğu Mısır için çevrimiçi inovasyon merkezidir. Sizi ilham verici ve eğitici içerik, pratik araçlar ve şablonlar, dünyanın dört bir yanındaki yenilik merkezlerinden ve alanlardan ağlara erişim yolculuğuna çıkaracaklar. EgyptInnovate, Mısır'ın yenilikçilerini yerel ve küresel olarak ortaya çıkarmayı, düğümleri birbirine bağlamayı ve Mısır'ın yenilik ve girişimcilik ekosisteminin işbirlikçi topluluklarını oluşturmayı amaçlıyor. Ayrıca, yenilikçileri, girişimleri ve işletmeleri teknoloji ve inovasyon yönetimi konusunda eğitmeyi amaçlar.

Web sitesi: https://egyptinnovate.com/en

2-AfriLabs

AfriLabs, geliştiriciler, girişimciler ve yatırımcılar için buluşma noktaları ve topluluklar olarak hizmet veren, hızla gelişen teknoloji merkezleri inovasyon alanları etrafında bir topluluk oluşturmak amacıyla 2011 yılında kuruldu. sağlayan bir mekanizma olarak girişimlerin gelişimini desteklerler. ekonomik büyüme ve istihdamı artırır. Hizmetler: bilgi paylaşımı, kapasite geliştirme, programlar ve etkinlikler.

Web sitesi: https://www.afrilabs.com/

3-Kamelizer

Kamelizer, teknoloji girişimlerine Hizmetler, uzmanlık v[illegible] fazlasını sağlayan Mısırlı bir melek başlangıç stüdyosudur. Başlangıçlarını tohum aşamasından A serisi aşamasına dönüştürmek için fikirlerini şekillendirmede kurucuları desteklerler.

4- Mısır Girişimleri

Egypt Ventures, Mısır girişimcilik ekosistemini besleyerek, gelecekteki bilgi ekonomisine katkıda bulunarak ve iş fırsatları yaratarak Mısır ekonomisi ve insanları üzerinde derin bir etki yaratmaya odaklanan çok aşamalı bir yatırım aracıdır. açıklık. Egypt Ventures, risk sermayesi ve girişimcilik deneyimine sahip güçlü, profesyonel bir ekip tarafından yönetilmektedir. Uygulamalı yaklaşım ve destek, portföyümüzün büyümesini hızlandırmaya ve yeni pazarlarda genişleme potansiyellerini açığa çıkarmaya yardımcı olur.

Web sitesi: https://egyptventures.com/portfolio/

5-NANE Kuluçka Makinesi

MINT Incubator, Orta Doğu ve Afrika'nın önde gelen girişim yatırım gruplarından biri olan Cairo Angels ile ortaklaşa size geliyor. Kuluçka makinesi, hiçbir koşula bağlı olmayan girişimleri desteklemek için tasarlanmıştır. Programa kayıtlı girişimlere öz sermaye almayacağız ve borç vermeyeceğiz. Startup'lardan beklenen tek şey, işlerini bir sonraki seviyeye taşıma tutkusu ve kararlılığıdır. MINT Incubator, sadece bir fikre değil, halihazırda bir ürünü olan işletmeler için tasarlanmış 3 aylık yoğun bir programdır. Seçilen startup'lara işlerini bir üst seviyeye taşıma fırsatı sunmayı ve onları startup yatırımcıları için daha cazip bir yatırım fırsatı haline getirmeyi amaçlıyoruz.

Web sitesi: https://mint.eg-bank.com/Home/Incubator/About

Ek kaynakları şu adreste bulabilirsiniz: https://fi.co/insight/egypt-s-startup-resources-list-for-entrepreneurs-accelerators-incubators-investors

Ürdün: Ürdün'deki teknoloji tabanlı start-up'lar girişimcilik ekosistemini şekillendiriyor ve ülke genelinde istihdam yaratılmasına katkıda bulunuyor. Ürdün start-up sahnesinin hem bölgesel hem de uluslararası tanınırlığı var. Ürdün, MENA'nın Bilgi ve İletişim Teknolojisi (BİT) forumunun kilit oyuncularından biridir. Bununla birlikte, ülke şu anda Kuveyt ve bölgedeki diğer ülkelerden daha iyi performans gösteren Küresel Girişimcilik Endeksi'nde 49. sırada yer almaktadır.

1-Oasis500

Oasis500, Tech and Creative Industries'in ilk aşamalarında kârlı iş fikirlerine yatırım yapmak isteyen bir tohum finansmanı ve risk sermayesi kuruluşudur. Şimdiye kadar 130'dan fazla startup kurdular ve 8 milyon dolarlık yatırım, 100 mentor ve 100 melek yatırımcının yardımıyla 2.500 girişimciyi eğittiler. Eğitim ve mentorluk ile birlikte 50.000 USD'ye kadar yatırım yapıyorlar. Oasis500'ün süreci, bir fikri belirlemek, finanse etmek, hızlandırmak ve ardından onu bir iş ağına bağlamaktır. Bu süreç onları Ürdün'ün önde gelen tohum yatırım şirketi ve iş hızlandırıcısı yaptı.

Web sitesi: https://oasis500.com/en/

2-Dash Ventures

Dash Ventures, MENA bölgesinde uygulamalı destek sağlamak için yaklaşan işletmeler arayan bir risk sermayesi kuruluşudur. Onlar, uzun yıllara dayanan deneyime sahip girişimciler ve iş uzmanlarından oluşan özel bir ortaklıktır. Dash, girişimleri teknoloji, sağlık, finansal hizmetler ve hükümet gibi küresel bir endüstri ağına entegre eder. Bilgi teknolojisi, enerji verimliliği, yaşam tarzı tüketici markaları ve yaratıcı endüstrileri ele alan işletmelere odaklanırlar. Şimdiye kadar 2091 fincan kahve tüketerek 645 iş planını gözden geçirmelerine ve 8 şirketi mükemmelleştirmelerine yardımcı oldular.

Web sitesi: http://dashventures.com/

3- İş Geliştirme Merkezi Ürdün

Ürdün'deki İş Geliştirme Merkezi (BDC), Ürdünlü KOBİ'lerin, kadınların, gençlerin, girişimcilerin ve yerel ekonomik kalkınmanın ihtiyaçları için kapsamlı çözümler üretmiştir. Milyonlarca dolarlık projelerin ön saflarında yer aldılar ve hizmet sağlayıcılar, devlet kurumları, üniversiteler ve uluslararası ortaklardan oluşan bir iş ekosistemi ile birlikte çalışıyorlar. Geçen yıl boyunca çok şey başarmış olmalarına rağmen, bu onları gelecekte iyileştirme için yeni şeyler denemekten alıkoymaz. Yeni hedefleri arasında fon kaynaklarını çeşitlendirmek, yeni geliştirme hizmetleri bulmak, yeni ortakları ve bağışçıları çekmek için geçmiş başarılarını bir kaldıraç olarak kullanmak yer alıyor.

Web sitesi: http://www.bdc.org.jo/

4- Startup Grind Amaan

Dünyanın en aktif Startup Grind topluluklarından biri olan Startup Grind Amman, yeni başlayanlar, kurucular, yenilikçiler ve yaratıcılardan oluşan çevrimiçi bir topluluktur. Ürdün bölümü, yerel etkinliklerimiz, amiral gemisi konferanslarımız, başlangıç programımız, ortaklıklarımız ve çevrimiçi medya + içeriğimiz aracılığıyla bağlantı kurmak, öğrenmek, öğretmek, yardım etmek, inşa etmek ve ait olmak için benzer düşünen ancak farklı bireyleri bir araya getiriyor - toplu olarak dünya çapında 3,5 milyondan fazla kişiye ulaşıyor.

Website: https://www.startupgrind.com/amman/

5- Luminus Shamal Başlangıç

Luminus Education tarafından kurulan ve Avrupa Birliği tarafından finanse edilen Luminus Shamal Start, Ürdün'deki üreticilere, yenilikçilere ve girişimcilere – kuzey bölgelerine odaklanarak - ilerici fikirleri en iyi şekilde hizmet edebilecek gerçek projelere dönüştürmeyi kolaylaştıran kapsamlı bir ekosistem sağlamak için 2016 yılında başlatıldı. yerel topluluklar. Luminus Shamal Start, yenilikçi fikirlere ve girişimciliğe sıkı sıkıya inanır. Gençliğin potansiyelinin farkında olsak da, imalat ve ilgili hizmetler alanında fikir ve işlere olan ihtiyacı anlıyoruz. Luminus Shamal Start, Ürdün'ün önde gelen startup hızlandırıcısıdır.

Web sitesi: https://www.shamalstart.com/

SÖZLÜK:

Başlangıç: Gelir modeli, müşteri ve ürün gibi birçok bulanık şeye sahip, ürün odaklı özel teknoloji şirketi. Kişiye özel çözüm sağlayıcılar startup olarak değerlendirilmez.

Kurumsal Girişim: Yeni bir ürün veya hizmet başlatmak için kurulmuş bir şirketin bağlı kuruluşu

Girişim Sermayesi Fonları (VC): VC fonları, girişimlere yatırım yapan ve karşılığında azınlık hissesi alan yapılardır. Yatırım süreleri sınırlıdır ve genellikle 5-6 yıldır. Fon vadesi dolduğunda hisselerini çok daha yüksek fiyatlardan satmayı hedefliyor.

Kurumsal Girişim Sermayesi (CVC): CVC fonları, VC yapıları ile aynıdır, tek fark bu fonun tek bir şirket tarafından finanse edilmesidir. (ör. Intel Capital)

Tohum Öncesi Yatırım: Bir ürün fikrinin uygulanabilirliğini oluşturmak ve göstermek için kullanılan ilk finansman turu.

Tohum Yatırım: ürün/pazar uyumuna ulaşmak için kullanılan finansman turu. Bu aşamadaki girişimlerin çalışan bir ürünü ve bazı erken ölçümlere sahip bazı ödeme yapan müşterileri var.

Seri A: Bir girişimi büyütmek için kullanılan finansman turu. Bu aşamadaki girişimler, ürün/pazar uyumuna ulaşmış ve sürekli müşterilere sahip olmuştur. Genellikle bir girişimin bir risk sermayesi firmasından aldığı ilk finansman turudur.

Seri B, C, D, E.: Bir önceki tura kıyasla daha yüksek değerlemelere sahip VC'ler tarafından yapılan fonlama turları.

3.3 Pratik Araçlar

Bu pratik araçlar, gençler, kadınlar veya birlikte çalıştıkları diğer gruplar için girişimcilik eğitimini ve eğitimini teşvik etmek için eğitmenler ve kolaylaştırıcılar için faydalı olabilir.

1- Girişimcilik Kafe

Temalar:	Girişimcilik kavramının genel anlayışı ve onunla ilgili terimler
Grup boyutu	15–30
Zaman:	60 Dakika
Hedefler	Girişimcilik kavramının farkındalığını ve anlayışını artırmak ve tüm grup üyelerinin aynı seviyede olmasını sağlamak
Malzemeler	Flipchart'lar, kağıtlar ve işaretleyiciler
Genel bakış:	Etkinliğin temel amacı, grubu girişimcilik dünyasına tanıtmaktır. Etkileşimli sohbetler aracılığıyla katılımcılar sosyal girişimcilik, melek iş modelleri, iş modelleri vb. gibi çeşitli konular hakkında bilgi edinebilirler. Karmaşıklık seviyesi başlangıç/orta düzeydedir ve bu alıştırmayı bir kurs açmak ve kavramın aynı şekilde anlaşılmasını sağlamak için kullanabilirsiniz.
Hazırlık:	Odayı masa ve sandalyelerle veya arabaların etrafında birkaç tartışma köşesine yerleştirin. Gruba ne sunmak istediğinize bağlı olarak her köşede farklı bir konu olacaktır/örneğin sosyal girişimcilik, iş meleği, iş ve sosyal girişim arasındaki fark vb. Büyük gruplar daha küçük ekiplere ayrılır (en fazla 4-6 kişi).). Her grup belirli bir zamanda masadan masaya geçecektir. Masalarda tartıştıkları konseptle ilgili gerçekleri içeren özel kartlar olacak. Ekip olarak katılımcılar bu noktada internet kullanımına izin verilmeden hangilerinin doğru olduğunu tartışmak zorunda kalacaklar. Kolaylaştırıcı, grupların bir sonraki tartışma köşesine (veya masaya) geçmesi için her 8-10 dakikada bir işaret verecektir. Son turda her grubun somut konuyu daha derinlemesine tartışmak için 20 dakikası olacak, tekrar doğru kartları seçecek ve anlayışlarını ve tanımlarını oluşturacaklar. Daha sonra her grup, somut konu hakkında öğrendiklerini diğerine sunmak zorunda kalacaktır.
Kolaylaştırıcılar iöin ipuçları:	Farklı deneyimlere sahip olduklarını biliyorsanız grupları karıştırın, böylece akranlar arası öğrenmeyi teşvik edebilirsiniz. Her sunumdan sonra gerekli olanı ekleyin ve bir bilgilendirme ile tartışmayı açın.

2- Bulmaca girişimciliği

Temalar:	Genel girişimcilik anlayışı
Grup boyutu	10-30
Zaman:	45 Dakika
Hedefler	Girişimciliğin farklı yönleri hakkında farkındalık yaratmak ve grubun ortak anlayışını sağlamak
Malzemeler	Sunumlar, A4 kağıtlar, kalemler, renkli, oklar, basılı tanımlar ve manşetler.
Genel bakış:	Etkinliğin temel amacı, grubun genel konsepti hakkında farkındalık yaratmak ve ortak girişimcilik anlayışını sağlamaktır. Aktiviteden önce odayı, sahip olduğunuz gruplara bağlı olarak birkaç köşeye ayırarak hazırlamanız gerekir. Her grubun 5-6 kişiden fazla olmaması tavsiye edilir. Tartışmak istediğiniz tanımları ve terimleri hazırlayın, her takım için yazdırın. Ardından her takım için başlıkları ve okları yazdırın.
Adım Adım	Aktiviteye birkaç genel soru sorarak başlayın: kimlerin girişimcilik deneyimi var, ne olduğunu biliyorlar mı, vb. Daha sonra daha küçük grupları oluşturun ve onlara basılı terimlerin tanımlarını, manşetleri, basılı okları verin. Her takım, manşetleri basılan tanımlarla eşleştirmek zorunda kalacak. Bir sonraki adım - tüm terimler arasındaki bağlantıları bulmaları ve daha sonra büyük grupta açıklamaları gerekiyor.
Kolaylaştırıcılar lçin ipuçları:	Bu aktivite, soruları oluşturmanıza yardımcı olacak grup deneyimi hakkında belirli bir bilgiye sahip olduktan sonra yapılması daha iyidir, böylece aktivite ve öğrenme çıktısı daha yüksek olacaktır.

3-SWOT Analizi

Amaç: Bu alıştırmanın arkasındaki fikir, katılımcının iş fikirlerinin başına gelebilecek güçlü noktalar, zayıf noktalar, fırsatlar ve tehditler hakkında eleştirel düşünmesini sağlamaktır.

Süre: 30 dakika

Kolaylaştırıcılar için ipuçları: El notlarını (Ek 11) katılımcılara dağıtın ve tüm kutuları doldurmaları için onlara 20 dakika bırakın. Ardından 10 dakika boyunca yazdıkları noktaları tartışın ve öneri veya tavsiyelerde bulunun.

4-Sosyal Kavanoz

Temalar:	Yaratıcı düşünme, sosyal girişimcilik
Grup boyutu	10-30
Zaman:	60-90 Dakika
Hedefler	Sosyal girişimciliğimiz hakkında farkındalık yaratmak, yaratıcı düşünmeyi teşvik etmek
Malzemeler	Katılımcı sayısına göre kağıt ve keçeli kalemler, birkaç büyük kavanoz, eski dergi/gazete, makas, yapıştırıcı
Genel bakış:	Etkinliğin temel amacı, katılımcıları yaratıcı olmaya teşvik etmek, girişimci düşünce tarzını teşvik etmek ve sosyal girişimcilik hakkında konuşmaktır.
Hazırlık:	Güvenli ve rahat bir ortam yaratın ve ilk günlerde bu aktiviteyi kullanmayın - katılımcıların daha önce birbirlerini tanımasına izin verin (ekip oluşturulup bağlandıktan sonra kullanılması daha iyidir).
Adım adım	Rastgele küçük insan grupları oluşturun. Yerel topluluklarında karşılaştıkları en yaygın sorunları tartışmalarına izin verin veya başka bir seçenek, onlara örneğin geri dönüşüm veya göçmen entegrasyonu gibi somut bir fikir/konu veya sorun vermektir. Ana konulara sahip olduğunuzda, tartışmalardan çıkan veya sizin tarafınızdan hazırlanan somut konuları içeren kağıtları koyduğunuz Sosyal kavanozlar-büyük kavanozlar yaratırsınız. Bir sonraki adım, sosyal kavanozlarınız etrafında ilgi grupları oluşturmaktır. Her grup birlikte üzerinde çalışmak istedikleri bir sosyal mücadeleyi seçebilir. Her gruba bir paket eski gazete ve dergi, makas, yapıştırıcı ve büyük kağıt tahtası verin. Her gruba en az 30 dakika verin. Konuyu küçük bir ekip halinde tartışmaları ve Fikir Kurullarını oluşturmaları/gazete ve dergilerden/ sorunu çözme fikirlerini büyük bir flipchart üzerinde sunmaları gerekir. Para, finans, risk yönetimi, test etme, iş modelleri vb. gibi pratik şeyler olmadan yalnızca fikrin kendisine - ürün, yenilik veya çözüme odaklanmaları gerekir.
Sorular için bilgi alma:	1. Başlatmanın veya başlatmanın en önemli kısmı nedir? 2. Fikir/inovasyon/ürün üretmeden önce konuyu bilmek ne kadar önemlidir? 3. Toplumsal sorunlara çözüm bulmanın en zor yanı nedir? 4. Sıradan işlerin sosyal başlangıçlardan ne kadar farklı olduğunu düşünüyorsunuz? 5. Sosyal girişimin en önemli unsurları nelerdir?
Kolaylaştırıcılar için ipuçları	Farklı deneyimlere sahip olduklarını biliyorsanız grupları karıştırın, böylece akranlar arası öğrenmeyi teşvik edebilirsiniz. Her sunumdan sonra gerekli olanı ekleyin ve bir bilgilendirme ile tartışmayı açın.

Sosyo-Kültürel Katılım.

4. Sosyo-Kültürel Katılım

Her ülkede bazı gruplar siyasi, ekonomik ve sosyal hayata tam olarak katılmalarını engelleyen engellerle karşılaşmaktadır. Bu gruplar yalnızca yasal sistemler, arazi ve işgücü piyasaları yoluyla değil, aynı zamanda ayrımcı veya damgalayıcı tutumlar, inançlar veya algılar yoluyla da dışlanabilir. Dezavantaj genellikle diğer faktörlerin yanı sıra cinsiyet, yaş, konum, meslek, ırk, etnik köken, din, vatandaşlık durumu, engellilik ve cinsel yönelim ve cinsiyet kimliği boyutları arasında olabilen sosyal kimliğe dayanır. Bu tür bir sosyal dışlanma, bireylerin onurunu, güvenliğini ve daha iyi bir yaşam sürme fırsatını elinden alır. Sosyal hayata katılım konusunda en dezavantajlı gruplardan biri de kadınlar.

UNESCO'nun kültürel istatistik el kitabından (UNESCO 2012: 51) operasyonel tanım alındığında, kültürel katılım "bireyler için, kendi kültürel ve bilgisel kapasitelerini ve sermayelerini artırmanın bir yolunu temsil eden ve kendi yaşamlarını tanımlamaya yardımcı olan herhangi bir faaliyete katılım olarak tanımlanabilir. ve/veya kişisel ifadeye izin verir". Bu tür faaliyetler pek çok biçimde olabilir - hem sanat yaratmak, hatta bir kültürel organizasyon için gönüllü olmak gibi aktif, hem de film izlemek gibi pasif olmak üzere - ve internet de dahil olmak üzere çeşitli resmi veya gayri resmi kanallar aracılığıyla gerçekleşebilir.

İnsanlar, geleneksel veya daha çağdaş formatlarda sanat yaratmaya veya üretmeye ek olarak, örneğin yönetim kurulu üyesi olarak gönüllü olarak, rehber olarak veya kültürel faaliyetlerde bulunan kuruluşlar için diğer kapasitelerde kültüre katılırlar. Kültür kurumlarına yapılan özel bağışlar da bir katılım biçimi olarak düşünülebilir, ancak mevcut verilere ulaşmak zor. Daha genel olarak, bu tür angajman türleri ve seviyeleri, kültürel altyapıyı inşa etme ve sürdürmede özel katılımın ulusal gelenekleri boyunca farklılık gösteriyor gibi görünmektedir. Kültürden zevk almak (veya bazılarının dediği gibi, tüketmek) de genellikle kültürel katılım olarak kabul edilir. Kitap okumak, bir müzeyi, miras alanını veya kütüphaneyi ziyaret etmek, bir konsere, tiyatroya veya dans gösterisine katılmak ve hatta televizyonda kültürel bir program izlemek, insanların kültürel yaratımlar ve kurumlarla ilişki kurma yollarından sadece birkaçıdır.

Aktif katılım gibi, pasif katılım biçimleri de çevrimiçi kanallar aracılığıyla gerçekleşebilir ve gazete makalelerini okumayı (2013 Eurobarometer'e göre en yaygın kullanım), kültürel etkinlikler veya ürünler hakkında bilgi aramayı (en yaygın ikinci kullanım), müze ziyaretini içerebilir. web siteleri, kültürel bloglar okumak, kültürel ürünler satın almak, oyun oynamak ve müzik dinlemek.

Öte yandan, sosyal katılım, kadınları güçlendirmek ve onları toplumlarında değişimin aktörleri yapmak için çok önemli bir bileşendir. Sosyal katılım temel olarak katılmak anlamına gelir, bir şeye katılmak, aynı zamanda aktif bir rol oynamak, bu bağlamda toplumu etkileyen kamu kararlarını etkilemek. Bu aktif bakış açısıyla ele alındığında, katılım, topluluğun ortak iyinin ne olması gerektiğini anladığına dair kolektif bir tanım gerektirir.

Katılımın bu kavramsal vizyonu sayesinde, özne olarak kadınlar ve erkekler artık planlama süreçlerinde ve kamu yönetiminde pasif bir rol oynamamaktadır; bunun yerine, sosyal ağların üyeleri, kolektifler veya bireysel paydaşlar olarak, kendilerini etkileyen kamu kararlarında yer almak için bir dizi olasılığa sahip, kendi önemleri olan sosyal failler olarak merkezi bir rol üstlenirler.

SÖZLÜK:

TOPLUM: Genellikle yerel düzeyde toplumun coğrafi bir alt kümesi olan "topluluk", normlar, din, ortak çıkarlar, gelenekler, değerler ve sivillerin ihtiyaçları gibi ancak bunlarla sınırlı olmayan ortak noktalarla tanımlanabilir. Bir topluluk durağan veya kapalı değil, iç ve dış inşa ve yeniden yapılanmaya bağlı olarak sürekli gelişen bir topluluktur.

TOPLUM KATILIMI: Yerel kapasiteleri, topluluk yapılarını ve yerel mülkiyeti güçlendirmenin yanı sıra çeşitli ortamlarda şeffaflığı, hesap verebilirliği ve optimal kaynak tahsisini geliştirmek için karar alma ve uygulamanın tüm yönlerine yerel nüfusu doğrudan dahil etmek için stratejik bir süreç. Barış inşası ve barışın sürdürülmesi bağlamında, topluluk katılımı genellikle barış inşası alanında çalışan aracılar olarak çok çeşitli yerel sivil toplum aktörleriyle ortaklıklar yoluyla yapılır.

SİVİL TOPLUM: Toplulukların veya toplulukların ortak çıkarlarını, değerlerini, amaçlarını veya hedeflerini ilerletmek için resmi veya gayri resmi olarak hareket eden veya örgütlenen bireyler, kuruluşlar, sosyal hareketler, ağlar veya koalisyonlardan oluşan herhangi bir kolektif sivil arenayı içeren geniş bir kavramdır. BM'nin barışı inşa etme ve barışı sürdürme konusundaki angajmanı bağlamında, sivil toplumun kapsamı bunlarla sınırlı olmamak kaydıyla şu şekilde tanımlanabilir: insan hakları savunucuları; bağımsız medya (çevrimiçi, çevrim dışı); inanç temelli örgütler ve liderler; sivil toplum örgütleri; toplum temelli gruplar; sendikalar dahil meslek grupları veya dernekler; kadın grupları; Gençlik grupları; kendini sivil toplum olarak kabul eden dini, kültürel, kabilesel veya diğer gayri resmi kuruluşlar ve sivil hareketler; marjinalleştirilmiş veya yeterince temsil edilmeyen toplulukları temsil eden gruplar; sosyal medya toplulukları; ve akademik kurumlar (okullar, üniversiteler, araştırma kurumları). Ayrıca sivil toplum, gayri resmi toplantıları veya çok paydaşlı ağları ve koalisyonları içerebilir. Sivil toplum içindeki yerel aktörlerin kimliğinin değişken olabileceğini ve çatışmalardan etkilenen durumlarda bağlama bağlı olabileceğini belirtmek önemlidir.

4.1 Kadınların sosyo-kültürel katılımının Rolü ve Önemi

Kadınlar, özellikle gelişmekte olan ülkelerde sosyo-ekonomik dönüşüm sürecine katkıda bulunmak için çok önemli bir role sahiptir. Kadınların hayati bir ekonomik aktör olarak tam katılımı olmadan, ekonomik ve sosyal kalkınmaya yönelik etkili programların yanı sıra sürdürülebilir büyümenin uygulanması mümkün değildir. Sürdürülebilir kalkınma, insan toplumlarının, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden yaşaması ve ihtiyaçlarını karşılaması gerektiği fikridir.

Sosyal ve Kültürel yön, sürdürülebilir kalkınmanın temel direklerinden ikisidir. Bu bağlamda, bu iki yön şu şekilde tanımlanabilir:

Sosyal Yön- barışı ve temel insan ihtiyaçlarının karşılanmasını garanti eden demokratik ve kapsayıcı bir sosyal ortam.

Kültürel Yön - kültürel çeşitliliğin korunması ve sanat, bilim ve teknolojideki başarıları ile evrensel kültüre erişim esastır.

Küresel çapta kamu katılımının derinleşmesi ve genişlemesiyle birlikte, kadın topluluklarının toplumla etkileşiminin önemi, iyi işleyen yirmi birinci yüzyıl demokrasileri için çok önemli hale geldi. Topluluklar ve hükümet kurumları arasındaki yapıcı ilişkiler, topluluk katılımını yalnızca arzu edilir değil, aynı zamanda daha adil, sürdürülebilir kamu kararlarına yol açması ve yerel toplulukların yaşanabilirliğini iyileştirmesi muhtemel olduğundan gerekli ve uygulanabilir kılar. Bu nedenle topluluk katılımı bireyler, kamu kuruluşları ve hükümetler için önemlidir.

Geleneksel, yönetici liderliğindeki yaklaşımların etkisiz olduğu durumlarda, hizmetlerin tasarımı ve/veya sunumuna yönelik işbirlikçi yaklaşımında kadınların topluma katılımı önemlidir. Herhangi bir topluluktaki - aşırı derecede kapsayıcı olmasa da geleneksel yaklaşımların etkisiz kaldığı - sorunların karmaşıklığı için, topluluk katılımı, toplulukların ihtiyaçlarının ve isteklerinin daha iyi anlaşılmasını sağlar.

• Kadınların topluluğa katılımı, uyumlu topluluklar oluşturur ve sürdürür

Topluluk katılımı önemlidir, çünkü öncelikle, kuruluşların ve toplulukların sosyal sermaye yaratmak için kararlar alabilecekleri bir diyaloğun parçasıdır.

Kadınların topluluğa katılımının önemine ilişkin ilgi çekici hikayeler, yerel topluluklarda ve hükümet politikalarında ve yalnızca günlük yaşamları ve toplulukların yaşanabilirliğini zenginleştirmekle kalmayan, aynı zamanda bir topluluğun geleceğini şekillendirmeye ve tasavvur etmeye yardımcı olan ve beraberinde getiren hükümet politikalarında değişiklik yaratmak (veya gerçekten engellemek) arasında değişir. sadece daha geniş toplumsal değişim değil, aynı zamanda küresel etkiler.

• **Kadınların topluma katılımı iyileştirilmiş sonuçlara yol açar**

Topluluk katılımı önemlidir ve devlet kurumları ve kamu karar alma kurumları toplulukların özlemlerini, endişelerini ve değerlerini araştırdığında ve bu topluluklar da özlemlerini, endişelerini ve değerlerini yönetim kurumlarıyla paylaştıklarında topluluklar için daha iyi sonuçlara yol açabilir. Karar verme süreçlerine dahil edildiğinde, kamu karar vericileri daha iyi bilgilendirilir ve topluluk ihtiyaçlarını daha iyi karşılayabilir. Bu süreci daha kapsayıcı hale getirmek ve daha iyi sonuçlar elde etmek için kadınların katılımı bir zorunluluktur. Devlet kurumları ve topluluklar arasında da kapsayıcı, sürdürülebilir ve etkili ortaklıklar kurmak, daha büyük bir topluluk mülkiyeti duygusu ve toplumun benzersiz isteklerine göre uyarlandığı için hizmetlerin daha iyi alınması ile sonuçlanır.

•**Toplumda kadınların katılımı, erişim ve topluluk güçlendirme sağlar**

Anlamlı, kapsayıcı topluluk katılımı, topluluk refahı için önemlidir, hatta kritiktir.

Topluluk üyelerinin eldeki konularda bilgilendirildiği ve eğitildiği erişim ve kapsayıcılık değerleri aracılığıyla anlaşıldığında, kadınlar ve vatandaşlar katılıma anlamlı bir şekilde katkıda bulunabilir ve bu faaliyetleri şekillendirme kapasitesine sahiptir. Güçlendirme ve katılım fikirleri üzerine inşa edilen insanların refahı, kişinin yaşamının tüm yönlerine anlamlı bir şekilde katılmayı içerir. Topluluk katılımı, daha sonra, topluluk üyelerinin değerli sosyal ortamlara ve etkinliklere erişmelerini, bu faaliyetlere anlamlı bir şekilde katkıda bulunabileceklerini hissetmelerini ve tam olarak katılmalarını sağlayan işlevsel yetenekler geliştirmelerini sağlar. Farklı sesleri dahil ederek, genellikle marjinalleştirilmiş veya gözden kaçan sesler, toplulukları içinde günlük yaşamlarını etkileyen karar alma süreçlerine katılmaları için aktif olarak yetkilendirilir.

• **Kadınların topluma katılımı, yerel yönetimlerin sürdürülebilir kararları teşvik etmesine yardımcı olur**

Topluluk katılımı, hükümetlerin karar alma süreçlerinin verimliliğini, meşruiyetini ve şeffaflığını geliştirmesine yardımcı olur. Kadın katılımını benimseyerek ve teşvik ederek, politika yapıcıların kendileri için önemli olan konularda ihtiyaçlar, görüşler ve vizyonları ile ilgilenerek ve dikkatli bir şekilde haritasını çıkararak daha bilinçli kararlar vermelerini sağlar. Karar vericiler de dahil olmak üzere tüm katılımcıların ihtiyaçlarını ve çıkarlarını tanıyarak ve ileterek sürdürülebilir kararları teşvik eder.

• **Kadınların topluluğa katılımı, sosyal dönüşümü yönlendirir**

İşbirliğine vurgu ve karar alma üzerinde etki vaadi ile, toplumsal dönüşümü yönlendirdiği için kadınların topluluğa katılımının önemi açıktır. Sadece farkındalığı artırmak için değil, aynı zamanda tutkulu olan, seslerini duyurabilmeleri için seslerini yükselten savunuculuğu teşvik eder.

4.2 Kadınların Sosyo-Kültürel Katılım Fırsatları

Kültüre katılmak ve sanat ve mirasla karşılaşmak, bireyleri çevrelerindeki dünya hakkında çeşitli fikirler ve bakış açılarıyla temasa geçirir. Kültüre bu şekilde maruz kalmanın insanlara "sosyal eylem ve ilişkiler için daha fazla çeşitlilikte seçenekler" sunduğu ve yeni yollarla düşünmeyi teşvik ettiği söylenir. Ayrıca, sanat ve mirasla karşılaşmalar, insanları hem benzer ilgi alanlarını ve değerleri paylaşanlarla hem de farklı olanlarla temasa geçiren "özenle sosyal olaylardır".

Beste yapma, yazma, şarkı söyleme, dans etme ve diğer etkinlikler yoluyla sanat yaratma, kişinin duygularını, bakış açılarını ve kimliklerini ifade etmesine olanak tanır. Sanatsal yaratım, kişinin kendi kimliğini keşfetmesi ve şekillendirmesi ve benlik saygısı ve güven oluşturması için fırsatlar sunar. Kendi kimliklerinden daha emin olanlar, daha az güvensizlik duygusuna ve "öteki" korkusuna sahip olabilir ve bu nedenle daha hoşgörülü, saygılı ve açık olabilirler (ancak her zaman değil). Kültürel faaliyetlere katılım, paylaşılan anlatıların ve paylaşılan değerlerin yaratılmasına da yol açabilir.

Topluluk Katılımı Formları:

Doğrudan Hizmet: Acil topluluk ihtiyaçlarını karşılamak için kişisel zaman ve enerji vermek. Örnekler arasında ders vermek, barınakta yemek servisi yapmak, ev inşa etmek veya onarmak ve mahalle parkı temizliği sayılabilir.

Topluluk Araştırması: Varlıkları ve mevcut sosyal sorunlardan nasıl etkilendiği hakkında bilgi edinmek için bir topluluğu keşfetmek. Bu topluluk katılımı biçimi, diğer çabaların üzerine inşa edebileceği bilgi sağlar.

Savunuculuk ve Eğitim: Çeşitli ikna yöntemlerinin kullanılması (örneğin, dilekçeler, yürüyüşler, hükümet veya kurumsal karar vericileri topluma fayda sağlayacak seçimler yapmaya ikna etmek için mektup yazma. genel halka yazılı materyaller veya okullarda eğitim faaliyetleri sağlanması.

Kapasite Geliştirme: Bir topluluğun farklı kesimleriyle birlikte çalışmak ve sorunları çözmek ve onu daha iyi bir yer haline getirmek için mevcut varlıkların üzerine inşa etmek. Topluluktaki herkesin topluluğun nasıl olması gerektiği ve oraya nasıl ulaşılacağı konusunda söz sahibi olması için bir alan yaratmak.

Siyasi Katılım: Kampanya ve oylama gibi hükümet süreçlerine katılmak. Bu, sorumlu bir şekilde oy vermek için yerel, ulusal ve küresel topluluklardaki sorunlar hakkında bilgi sahibi olmayı ve güncel sosyal meseleler hakkında söylem ve tartışmalara katılmayı içerir.

Sosyal Sorumluluk Sahibi Kişisel ve Mesleki Davranış: Kişisel veya mesleki kararlar alırken başkalarının refahına karşı sorumluluk duygusunu sürdürmek. Birinin kariyerini veya mesleki eğitimini topluma fayda sağlamak için kullanmak. Bu kategori, kişinin değerlerine bağlılığını yansıtan kişisel yaşam tarzı seçimlerini tanımlar: geri dönüşüm, hibrit araba veya işe bisikletle gitmek; adaletsiz kurumsal politikalar nedeniyle belirli ürünleri satın almak veya almamak veya sosyal olarak adil önceliklere sahip şirketler için çalışmayı seçmek.

Hayırsever Bağış: Fon veya ihtiyaç duyulan eşyaların bağışlanması; bağış toplama etkinlikleri düzenlemek veya katılmak. Derneklere Katılım: Sivil dernekler, spor ligleri, kilise koroları ve okul kurulları dahil olmak üzere topluluk oluşturma çabası için bir temel sağlayan sosyal ağları geliştiren topluluk kuruluşlarına katılmak.

4.3 Pratik Araçlar

Giriş Egzersizi	
Temalar	Giriş Egzersizi (Buz Kırıcı)
Grup boyutu	Herkes
Zaman	30 Dakika
Hedefler	Bu buz kırıcı, katılımcıların birbirlerini daha iyi tanımalarını sağlayacaktır. Kolaylaştırıcı, katılımcıların daha sonra ele alınacak belirli bir konuyu tartışmaya başlaması için soruları kolayca uyarlayabilir. Katılımcılar ayrıca seansla ilgili duygu ve beklentilerini paylaşabileceklerdir.
Malzemeler	Müzik üretebilen herhangi bir cihaz
Genel bakış:	Katılımcılar boş bir alan etrafında farklı taraflarda dururlar. Müzik başladığında rastgele hareket etmeye başlarlar. Müzik durduğunda bir eş seçtiler. Müziği durdururken eğitmenin açıkladığı konuyu çiftlerden tartışmaları istenir. Müzik tekrar başlayınca tekrar hareket etmeye başlarlar ve başka bir ortak seçerler ve başka bir konu için tartışırlar.
Hazırlık:	Önceden hazırlığa gerek yok. Sadece müziği aç!
Kolaylaştırıcılar için ipuçları	Dikkate alınacak konular: Dün gece ne yaptım? Bu hafta sonu ne yapacağım? Nasıl bir evim var? Nasıl bir ailem var? Hayatımda benim için önemli olan nedir? Hobilerin neler? Sen boş zamanlarında ne yaparsınız?

Sosyal ve Kişisel Kimlik Çarkı	
Tema	Sosyal ve Kişisel Kimlik Çarkı
Grup boyutu	10-30
Zaman	30 Dakika
Hedefler	• Katılımcıları, kimliklerini ve farklı sosyal bağlamlara bağlı olarak kimliklerimizi nasıl farklı şekilde ifade ettiğimizi derinlemesine düşünmeye ve düşünmeye teşvik etmek. Bir kimlik az ya da çok ifade edilebilir. • Bazı kimlikleri diğerlerine göre normalleştirmek için ayrıcalığın nasıl çalıştığını açıklayın. • Katılımcıları başkalarıyla ortak kimlikleri ve ev, iş, topluluk içindeki kimlik çeşitliliği konusunda duyarlı hale getirmek ve empatiyi teşvik etmek..
Malzemeler	Bireysel katılımcılar Sosyal ve Personel Kimlik Çarkının kopyaları (Ek 12 ve 13)
Genel Bakış	Sosyal Kimlik Çarkı çalışma sayfası, katılımcıları sosyal olarak tanımladıkları çeşitli yolları, bu kimliklerin farklı zamanlarda nasıl görünür hale geldiğini veya daha keskin bir şekilde hissedildiğini ve bu kimliklerin başkalarının onları nasıl algıladığını veya onlara nasıl davrandığını nasıl etkilediğini belirlemeye ve yansıtmaya teşvik eden bir aktivitedir. Çalışma sayfası, katılımcıları çeşitli sosyal kimlikleri (ırk, cinsiyet, cinsiyet, engellilik durumu, cinsel yönelim vb.) doldurmaya ve bu kimlikleri kendi algılarında en önemli olan ve diğerlerinde en önemli olana göre kategorize etmeye teşvik eder. onların algısı. Sosyal Kimlik Çarkı, katılımcıları kişisel ve sosyal kimlikleri arasındaki ilişkiler ve uyumsuzluklar üzerinde düşünmeye teşvik etmek için Kişisel Kimlik Çarkı ile birlikte kullanılabilir.
Hazırlık:	Kişisel Kimlik Çarkını dağıtın ve katılımcılardan bunu bireysel olarak tamamlamalarını isteyin. Gönüllülerden daha büyük grupla paylaşmalarını isteyin. Sosyal Kimlik Çarkını dağıtın ve katılımcılardan düşünmelerini ve ardından daha büyük grupla paylaşmalarını isteyin. Katılımcılara iki tekerlekte neyi farklı bulduklarını sorun; Kişisel Kimlik Çarkının doldurulması daha kolay olacak, Sosyal Kimlik Çarkı biraz rahatsız edecek. Nedenini sorun, farkı açıklayın ve farklı kimlikler hakkında sohbet edin.
Kolaylaştırıcılar için ipuçları	Dikkate alınması gereken sorular Sosyal kimliğinizin hangi yönleri size özellikle anlamlı geliyor ve neden? Sosyal kimliğinizin hangi yönleri size anlamlı gelmiyor ve neden? Bugünden önce aklınıza gelmeyen var mı, varsa neden böyle düşünüyorsunuz? Yakın çevrenizdeki kimlikleri sizin için daha seçkin kılan ne gibi deneyimler yaşadınız? Neden bazı kimlikleriniz hakkında diğerlerinden daha fazla düşünüyorsunuz? Kimlikleriniz, bu gruba ve parçası olduğunuz diğer gruplara ait olma duygunuzu nasıl etkiliyor?

Issız Bir Adada Kaybolmak	
Tema	Ekip Oluşturma Etkinliği
Grup boyutu	8-15
Zaman	40 Dakika
Hedefler	Bu aktivite, katılımcının birbirini daha iyi tanımasını ve yaratıcı olmasını sağlayacaktır. Ayrıca, verilen senaryoya bir çözüm için eleştirel düşünmelerini ve aralarında koordinasyon sağlamak için ekipler halinde çalışmalarını sağlayacaktır.
Malzemeler	Malzeme gerekmez
Genel Bakış	Bu, aynı zamanda insanların kendileri hakkında biraz bilgi paylaşmalarına yardımcı olan bir ekip oluşturma etkinliğidir. Herkesin kaybolduğu ve ıssız bir adada mahsur kaldığı senaryosu göz önüne alındığında, her kişi yanlarında getireceği bir nesneyi ve nedenini açıklar.
Hazırlık:	Durum korkunç - bir gemi kazasının ardından herkes ıssız bir adada mahsur kaldı! Her kişinin adaya bir nesne getirmesine izin verilir - ideal olarak onları temsil eden veya hoşlandıkları bir şey. Bu buz kırıcının ilk kısmı basittir: her kişiden hangi nesneyi ve neden getireceğini açıklaması istenir. Gerçekçi olmak zorunda değil; eğer biri müziği seviyorsa, gitar getirmeyi seçebilir veya bir hayvansever bir köpek getirmeyi seçebilir, bir yemek sever bir bonfile biftek getirmeyi tercih edebilir, vb. İnsanları yaratıcı olmaya teşvik edin. Herkes nesnesini ve neden bu nesneyi seçtiklerini tanıttıktan sonra ekip oluşturma gelir. Daha küçük gruplara ayrılın ve herkesten ortaya koydukları çeşitli nesneleri birleştirerek hayatta kalma şanslarını artırmak için birlikte çalışmalarını isteyin. Gerekirse, daha fazla nesne ekleyebilirsiniz, ancak herkesin bahsettiği tüm nesneleri kullandığınızdan emin olun.
Kolaylaştırıcılar için ipuçları	Dilerseniz en yaratıcı grubu bir ödülle ödüllendirebilirsiniz.

Dijital Okuryazarlık

5. Dijital Okuryazarlık

Dijital okuryazarlık nedir?

Dijital okuryazarlık, bireyin çeşitli dijital platformlarda yazarak ve diğer medya aracılığıyla bilgileri bulma, değerlendirme ve açık bir şekilde iletme yeteneğini ifade eder. Bireyin dil bilgisi, kompozisyon, yazma becerileri ve teknolojiyi kullanarak metin, görüntü, ses ve tasarım üretme yeteneği ile değerlendirilir.

Genel olarak, dijital okuryazarlık, var olma yollarını ve alana özgü bilgi veya yetkinliği tanımlamak için okuryazarlığın önünde değiştiricileri kullanan diğer alanlarla birçok tanımlayıcı ilkeyi paylaşır. Terim, eğitim ve yüksek öğretim ortamlarında popülerlik kazanmıştır ve hem uluslararası hem de ulusal standartlarda kullanılmaktadır.

Dijital okuryazarlık, kullanıcıların dijital ortamda etkin bir şekilde çalışabilmeleri için gerekli olan bilişsel, sosyolojik ve duygusal becerileri içermektedir. Dijital dünyayı anlamak, sunduğu fırsatlardan yararlanmak, teknolojiyi etkin ve verimli kullanmak, risklerinin farkında olmak, tehdit ve tehlikelerden korunmak için iyi bir dijital okuryazar olmak önemlidir.

İnternette çok fazla bilgi var. Bu bilgilerin güvenilirliği çok önemlidir. İnternet ortamında her insan bilgi üretebilir. Dijital okuryazar, bilginin doğruluğunu arar ve verileri iş ortamında kullanır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler; Toplumların yaşamına, paylaşımına, gelişimine, kültürüne, iş yapış biçimlerine, kazanç modellerine, satış ve pazarlama stratejilerine, eğitimine olumlu katkılar sağladığı gibi olumsuzlukları da beraberinde getirir.

Dijital okuryazarlık, çeşitli dijital platformların doğru kullanımı için gereklidir. Fotoğraf manipülasyonu, e-posta sahtekarlıkları ve kimlik avı genellikle dijital okuryazar olmayanları kandırarak kurbanın parasına mal olduğundan ve onları kimlik hırsızlığına karşı savunmasız hale getirdiğinden, dijital okuryazarlık aynı zamanda insanların çevrimiçi ortamdan yararlanmasını da önleyebilir. 'Ancak, bu manipülasyonları ve dolandırıcılık eylemlerini gerçekleştirmek için teknolojiyi ve interneti kullananlar, teknik eğilimleri ve tutarlılıkları anlayarak mağdurları kandırmak için dijital okuryazarlık becerilerine sahiptir; dijital dünyayı kullanırken her zaman bir adım ileriyi düşünmek için dijital okuryazar olmak önemli hale geliyor.

Dijital okuryazarlık önemli bir konu çünkü teknoloji toplumdan daha hızlı değişiyor. Boş zamanları iyileştiren ve işimizi kolaylaştıran aynı ilerlemeler, çevrimiçi veri tabanlarında, yazılı arkadaşlarda ve medya akışında arama yapmamızı mümkün kılan gelişmeler, aynı zamanda toplumumuzu yapılandıran sosyal normlar, piyasa modelleri ve yasal çerçeveler için acil zorluklar ortaya koymaktadır. Dijital okuryazar olan bir kişi, teknoloji, yaşam boyu öğrenme, kişisel mahremiyet ve bilgi yönetimi arasındaki ilişkiyi anlar. Geleneksel vatandaşlık kavramına rağmen, teknolojinin gelişmesiyle birlikte dijital vatandaşlık kavramının ortaya çıktığını görüyoruz.

Dijital vatandaşlığın 9 unsuru:

- **Dijital Erişim:** topluma tam elektronik katılım.

- **Dijital Ticaret:** elektronik mal alım ve satımı.

- **Dijital İletişim:** elektronik bilgi alışverişi.

- **Dijital Okuryazarlık:** teknoloji ve teknoloji kullanımı hakkında öğretme ve öğrenme süreci.

- **Dijital Görgü Kuralları:** elektronik davranış veya prosedür standartları.

- **Dijital Hukuk**: eylemler ve eylemler için elektronik sorumluluk

- **Dijital Haklar ve Sorumluluklar:** Dijital dünyada herkese tanınan bu özgürlükler.

- **Dijital Sağlık ve Zindelik:** dijital teknoloji dünyasında fiziksel ve psikolojik iyilik hali.

- **Dijital Güvenlik** (kendini koruma): güvenliği garanti altına almak için elektronik önlemler.

5.1 Kadınların Ekonomik Güçlenmesine Karşı Teknolojik Dönüşüm

Dijital teknolojiler, insanların iş ve yaşamlarının birçok yönünü iyileştirmek için büyük bir potansiyele sahiptir. Bugün dünya nüfusunun neredeyse yarısı ağlara bağlı. BİT, daha iyi iletişim ve bilgi akışları sağlayarak yeni işletmelerin ve iş modellerinin ortaya çıkmasına ve firma performansının iyileştirilmesine yardımcı olur (OECD, 2017). Bununla birlikte, bağlantıdaki bu eşi görülmemiş büyüme, herkes tarafından eşit olarak zevk almadı. Kaynaklardaki farklılıklar ve ülkeler, bölgeler, sektörler ve sosyo-ekonomik gruplar içinde ve arasında BİT'e erişim ve etkin bir şekilde kullanma becerisindeki farklılıklar, dünya çapında kadınları özellikle dezavantajlı olarak gören dijital bir cinsiyet ayrımına yol açmıştır (UN Women, 2015).

Bugün, küresel olarak, çevrimiçi ortamda erkeklerden yaklaşık 250 milyon daha az kadın var (ITU, 2016). İnternet penetrasyonu açısından cinsiyet farkı 2013'ten beri arttığı için bu özellikle endişe vericidir. Ayrıca, bugün erkeklere göre 200 milyon daha az kadın cep telefonu sahibidir ve hatta sahip olanlar bile onu erkeklerden daha az karmaşık işler için kullanma eğilimindedir (GSMA). , 2015). Dijital teknolojilere erişimi olmayan kadınların çoğunluğu gelişmekte olan ülkelerdeyken – örneğin mobil geniş bant erişimindeki cinsiyet farkı Sahra Altı Afrika'da %45 ve Asya'nın bazı bölgelerinde %50'ye varan oranlarda – kullanımdaki boşluklar, örneğin , OECD ülkelerinde de görülmektedir: Türkiye (%-16), İtalya (%-6) ve Almanya (%-3) gibi ülkelerde kadınlar arasında internet kullanımı erkeklerinkinden düşüktür. İnternet kullanımındaki cinsiyet farklılıkları yaşlı nesiller için daha belirgin olduğundan, teknoloji çevrimiçi erişim maliyetini düşürmeye devam ettikçe ve günümüzün "dijital yerlileri" yetişkin hale geldikçe gelecekte cinsiyet farkının daha da daralması beklenebilir (OECD, 2017) .

Ancak günümüz teknoloji gelişmelerini anlayabilmek için tarihe bakmak ve nasıl geliştiğini anlamak gerekiyor. Günümüz durumu, yeni bir dijital alan dönemini işaret eden Sanayi Devrimi 4.0 olarak bilinmektedir. Aslında Birinci Sanayi Devrimi, buhar gücü ve su gücünün kullanılmasıyla elde üretim yöntemlerinden makinelere geçişle damgasını vurdu. Yeni teknolojilerin uygulanması uzun zaman aldı, bu nedenle buna atıfta bulunulan dönem, Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'nde 1760 ile 1820 veya 1840 arasında. Etkileri, bu tür değişiklikleri ilk uygulayan tekstil imalatının yanı sıra demir endüstrisi, tarım ve madencilik üzerinde sonuçlar doğurdu, ancak daha da güçlü bir orta sınıf ile toplumsal etkileri de oldu. Aynı zamanda İngiliz endüstrisi üzerinde de bir etkisi oldu.

Teknolojik Devrim olarak da bilinen İkinci Sanayi Devrimi, insanların ve fikirlerin yanı sıra elektriğin daha hızlı transferine izin veren geniş demiryolu ve telgraf ağlarının kurulmasından kaynaklanan 1871 ve 1914 yılları arasındaki dönemdir. Artan elektrifikasyon, fabrikaların modern üretim hattını geliştirmesine izin verdi. Verimliliğin arttığı ve birçok fabrika işçisinin yerini makinelerle değiştirdiği için işsizliğin artmasına neden olan büyük bir ekonomik büyüme dönemiydi.

Dijital Devrim olarak da bilinen Üçüncü Sanayi Devrimi, 20. yüzyılın sonlarında, iki dünya savaşının sona ermesinden sonra, sanayileşmenin ve teknolojik ilerlemenin önceki dönemlere göre yavaşlaması sonucu meydana geldi. On yıl sonra ikili kayan noktalı sayıları ve Boole mantığını kullanan Z1 bilgisayarının üretimi, daha gelişmiş dijital gelişmelerin başlangıcıydı. İletişim teknolojilerindeki bir sonraki önemli gelişme, üretim sürecinde bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin yaygın olarak kullanıldığı süper bilgisayardı; makineler insan gücüne olan ihtiyacı ortadan kaldırmaya başladı.

"Endüstri 4.0" terimi, aynı yıl Hannover Fuarı'nda halka tanıtıldı. Ekim 2012'de, Endüstri 4.0 Çalışma Grubu, Alman federal hükümetine bir dizi Endüstri 4.0 uygulama tavsiyesi sundu. Endüstri 4.0'a geçişin özellikle dijitalleşmenin işgücü piyasasını nasıl etkileyeceği Almanya'da Work 4.0 başlığı altında tartışılıyor.

Alman hükümetinin Endüstri 4.0 stratejisinin özellikleri, ürünlerin oldukça esnek (seri) üretim koşulları altında güçlü bir şekilde özelleştirilmesini içeriyor. Gerekli otomasyon teknolojisi, kendi kendine optimizasyon, kendi kendini yapılandırma, kendi kendine teşhis, biliş ve çalışanların giderek daha karmaşık hale gelen işlerinde akıllı destek yöntemlerinin tanıtılmasıyla iyileştirilir.

Teknoloji ve kadınların güçlendirilmesi üzerindeki etkisi

Dijitalleşme, kadınların güçlendirilmesi ve kadınların işgücü piyasalarına, finansal piyasalara ve girişimciliğe daha eşit katılımı için çeşitli fırsatlar sunuyor. Halihazırda dijitalleşme, erkek işgücüne kıyasla makinelerin yerini alma riski daha düşük olan kadın işgücünü tercih ediyor gibi görünüyor. Kadınların genellikle üstün sosyal becerileri, dijital çağda karşılaştırmalı bir avantajı temsil eder ve bu, özellikle sosyal becerilerin yüksek öğrenim ve ileri dijital okuryazarlık ile tamamlandığı durumlarda geçerlidir.

Bugün, dünya çapında, erkeklerden yaklaşık 250 milyon daha az kadın çevrimiçi. Gelişmekte olan ülkelerde, sınırlı erişim genellikle Sahra Altı Afrika'da ve Asya'nın kırsal kesimlerinde yaşayan kadınları ilgilendirmektedir. Gelişmiş ülkelerde kadınlar dijital cinsiyet ayrımının bir yüzüyle karşı karşıya: bilgi ve iletişim teknolojisi (BİT) işlerinde, üst yönetimde ve akademik kariyerlerde sistematik olarak yetersiz temsil. Örneğin, dünya çapındaki kadınların mobil iletişim endüstrisinde üst düzey bir liderlik pozisyonuna sahip olma olasılıkları %20 daha az, en büyük 100 risk sermayesi (VC) şirketinde yatırım yapan ortakların yalnızca %8'ini ve bilim adamlarının yalnızca %17'sini daha fazla kazanıyorlar. 105 000 USD'den (2015'te).

Bilim, teknoloji, mühendislik ve matematik (STEM) alanlarındaki cinsiyet farkı yaşla birlikte büyüyor. 15 yaşındaki kızların mühendis, bilim insanı ya da mimar olarak kariyer yapma olasılıkları iki kat daha az ve sağlık profesyoneli olmayı erkeklere göre üç kat daha olasıdır. Sonuç olarak, bugün BİT alanlarındaki yükseköğretim mezunlarının yalnızca %20'sini kadınların oluşturması şaşırtıcı değildir. Ve STEM okuduklarında bile, üst düzey pozisyonlarda bulunmalarını engelleyen bir "cam tavan" ile karşı karşıya kalıyorlar: Kadınlar, "karşılık gelen yazarlar" (araştırma dünyasında liderliğin bir temsilcisi) olarak tanımlanan bilim insanlarının yalnızca %20'sini oluşturuyor ve Bilimsel dergilerde hakem veya yayın kurulu üyesi olma olasılığı çok düşüktür.

Yazılım geliştirme hala (çoğunlukla) erkek egemen bir kulüp gibi görünüyor. Son beş yılda, en çok kullanılan "büyük veri" açık kaynaklı yazılım paketlerinden birinin indirme paketlerinin neredeyse %90'ı erkekler tarafından yazıldı. Dijital ekonomi için "büyük veri" analitiğinin artan önemi ve kadınların bu marjinal rolü nedeniyle istenmeyen önyargıların olası sonuçları göz önüne alındığında, bu özellikle endişe verici.

Bununla birlikte, kadınların yaratıcılığı nihayet ortaya çıkmaya başlıyor ve tarihsel bir boşluğu kapatma sözü veriyor. Dünya çapındaki önemli fikri mülkiyet ofislerine verilen tüm patentlerin neredeyse %80'i hala yalnızca erkeklerden oluşan ekiplerden gelirken, son yirmi yılda mucitler ekibinde en az bir kadının yer aldığı patentlerin sayısı, tüm ülkelerin ortalamasından daha hızlı bir şekilde arttı. patentler. Bu, özellikle BİT ile ilgili patentler için geçerlidir ve kadınların buluşları ve yaratıcılıkları için giderek daha fazla kredi aldığını düşündürmektedir.

Start-up'lar ve risk sermayesi yatırımı, öz sermaye finansmanında sosyo-kültürel cinsiyet önyargısına işaret ediyor: bugün, risk sermayesi yatırımları arayan yenilikçi start-up'ların %90'ı erkekler tarafından kuruldu. Kadınlara ait start-up'lar, erkeklere ait işletmelere kıyasla %23 daha az fon alıyor ve olumlu bir çıkışa sahip olma (yani satın alınma veya ilk halka arz yapma) olasılığı %30 daha düşük. Yine de ilerleme mümkündür: En az bir kadın ortağı olan VC firmalarının, yönetim ekibinde bir kadın bulunan bir şirkete yatırım yapma olasılığı iki katından ve kadın CEO'lara (CEO'lar) yatırım yapma olasılığı üç kat daha fazladır.

Kadınlar bugün iş başında: dijital beceriler daha yüksek işgücü piyasası getirisi sağlıyor. Kadınlar, sayısal çağda gelişmek için gereken bazı becerilere (sayısallık ve STEM niceliksel

beceriler gibi) daha az sahipmiş gibi görünse de, bir fırsat penceresi ortaya çıkıyor: işlerinde daha fazla ICT-yoğun görevler gerçekleştiren kadınlar, %12 daha yüksek bir maaş alıyor. erkeklerden daha fazla maaş artışı.

Dijital araçlar çözümün bir parçası olabilir ve kadınların ekonomik olarak güçlendirilmesi için "bir sıçrama" fırsatları sunabilir. Dijital platformların kullanımı, kadınlara pazarlara, bilgiye ve daha esnek çalışma düzenlemelerine daha fazla erişim sağlıyor. Bunlar, platformlarda geleneksel sektörlere göre daha yüksek kadın istihdam oranlarıyla sonuçlanabilir: Amerika Birleşik Devletleri'nde kadın sürücülerin oranı, Uber'de (%14) geleneksel taksilere göre (%8) daha yüksektir. Ayrıca, cep telefonlarını kullanarak ve resmi bir banka hesabına ihtiyaç duymadan SIM karttan SIM karta finansal işlemler yapmanın bir yolu olan mobil para, resmi bir finansal hesabı olmayan 2 milyar kişi için güçlü bir katılım kaynağı olduğunu kanıtlıyor.

Dijital cinsiyet farkını kapatmak ulaşılmaz değil, ancak ilerlemeyi hızlandırmamız gerekiyor. Geçen yıl Düsseldorf'ta Dijital Ekonomiden sorumlu G20 bakanlarının dijital cinsiyet katılımını teşvik etme taahhüdü ve bu bölünmenin temel nedenlerini ele almak için tasarlanan önlemler, doğru yönde atılan önemli adımlardır.

5.2 Teknoloji nasıl yardımcı olabilir?

İmalat endüstrilerinin dijitalleşmesi, yeni üretim süreçlerini ve günümüzde Nesnelerin İnterneti, Endüstriyel İnternet, Endüstri 4.0, makineden makineye iletişim, yapay zeka ve makine görüşü olarak bilinen olguların çoğunu mümkün kılmıştır. İşletmelerin ve kuruluşların dijitalleşmesi, akıllı telefonlar, web uygulamaları, bulut hizmetleri, elektronik tanımlama, blok zinciri, akıllı sözleşmeler gibi teknolojileri kullanarak yeni iş modellerini (freemium gibi), yeni e-Devlet hizmetlerini, elektronik ödeme, ofis otomasyonu ve kağıtsız ofis süreçlerini teşvik etti. ve kripto para birimleri ve ayrıca Büyük Veri kullanan iş zekası. Eğitimin dijitalleşmesi e-öğrenmeyi teşvik etti. Yapay zeka, büyük veri ve bulut bilişim ve mobil robotik ile karakterize edilen dijital devrim, kadınların ekonomik hayata katılımını artırabilir.

Birincisi, mobil ve dijital teknolojiler, özellikle yükselen ve gelişmekte olan ülkelerde kadınlara geleneksel kültürel ve hareketlilik engellerinden bazılarını atlama potansiyeli sunuyor. Dijital teknolojiler, kadınların yeni pazarlara erişmesine, esnek ve uzaktan çalışmasına, müşteriler edinip onlarla etkileşime girmesine, eğitim almasına ve mentorluk sağlamasına, finansal özerkliği geliştirmesine ve girişimleri için finansmana erişmesine yardımcı olabilir.

İkincisi, kadınlar genellikle dijital çağda işgücü piyasalarında artan ödüller bekleyebilecek üstün sosyal becerilere sahiptir. Bu tür sosyal beceriler genellikle kadınların egemen olduğu işlerin bir özelliğidir ve örneğin, daha geniş topluluğa karşı daha yüksek bir sorumluluk duygusu, daha fazla empati, daha etkili iletişim ve değişen koşullara uyum sağlama konusunda daha istekli olmayı içerir.

Kadınların, gelişmiş ülkelerde önümüzdeki yirmi yılda tüm işlerin yüzde 60'ını oluşturacağı tahmin edilen otomasyondan kaynaklanan muazzam istihdam kayıplarından kaçınmalarına yardımcı olmalılar. Yükselen ve gelişmekte olan ülkelerde dijitalleşmenin işgücü piyasaları üzerindeki etkileri hakkında çok az şey bilindiğini belirtmekte fayda var.

Üçüncüsü, dijital çağda temel bir gereklilik haline gelen soyut (veya bilişsel) beceriler ve ileri dijital okuryazarlık yetkinlikleri ile tamamlanırsa, kadınların sosyal becerileri avantajı daha da geliştirilebilir. Bu tür beceri tamamlayıcılıklarının artması beklenmektedir ve bunlar, kadınların daha iyi ücretli yönetim ve liderlik tipi işlere girmelerinin yolunu açabilir.

Dördüncüsü, dijitalleşmenin girişimcilik için de çok çeşitli yeni fırsatlar yaratması muhtemeldir. Girişimcilik becerilerindeki boşluklar, kadın girişimciler için gelişmiş sosyal ağların eksikliği, girişimcilik için kadın rol modellerinin sayısının yetersiz olması ve finansal kısıtlamaların yaygınlığı gibi mevcut cinsiyet dengesizlikleri, kadınları bu girişimcilik fırsatlarını tanımaktan ve takip etmekten alıkoyabilmektedir. Bu cinsiyet dengesizliklerinin çoğu, yeni dijital teknolojilerin kullanılması yoluyla etkin bir şekilde ele alınabilir.

Buna ek olarak, dijitalleşmenin, sosyal ve duygusal zeka ile yaratıcılık ve eleştirel düşünme gibi yüksek öğrenim yoluyla kazanılabilecek soyut (veya bilişsel) beceriler arasındaki tamamlayıcılıklara güçlü bir şekilde dayanan işleri teşvik etmesi muhtemeldir. Ayrıca, dijital becerilerde yüksek yeterlilik, dijital çağda temel bir gereklilik haline gelecektir. Birçok kadın, erkek akranlarından daha güçlü sosyal becerilere sahip olduğundan, bu tamamlayıcılıklardan faydalanabilirler.

Ayrıca teknoloji, her ekonomi sektörünün önemli bir parçası haline geldiğinden, çeşitli işler için bir fırsat yaratmaktadır. Örneğin iş dünyasında internet sadece günlük iş süreçleri için gerekli değildir, aynı zamanda şirketlerin etkin bir şekilde kullanıldığında büyüme ve başarı elde etmelerine yardımcı olabilir. Başarılı işletmeler, teknolojiyi sadece süreçleri otomatikleştirmenin bir yolu olarak görmezler, bunun yerine onu yeni iş yapma yolları açmak için kullanırlar.

İşletmeler artık yalnızca başarı için değil, aynı zamanda hayatta kalmak için de güçlü bir dijital varlığa sahip olmanın gerekli olduğu bir çağda faaliyet gösteriyor. Güçlü bir dijital varlığın olmamasının, yarısı ilk beş yılında başarısız olan birçok KOBİ'nin başarısızlığına katkıda bulunan bir faktör olduğu düşünülmektedir. Sınırlı pazarlama bütçeleri ile KOBİ'lerin maksimum etki için dijital teknolojileri nasıl kullanacakları konusunda akıllı olmaları gerekir. Bunların anahtarı, hedefleriniz, taktikleriniz ve performansı nasıl ölçeceğiniz dahil olmak üzere açıkça tanımlanmış bir dijital pazarlama stratejisi geliştirmektir. Bu durum, dijital medya yöneticisi, dijital pazarlama, tele satış, SEO, yazılım mühendisleri, tasarımcı, dijital müşteri hizmetleri, uzaktan finansal danışmanlık, video yapımcısı vb. gibi birçok yeni iş yarattı ve bu şekilde kadınlara daha fazla alan yarattı. dahil eder ve katkı sağlar.

Yeni dijital araçlar, karmaşık küresel zorluklara verilen yanıtları güçlendiriyor ve hızlandırıyor ve kapsayıcı küresel ekonomik büyümenin yeni bir kaynağını desteklemeye hizmet edebilir. Bu fırsatı değerlendirmek için, hiç kimsenin, özellikle de hiçbir kadının, arzularını gerçekleştirmeye çalışmaktan geri kalmaması çok önemlidir. Geleceğin kadınları ne tutacağı, politikanın bugün ne yaptığına bağlıdır.

5.3 Faydalı araçlar ve Uygulamalar

1. **Linkedin**

İşverenlerin yüzde 77'sinin olası iş adaylarını bulmak için LinkedIn'e güvendiğini biliyor muydunuz? LinkedIn, ağ oluşturmak, profesyonel haberleri paylaşmak, iş arkadaşlarınızla etkileşim kurmak ve iş aramak için mükemmel, hepsi bir arada sağlam bir iş arama uygulamasıdır.

Fırsatları doğrudan InMail kutunuza almak için profilinizi "iş fırsatlarına açık" olarak ayarlayın (yalnızca işe alım görevlileri görebilir). Ardından, en yeni, ilgili ilanlar hakkında bildirimler almak için iş arama uyarıları ayarlayın. Maaş bilgileri ve diğer başvuru sahipleriyle karşılaştırmanız gibi daha da fazla iş arama Intel istiyorsanız, ilk ay ücretsiz olan Premium'a kaydolun.

Web sitesi: https://www.linkedin.com/signup

2. **Upwork**

Upwork, kendisini dünyanın en büyük serbest yetenek pazarı olarak pazarlamaktadır. Upwork'teki serbest çalışanlar, iş geçmişleri ve portföyleriyle birlikte becerilerini ve deneyimlerini özetleyen profiller oluşturur. Müşteriler, projelerini ve bir serbest çalışanda aradıklarını detaylandıran iş listeleri yayınlar. Oradan, serbest çalışanlar yapmak istedikleri projeler için teklifler sunarlar. Müşteriler, serbest çalışanların tekliflerini, profillerini ve portföylerini inceleyebilir, ihtiyaçlarına en uygun olanı seçebilir ve proje finansmanını emanete yerleştirebilir. Serbest çalışanlar ve müşteriler daha sonra, genellikle platform dışı iletişim olmadan çevrimiçi bir iş istasyonu aracılığıyla işbirliği yapar.

Web sitesi: https://www.upwork.com

2. **JobAware**

İş arama sürecinizi organize etmekte sorun yaşıyorsanız, JobAware aradığınız uygulama olabilir. JobAware, iş ilanlarını Indeed aracılığıyla toplar, böylece açık pozisyonları anahtar kelime ve konuma göre arayabilirsiniz. O zaman - ve JobAware'in benzersiz olduğu yer burasıdır - işleri öncelik sırasına göre kategorize edebilirsiniz: hayalinizdeki işler, ikinci tercih işler ve üçüncü tercih işler. Ayrıca, iş arama sürecinin çeşitli aşamalarına iş ilanları verebilirsiniz (düşün: araştırılmış, uygulanmış, görüşme, teklif).

Web sitesi: https://www.jobaware.com/

4- Fiver

Fiverr, yeni başlayanlar ve hızlı bir portföy oluşturmak isteyenler için mükemmeldir. Fiverr, kısa makaleler yazmak veya düzenlemek veya WordPress kod parçalarını özelleştirmek gibi mikro işlere odaklanır.
Web sitesi: https://www.fiverr.com/

5-Toptal

En iyi yeteneğin kısaltması olan Toptal, seçkin, deneyimli serbest çalışanlara yönelik bir pazar yeridir ve çoğu serbest çalışana saatte 50 ila 250 dolar arasında ödeme yapılır. Güvenlik incelemesi süreci, deneyim kontrolleri ve görüşme gerektiren daha kapsamlıdır. Toptal'da yayınlanan işler genellikle finans ve yazılım geliştirmeye yöneliktir.
Web sitesi: https://www.toptal.com/

Çevrimiçi yapabileceğiniz ve iş fırsatlarını artırabileceğiniz birkaç iş:

1. Yaratıcı (sanatınızı çevrimiçi satıyor)

Herhangi bir zanaat veya tasarımda yetenekliyseniz, sanatınız için kesinlikle bir pazar vardır. Sanatınızı çevrimiçi satmak muhtemelen daha karlı olacaktır ve hatta tam zamanlı çevrimiçi çalışmaya dönüşebilir. Özellikle sanatınızın bir kısmı dijitalse. Çalışmanızı çevrimiçi satmak için bazı harika platformlar:

• Facebook, başlamak için en bariz yer. Ürününüz veya markanız için bir sayfa oluşturun, tüm bağlantılarınızı katılmaya davet edin ve ücretsiz eşantiyonlu bir yarışma düzenleyin. Bu şekilde ürününüz hakkındaki sözleri yayacak ve ilk hayran kitlenizi elde edeceksiniz. Ayrıca Facebook sayfanıza bir mağaza ekleyebilir veya doğrudan uygulama üzerinden alım satıma olanak sağlayan Facebook Marketplace'e katılabilirsiniz.

• Etsy, el yapımı ürünlerin sergilendiği en ünlü platformdur. Ancak sanat eseriniz dijital olsa bile burada satabilirsiniz. Bazı örnekler, düğün davetiyesi şablonları, dijital posterler, dergiler, hedef planlayıcılar ve yapılacaklar listeleri, tasarım haritaları vb.

• Tasarımınız veya güzel alıntılarla tişörtler, posterler, kupalar, şapkalar ve hatta çantalar satın. Printful gibi nakliye hizmetleri, tüm baskı, paketleme, markalama ve hatta yerinize gönderme işlemlerini halleder. Sadece tasarımları yüklemeniz, alıcıları çekmeniz ve ardından karınızı almanız gerekiyor.

2-Online ders öğretmeni
Çevrimiçi öğrenme, 2023 yılına kadar 240 milyar dolara ulaşması öngörülen, hızla büyüyen bir pazardır[3], bu nedenle, paylaşacak becerileri olan herkes için kazanılacak çok para var. Tasarım, fotoğrafçılık, sağlık ve fitness, iş, kişisel gelişim, müzik, moda, teknoloji, yazı veya başka bir konuda bilginiz varsa, binlerce öğrenci kursunuzdan öğrenmek için sabırsızlanıyor olabilir. Skillshare ve Udemy gibi popüler çevrimiçi kurs platformlarında öğretmen olarak başvurarak başlayabilirsiniz. Ayrıca, güvenilir bir LinkedIn profili oluşturduğunuzdan ve kursunuza ücretsiz bir giriş videosu sunduğunuzdan emin olun.

3-YouTube'da ürün inceleme uzmanı

Çoğumuz bir satın alma işlemi yapmadan önce YouTube'da bir ürün incelemesine baktık. Neden ekranın diğer tarafında olmayı ve kendi ürün inceleme videolarınızı sunmayı denemiyorsunuz? İyi haber şu ki teknoloji, güzellik, ev dekorasyonu, fitness veya başka herhangi bir alanda en sevdiğiniz nişteki ürünleri inceleyebilirsiniz.
YouTube'da ürün incelemeleri yerleştirerek kazanmanın bazı yolları şunlardır:
• YouTube reklamları – çok fazla izlenme alıyorsanız, reklamcılık iyi bir gelir kaynağı olabilir.
• Bağlı kuruluş pazarlaması – video açıklamasına bir satış ortağı bağlantısı yerleştirin ve satışın bir yüzdesini alın.
• Sponsorlu incelemeler üretmek için ödeme alın – belirli ürün incelemeleri yapmak için markalar tarafından işe alın. Famebit ve Grapevine gibi web siteleri, ücretli sponsorluk aramak için iyi bir yerdir.

4-Bayi

Yeniden satmak, daha fazlasına satabileceğiniz düşük maliyetli ürünler bulmak anlamına gelir. Diğer kişilerin daha az erişebildiği ürünleri bulmanızı sağlayan özel becerileriniz veya bilginiz varsa, bu uygun bir çevrimiçi çalışma olabilir. Böylece bu ürünleri sizin tarafınızdan getirmeleri için daha fazla ödeme yapmaktan mutluluk duyacaklardır.
Örneğin, özel ürünler, harika garaj satışları veya antikalar bulma konusunda bir guru olabilirsiniz. Veya eyaletler veya ülkeler arasında aracı olabilirsiniz - bir yerde ucuz bir şey bulup başka bir kitleye satabilirsiniz. Hatta evde sahip olduğunuz ve artık istemediğiniz eşyaları satarak bile başlayabilirsiniz. Yeniden satış için, kendi çevrimiçi mağazanızı oluşturabilir veya eBay gibi sitelerde ürün satabilirsiniz.

5-Metin yazarı, çevirmen veya düzeltmen
Yazmak sizin gücünüzse, bunu kolayca bir gelir kaynağına dönüştürebilirsiniz. İyi yazmayı hafife alıyor olabilirsiniz - herkes yazabilir, değil mi? Aslında, birçok insan satış mesajları, kapsamlı açıklamalar ve hatta sosyal medya gönderileri hazırlama konusunda yetenekli değildir. Bu tür görevleri dış kaynak kullanmaktan memnun olan büyük bir kitle var. Benzer şekilde, birçok girişimci, yalnızca düzenleme ve düzeltmeye veya diğer pazarlar için tercümeye ihtiyaç duyan kendi web sitesi metinlerini veya blog makalelerini yazar. Bu müşteriyi yakalamak için yapmanız gereken tek şey onlara becerilerinizi ve deneyiminizi sunmak.

6- Seslendirme

Çok sayıda işletme, pazarlama veya açıklayıcı videolarını anlatmak için erkek veya kadın sesleri arıyor. Ayrıca sesli kitaplar, podcast tanıtımları, TV/Radyo reklamları, öğreticiler ve hatta sesli mesajların tümü profesyonel seslendirme gerektirir.
Ana dilinizde mükemmel ses becerileriniz varsa, onlarla para kazanmanız için çok büyük bir fırsat var. En iyi yanı – bu işi yapmak kolaydır çünkü tek ihtiyacınız olan bir bilgisayar, iyi bir mikrofon ve iyi akustiğe sahip bir odadır.

7-Web sitesi test cihazı

Birçok web sitesi, zayıf kullanıcı arayüzü, kötü gezinme, net olmayan kopya veya kötü tasarım nedeniyle para kaybeder. Bu nedenle şirketler, sitelerini başlatmadan önce test edecek ve gözden geçirecek kişileri arar.
Çoğu durumda, web sitesinde gezinirken düşüncelerinizi yüksek sesle söylemeniz ve ekran eylemlerinizi kaydetmeniz gerekir. Genellikle, testlerin tamamlanması 5-25 dakika sürer ve ödeme, test başına ortalama 10 ABD dolarıdır.

8-Web veya Grafik tasarımcı

Dijital çağımızda grafik tasarım çalışmaları her zamankinden daha fazla talep görüyor. Bazı tasarım becerileriniz ve deneyiminiz varsa, bunlar yapabileceğiniz bazı çevrimiçi çalışma türleridir:

- Web sitesi ve açılış sayfası tasarımı
- Logo tasarımı
- Mobil uygulama tasarımı
- Kartvizitler ve kurumsal hediyelik eşyalar
- Reklamlar, afişler ve pazarlama materyalleri
- Broşürler, broşürler, e-kitaplar
- Paketleme tasarımı
- Sunum tasarımı
- Çeşitli çizimler

Serbest çalışan platformların yanı sıra, tasarım çalışmalarınızla ekstra para kazanmanın başka güvenilir yolları da vardır. Örneğin, tasarımlarınızı illüstrasyon veritabanlarına, 99Designs platformuna veya tasarımcıların kendi sanat eserleri için kendi fiyatlarını belirledikleri Creative Market'e eklemeyi deneyin.

6. Referanslar

Ali, S. *(n.d.). Cinsiyet Eşitliği ve Sosyal İçerme Araç Seti. Fiji: Fiji Kadın Fonu*
.

BRADFORD, L. *(2021, 25 Mart). Denge kariyerleri. Denge kariyerlerinden alındı:* *https://www.thebalancecareers.com/find-freelance-work-online-2072051*

Briere, Q.W. *(2018, 30 Mayıs). Gerçekleşmemiş Potansiyel: Kazançlarda Cinsiyet Eşitsizliğinin Yüksek Maliyeti.*
Dünya Bankası'ndan alındı:
https://www.worldbank.org/en/topic/gender/publication/unrealized-potential-the-high-cost-cinsiyet-eşitsizliği-kazançlar

Cherry, K. *(2020). Çok İyi Akıl. Verywell Mind'den alındı:*
https://www.verywellmind.com/personality-development-2795425

Civiscus. (n.d.). *Cinsiyet ve Sosyal İçerme Araç Seti.*

Civiscus. (n.d.). *Cinsiyet ve Sosyal İçerme Araç Seti.*
(n.d.). Girişimcilik+.İnsan Becerilerini Güçlendirme Vakfı. (n.d.). Yumuşak Beceriler Eğitim Modülü. Sri Lanka.

Frota, L. *(2017). Sosyal dışlanmanın çok boyutlu faktörlerinin ele alınması.*

Uluslararası Kalkınma Araştırma Merkezi. (*n.d.). Kadınları Güçlendirmek. Kanada.*

Kolev, G.F. *(2016). Cinsiyete dayalı ekonomik maliyet. OECD Kalkınma Merkezi.*

Adalet için Öğrenmek. *(2018). Dijital Okuryazarlık Araç Seti. Adalet için Öğrenme'den alındı: https://www.learningforjustice.org/magazine/summer-2018/digital-literacy-toolkit*

Lie, M. M. (2019). *Gençlik çalışanları için risk altındaki gençler için öz farkındalık ve girişimcilik konusunda eğitim metodolojisi. Sofya: SENTYR Konsorsiyumu.*

Maldonado, V. *(2019). Sosyal ve Kültürel Girişimcilik Araç Seti.*

Orfano, İ. *(2019). Gidiyoruz: Şiddetle Mücadele Merkezleri Operatörleri için Kadınların Ekonomik Güçlendirilmesini Teşvik Etmek İçin Araç Seti.*

PWC. (2021). *PWC. https://www.pwc.co.uk/services/ economics/insights/women-in-work-index.html adresinden alındı.*

Roser, H. R**.** *(2019, Haziran). Verilerdeki Dünyamız. Verilerdeki Dünyamızdan Alındı: https://ourworldindata.org/gender-ratio*

Schmitz, P. (2017). *Topluluk Katılımı Aracı.*

Sobieski, E. (**n.d.). İŞ ARAMA BECERİLERİ. UCSD Ekonomi Liderlik Konseyi.**

BM. *(2018, Temmuz). Birleşmiş Milletler. Birleşmiş Milletler'den alındı: https://www.unwomen.org/en/what-we-do/ economic-empowerment/facts-and-figures*

BM. *(2020, 6 Nisan). COVID-19'un Sosyal Etkisi. Birleşmiş Milletler'den alındı: https://www.un.org/development/desa/dspd/2020/04/social-impact-of-covid-19/*

Victoria Kadın Vakfı. *(n.d.). Victorian Women's Trust'tan alındı: https://www.vwt.org.au/podcast/money-power-freedom-toolkit/*

Dünya Bankası. *(2021, 5 Nisan). Dünya Bankası. Dünya Bankası'ndan alındı: https://www.worldbank.org/en/topic/skillsdevelopment*

Dünya Sağlık Örgütü (*WHO). (2020, 13 Ekim). COVID-19'un insanların geçim kaynakları, sağlıkları ve gıda sistemlerimiz üzerindeki etkisi. Dünya Sağlık Örgütü'nden alındı: https://www.who.int/news/item/13-10-2020-impact-of-covid-19-on-people's-livelihoods-their-health-and-our-food- sistemler*

7. Ekler

Ek I: Benim adıma konuşuyorsun Bildiri

EL NOTU: Benim Adıma Konuşmak
İstiyorum...
Yapamam...
Severim …
İyiyim …
Keşke…
Dış görünüşüm…
Bu eğlenceli…
Kolay buldum …
Diğerleri öyle sanıyor…
Endişeliyim …
Sık sık uğraşırım…
Nefret ediyorum...
Her zaman olur ki…
Diğerleri benim hakkımda diyor ki…
Zor buluyorum…
Keşke…
Çoğu zaman korkarım…
Bazen hissederim…
Yapabilseydim, yapardım …

Ek 2: İnanç Kutusu

1. Kendiniz ve potansiyeliniz hakkında sahip olduğunuz inançları listeleyin. 3 olumlu ve 3 olumsuz inancı listeleyin. Olumlu İnançlar

1 ._____

2._____

3._____

Olumsuz İnançlar

1._____

2._____

3._____

2. Değiştirmek için olumsuz inançlarınızı seçin. Onun yerine hangi yeni inancı koyabilirsiniz? Aşağıya yazın. Bir cümle yap.

Örnek:

Değiştirmek istediğim eski inanç: İş görüşmelerinde iyi değilim. Diyecek bir şey düşünemiyorum.

Yeni inanç: İş görüşmelerinde kendimden bahsederken kendime güveniyorum ve rahatım.

Eski İnançlar

1 ._____

2._____

3._____

Yeni İnançlar

1._____

2._____

3._____

Ek 3: Beceriler ve Nitelikler Değerlendirme Kutusu

	Mükemmel	İyi	Kötü Değil	Zayıf
Güvenilir (Değerlendirme)				
Hasta				
Açık sözlü				
Sorumluluk sahibi				
Dakik				
Hırslı (Kararlı)				
Sadık				
Nazik				
Ekipler halinde çalışabilecek				
Başkalarına liderlik edebilecek				
Girişim; kendi kendine marş				
Denetimsiz çalışabilecek				
Esnek				
Yaratıcı				
Kendine güvenen				
Fiziksel olarak güçlü				
organize				
İyimser (Umutlu)				
Çabuk öğrenen				
El İşlerinde Başarılı				
Bir şeyleri tamir etmek				
Para yönetmek				
İnsanlara danışmanlık yapan (tavsiye veren)				
Açıkça konuşmak				
Dinlemek				
Karar vermek				
Pazarlık (Pazarlık)				
Yazı yazmak				
denetlemek				
Problemleri çözmek				

Ek 4: Öz Analiz

Tecrübeler	Asla Yapmam	Nadiren Yaparım	Ara Sıra Yaparım	Genellikle Yaparım	Her Zaman Yaparım
	1	2	3	4	5
Bilgi, Beceri, Değerler ve Yetenekler					
Gelecek için kişisel bir vizyonum ve hayatım için hedeflerim var.					
Kişisel değerlerimin ne olduğunu biliyorum.					
İdeal işimi tanımlayabilirim.					
İşle ilgili beceri ve yeteneklerimi sıralayabilirim.					
İş fırsatları hakkında nasıl bilgi bulacağımı biliyorum.					
Bir iş görüşmesi için nasıl uygun giyineceğimi biliyorum.					
Aradığım işe uygun giyinmeyi biliyorum.					
Yazılı özgeçmiş/CV hazırlayabilirim.					
Bir iş başvurusunu nasıl tamamlayacağımı biliyorum.					
İş görüşmesi yapmayı biliyorum.					
Bir grup insanla kendim hakkında güvenle konuşabilirim.					
Nasıl dinleyeceğimi biliyorum.					
Birine nasıl geri bildirimde bulunacağımı biliyorum.					
Nasıl geri bildirim isteyeceğimi biliyorum.					
Diğer insanlarla iyi çalışabiliyorum.					
Fikirlerimi ve görüşlerimi nasıl ileteceğimi biliyorum.					
Kibarca karşı çıkmayı biliyorum.					

Ek 5: Keşif Soruları

Talimatlar:

Bu aktivite kendinizi anlamanıza yardımcı olacaktır.

Soruları yanıtlayarak sizin için neyin en önemli olduğunu öğreneceksiniz.

Aileden Gelen Hediyeler.

Ailenizin size öğrettiği gerçekten önemli şeyler nelerdi?

Geleceği Hayal Edin. Bundan 10 yıl sonrasını hayal edin. Bundan 10 yıl sonra ailenizi, iş arkadaşlarınızı ve topluluğunuzu düşünün. Onlar kim ve onlarla ne yapıyorsun?

Severim. Yapmayı sevdiğiniz en az 5 şeyi listeleyin. Şarkı söylemek, arkadaşlarla takılmak, okumak, çizim yapmak, mesajlaşmak, bilgisayarlar vb. - yapmayı sevdiğiniz her şey olabilir!

Bundan Beş Yıl Sonra. Bundan beş yıl sonra, yerel televizyon kanalınız sizinle ilgili bir haber yapıyor. Bir ebeveyn, bir arkadaş ve bir iş amiriyle görüşürler. Senin hakkında ne demelerini istiyorsun?

Yetenekler. Herkes yeteneklerle doğar. Neyde iyisin?

Kişisel Destek Ağı. Herkesin, onları cesaretlendiren, hedeflerine ve hayallerine ulaşmalarına yardımcı olan insanlara ihtiyacı vardır. Seni kim destekliyor? İsimlerini ve sizi nasıl desteklediklerini listeleyin.

Ek 6: Hayal Dünyam

Aşağıdaki kutuya hayalinizi çizin.

Bitirdiğinizde çizime bir başlık verin. Başlık:

Hayal Dünyam

Küçük fikir, büyük fikir üretir ya da hayaliniz için çalışmaya başlayın ya da hayalinize bağlanmaya başlayın, böylece onu yavaş yavaş gerçek ve aileniz için bir ışık haline getireceksiniz.

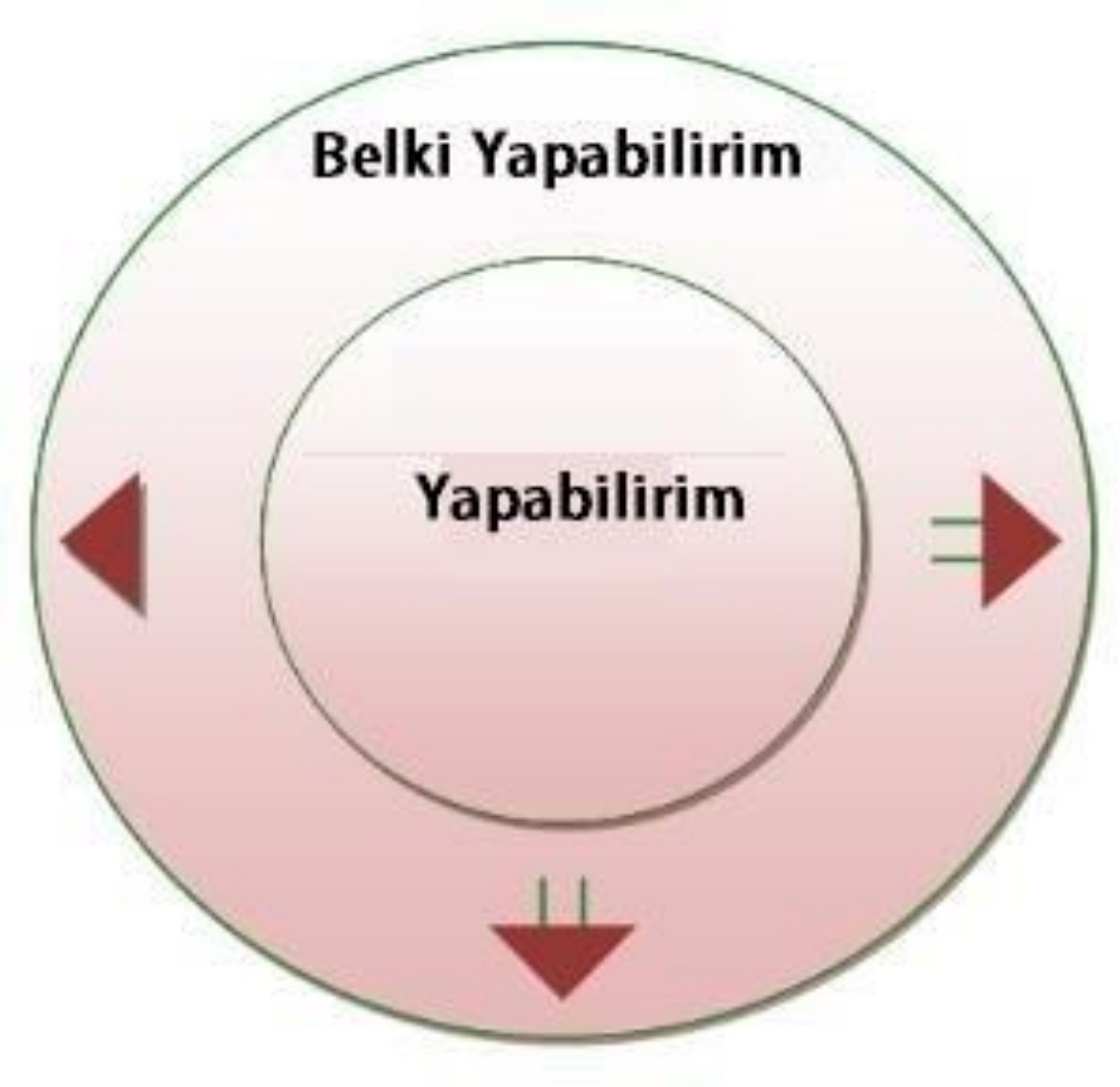
Ek 7: Kısa vadeli ve uzun vadeli hedefler

Uzun Vadeli Hedef: Ücretli istihdam		
İki yıl içinde devlette, STK'da veya özel sektör iş yerlerinde ücretli olarak çalışmak istiyorum.		
Kısa Vadeli Hedef 1:		
Özgeçmişimi tamamlayın veya becerilerimin, yeteneklerimin ve beklentilerimin net bir sözlü gösterimini geliştirin		
1		
2		
3		
Kısa Vadeli Hedef 2:		
Bir yerel işyerinde beş günlük işyeri tabanlı deneyimi tamamlayın ve bir rapor hazırlayın		
Adımlar	Zaman	Gerekli Kaynaklar
1		
2		
3		
Kısa Vadeli Hedef 3:		
Kendilerine uygun boş pozisyonları arayın		
Adımlar	Zaman	Gerekli Kaynaklar
1		
2		
3		

Ek 8: Kontrol Çemberi

Talimatlar

Aşağıdaki büyük daireye, sizi ilgilendiren ama kontrol edemediğiniz şeyleri yazın. Bu şeyler seni neden rahatsız ediyor? Daha küçük daireye, etkileyebileceğiniz şeyleri yazın. Biraz değiştirebileceğiniz şeyleri ve kontrol ettiğiniz şeyleri düşünün.



Kontrol Çemberinizi artırmak için ne yapacaksınız?

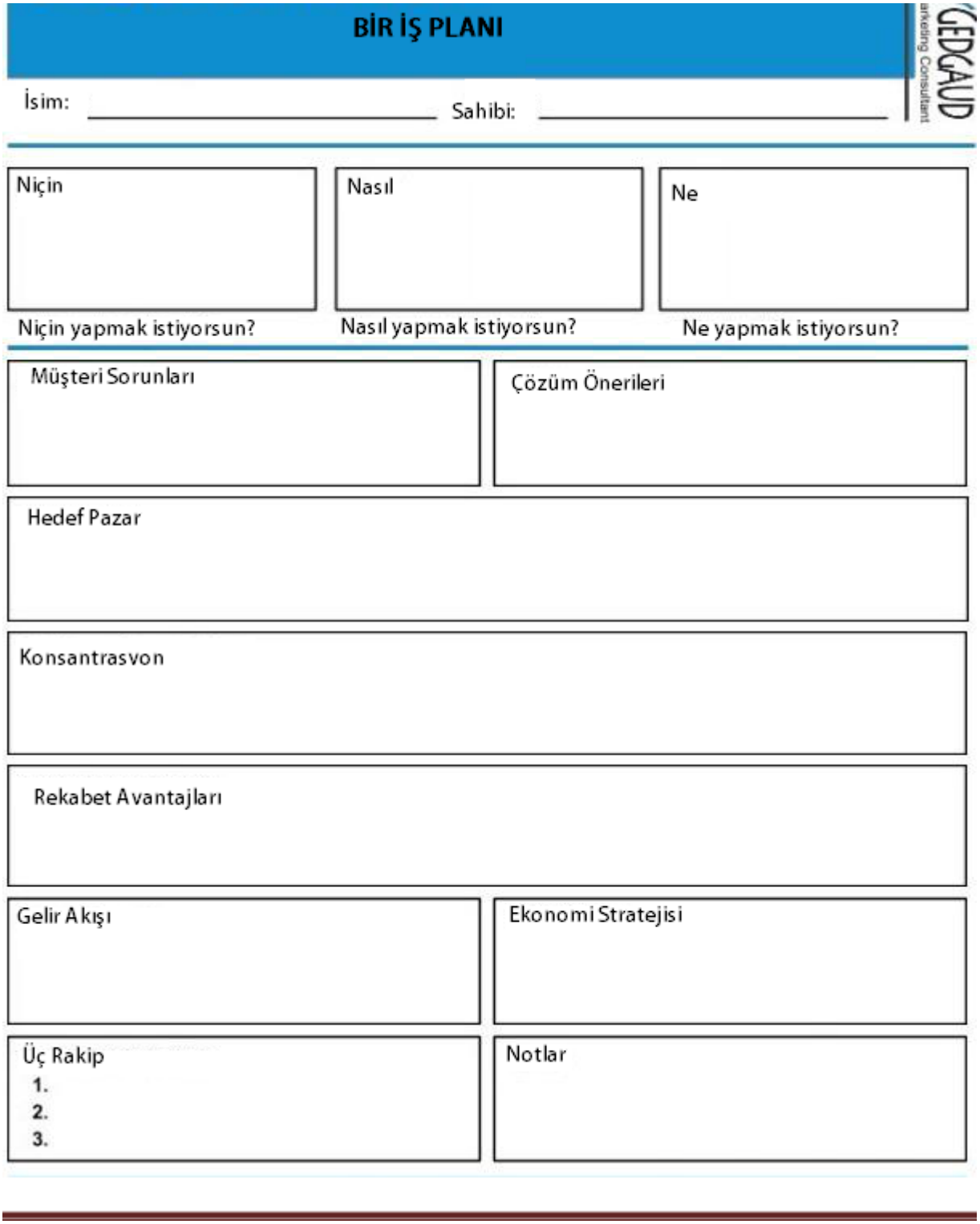
1.

2.

Ek 9: Ben kimim?

Becerilerim / İyi olduğum şeyler (aşağıdaki liste)			İlgi Alanlarım / Yapmaktan Hoşlandıklarım (aşağıdaki liste)
- - -			- - -
		Kalem çiz	
Ücretsiz Çalışma veya Gönüllü Faaliyetler		Kendini Çizmek	Sahip olduğum Ücretli İş Faaliyetleri
Henüz Yaptım			Yaptım
Evde			Evde
- - - -			- - - -
Toplum İçinde			Toplum İçinde
- - - -			- - - -

Ek 10: Tek Sayfa İş Planı



BİR İŞ PLANI

İsim: _____ Sahibi: _____

Niçin	Nasıl	Ne
Niçin yapmak istiyorsun?	Nasıl yapmak istiyorsun?	Ne yapmak istiyorsun?

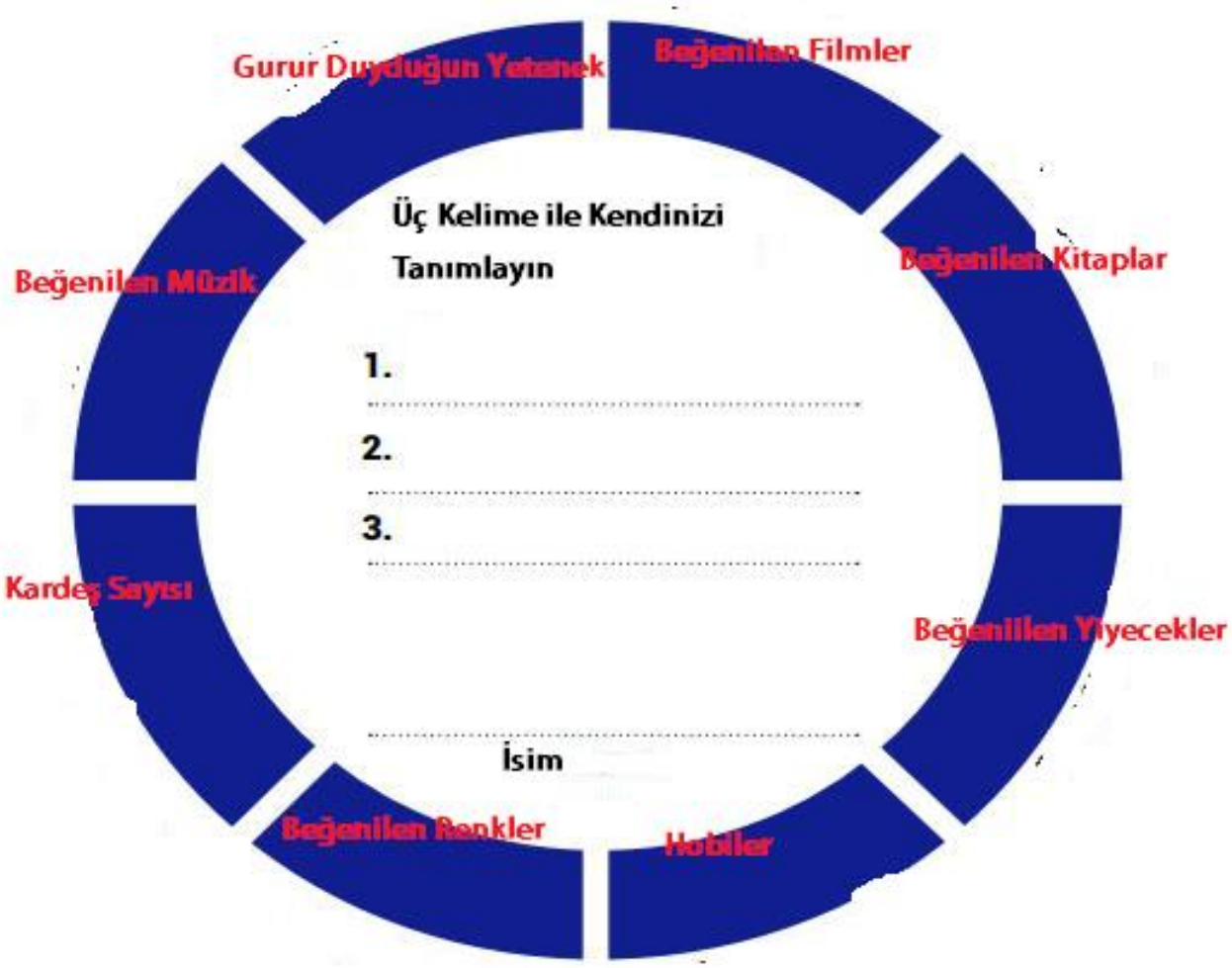
Müşteri Sorunları	Çözüm Önerileri
Hedef Pazar	
Konsantrasvon	
Rekabet Avantajları	
Gelir Akışı	Ekonomi Stratejisi
Üç Rakip 1. 2. 3.	Notlar

Ek 11: SWOT Analizi Şablonu

Ek 12: Kişisel Kimlik Çarkı

Kişisel Kimlik Çarkı

"Voices of Discovery" gruplararası ilişkiler Merkezi Arizona Eyalet Üniversitesi'nden uyarlanmıştır



Ek 13: Sosyal Kimlik Çarkı

Sosyal Kimlik Çarkı

"Voices of Discovery" gruplararası ilişkiler Merkezi Arizona Eyalet Üniversitesi'nden uyarlanmıştır