



رقم المشروع: 101052145

دليل التدريب (الجزء الثاني)

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.

الفهرس

1. عرض المشروع
2. حول التعلم الرسمي وغير الرسمي
3. حول ريادة الأعمال الاجتماعية
4. كيفية بناء مؤسسة اجتماعية؟
5. نموذج إنتريكومب
6. مهارات رائد الأعمال الاجتماعي
7. 15 ورشة عمل
 - الدافع والوعي الذاتي ومعرفة الذات
 - تحليل الاحتياجات
 - تحليل أصحاب المصلحة
 - تحليل أهداف مؤسستك الاجتماعية
 - تقييم القدرات والطموح
 - تطوير الأفكار الإبداعية
 - نماذج ريادة الأعمال الاجتماعية
 - تحديد الأهداف والرسالة والرؤية
 - مسابقة رسم الخرائط
 - التسويق للمؤسسات الاجتماعية
 - تقييم الأثر الاجتماعي
 - جمع الأموال والبرامج للشركات الاجتماعية الناشئة
 - الإدارة المالية
 - الموارد البشرية
 - التوسع والتدريب والنمو
8. تدريب المدربين في اليونان
9. ندوات عبر الإنترنت

1. عرض المشروع

"آيز: إنتريكومب لخلق قابلية توظيف الشباب والقيم الاجتماعية" هو مشروع مدته 24 شهرًا يضم ستة بلدان من الاتحاد الأوروبي وجنوب البحر الأبيض المتوسط. ويستند إلى سلسلة من الاعتبارات المتعلقة بالشباب وتحديات المجتمع أثناء الوباء. علاوة على ذلك، فإن فكرة المشروع هي العمل معًا من أجل إعادة الإعمار وبداية جديدة. يهدف مشروعنا إلى استغلال إمكانيات ريادة الأعمال الاجتماعية وجاذبيتها للأجيال الجديدة، بما في ذلك نهج عمل الشباب، لتقديم إجابة لمهنة الشباب وإمكانية الإجابة على التحديات المجتمعية في وقت واحد. مع آيز، نريد تزويد المنظمات غير الحكومية والعاملين الشباب بأدوات لتعزيز وتنقيف الشباب في ريادة الأعمال الاجتماعية والنمو المستدام. ستجمع الجمعية بين ممارسات ريادة الأعمال ونهج عمل الشباب ومنهجية التعليم غير الرسمي لتوفير مجموعة من الكفاءات المفيدة لبناء مشروع ريادة الأعمال الاجتماعية الخاص بهم. سنقوم بتحليل مفهوم ريادة الأعمال الاجتماعية، وخاصة ثلاثة جوانب:

- المهارات اللازمة لإنشاء مشروع ريادي له تأثير اجتماعي، بناء على إنتريكومب
- نماذج للأفكار الريادية، وخاصة نموذج القماش المطبق على المشاريع الاجتماعية
- الجوانب المختلفة للتأثير الاجتماعي المرتبط بأهداف التنمية المستدامة

1.1 الأهداف

أهدافنا المحددة هي:

- تحديد الاحتياجات والأفكار والأدوات والممارسات الجيدة المتعلقة بريادة الأعمال الاجتماعية من دول البحر الأبيض المتوسط والاتحاد الأوروبي.
- تطوير نماذج تعليمية جديدة لتوفير المهارات والمعرفة اللازمة للشباب لتطوير المؤسسات الاجتماعية وللنشطاء الشباب والعاملين الشباب للعمل كمضاعفين
- دعم إنشاء شبكات محلية وعبر الإنترنت متعددة القطاعات تعمل من أجل إنشاء مشاريع ريادية جديدة ذات تأثير اجتماعي
- تعزيز التعاون الأوروبي ومتوسطي لتقديم إجابات للتحديات المشتركة للشباب مثل البطالة والهجرة وإعادة الإعمار بعد كوفيد.

1.2 شركاء مشروع آيز هم:

- رابطة TDM 2000، إيطاليا. (منسق)
- معهد تنمية ريادة الأعمال، IED، اليونان.
- مؤسسة زول، إسبانيا.
- سيدز، الأردن.

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.



- امتلك حلم، مصر.
- الكشافة التونسية، LST، تونس.

الشركاء



تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.



Co-funded by
the European Union

2. حول التعلم الرسمي وغير الرسمي

يمكن تعريف التعليم غير الرسمي (NFE) على أنه منهجية تعليمية منظمة تفضل أساليب التعلم الديناميكية والإبداعية والتعاونية (مثل لعب الأدوار والمحاكاة والرسم والمناقشات الجماعية) بدلاً من اتباع نهج رسمي مع المحاضرات ومسارات التعلم المفروضة.

يجب أن يكون متميزًا عن التعلم غير الرسمي (الذي يمكن، في بعض الأحيان، دمجها في برامجنا) لأنه نوع من "التعلم العرضي"، يهتم بجميع المهارات المكتسبة في الحياة اليومية في إطار الأسرة والعمل والترفيه والرياضة، دون أهداف أو دوافع أو برامج محددة، ويمكن أن يكون هناك نية واعية للتعلم ولا يكون لديهم حتى الوعي بأنهم يتعلمون.

بدلاً من ذلك، فإن التعليم غير الرسمي واع وطوعي ومنظم دائماً بالبرامج والجدول الزمني والأوقات المدارة والأهداف المحددة ودورة التقييم.

السمات النموذجية لبرنامج التعليم غير الرسمي هي كما يلي:

- خارج المباني الرسمية. على عكس البرامج الرسمية التي تحدث في المدارس أو الجامعات، يمكن أن تحدث هذه البرامج عادة في أماكن مختلفة، بما في ذلك الطبيعة، أو، في حالتنا، ملاعب كرة القدم / الرياضة.

- غير هرمي. وتتوقع عملية التعلم في التعليم غير الرسمي أن يكون المدربون / الميسرون على نفس مستوى "الطلاب" أو المشاركين. يمكن للجميع التعلم من بعضهم البعض والمدرّب هو أكثر توجيهًا (يوفر أيضًا المدخلات النظرية والرؤى عند الضرورة) ثم المعلم.

- تطوعي. الأنشطة في هذا الإطار ليست إلزامية أبدًا ولكن يجب تحفيز المشاركين للمشاركة فيها.

- مساحة آمنة. من المهم أن يكون لديك بناء جيد للفريق في البداية حيث يمكن للجميع الشعور بالأمان والاحترام، حيث سنحتاج إلى مساهمة الجميع دون خجل للتعبير عن آراء مختلفة أو خوف من الخطأ.

- منظم بأهداف دقيقة. وكما ذكرنا، يتم دائماً وضع التعليم غير الرسمي بهيكل ولكل نشاط مجموعة من الأهداف التي يجب الوصول إليها في نهايته، والتي يمكن تقييمها في النهاية.

- الأهداف التعليمية. على الرغم من أن بعض الأنشطة قد تكون مرحلة أو مضحكة للغاية، إلا أن المرح نفسه لا ينبغي أبداً أن يكون الهدف النهائي لأنشطة التعليم غير الرسمي، بل مجرد دافع للسماح للمشاركين بالاستمتاع بتعلمهم. تهدف جميع الأنشطة في النهاية إلى إنتاج تجربة تعليمية أو أن تكون مفيدة لجعلها منتجة قدر الإمكان (وفقاً لأنشطة بناء الفريق، على سبيل المثال).

- تجريبي. امتيازات التعليم غير الرسمي الممارسة على النظرية. يتم تعيين المشاركين لجعل تجربة (محاكاة، لعبة من نوع ما، العصف الذهني حول موضوع ما) ومن ثم التفكير فيها استخلاص المعلومات

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.

من التجربة مع المدرب / المدرب والانتقال لإيجاد حلول للقضايا المحددة، ليتم تطبيقها في حياتهم اليومية وبطرق منهجية. يجب دعوة المشاركين دائماً إلى "التعلم بالممارسة".

- يحفز الإبداع والمشاركة. تريد ورش العمل التي تم تطويرها أن يستخدم المشاركون إبداعهم وخيالهم. كلما تم تحفيز المشاركين على المشاركة في المناقشات والعمل، زادت استفادة المجموعة بأكملها من معرفة وأفكار بعضهم البعض.
- يتمحور حول المتعلم. ينبغي أن تركز الأنشطة دائماً على استهداف احتياجات المشاركين، من حيث الأهداف، ولكن أيضاً من حيث قدراتهم ومعارفهم. يجب أن يكون كل شيء مصمماً لمجموعة المشاركين لتحقيق أقصى تأثير.
- النهج الشمولي. في حين أن التعليم الرسمي عادة ما يفضل رفع المعرفة حول النظرية وأقل حول الممارسة، فإن التعليم غير الرسمي يعمل على التأثير على أفعالنا في ثلاثة أبعاد للتعليم: المعرفة (أو ما تحصل عليه بعقلك)، والمهارات (ما يمكنك القيام به بيديك) والمواقف (السلوكيات والقيم التي يسترشد بها قلبنا).
- التعاون مقابل المنافسة. بدلاً من محاولة فهم من هو أفضل "طالب في الفصل"، يضع نهجنا الأشخاص في مجموعات من أجل التعاون نحو التعلم المجتمعي بدلاً من الانغماس في التحقق من من يعرف المزيد عن موضوع معين. الهدف النهائي هو التعلم، بعد كل شيء، لذا فإن حقيقة أن شخصاً ما يعرف أقل لا ينبغي أن يكون عقبة أبداً. إذا كان شخص ما يعرف الكثير عن موضوع معين، فيجب دعوته لمشاركة تجربته مع الآخرين قدر الإمكان.
- التقييم الذاتي وعدم وجود درجات أو دبلومات. لا أحد يستطيع الحكم على مستوى الإعداد الذي وصل إليه أحد المشاركين في مجال ورش العمل التعليمية التي تم تطويرها. يجب أن تكون هناك بدلاً من ذلك عملية تقييم تشتمل على تحفيز للتقييم الذاتي للمشاركين لإدراك ما تعلموه بأنفسهم أثناء الأنشطة. لهذا السبب، لا يمكن لأحد إعطاء أي نوع من الأصوات أو الدرجات، أو إجراء أي نوع من الامتحانات.



ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد

تم تمويل

3. حول ريادة الأعمال الاجتماعية

ريادة الأعمال الاجتماعية هي نهج لتطوير وتمويل وتنفيذ حلول للقضايا الاجتماعية أو الثقافية أو البيئية. يمكن تطبيق هذا المفهوم على مجموعة واسعة من المنظمات، والتي تختلف في الحجم والهيكل والأهداف. عادة ما يقيس رواد الأعمال الهادفون للربح الأداء باستخدام مقاييس الأعمال مثل الربح والإيرادات والزيادات في أسعار الأسهم. ومع ذلك، يميل منظمو المشاريع الاجتماعية إلى مزج الأهداف الهادفة للربح من أجل أن يكونوا قادرين على الاكتفاء الذاتي بأعمالهم، مع توليد "عائد إيجابي إلى المجتمع"، يقاس عادة بمؤشرات الأداء الرئيسية وبلوغ الأهداف الاجتماعية.

لذلك، يجب عليهم استخدام مقاييس مختلفة. تحاول ريادة الأعمال الاجتماعية عادة تعزيز الأهداف الاجتماعية والثقافية والبيئية الواسعة التي غالبًا ما ترتبط بالقطاع التطوعي في مجالات مثل التخفيف من حدة الفقر والرعاية الصحية والاستدامة البيئية وتنمية المجتمع. على سبيل المثال، قد تدير منظمة تهدف إلى توفير السكن والعمل للمشردين مطعمًا، لجمع الأموال وتوفير فرص العمل للمشردين. يمكن العثور على المزيد من الأمثلة ضمن أفضل الممارسات المدرجة في موقعنا <https://socialentrepreneurship-youth.eu>

لا يزال النقاش جاريًا حول الأساس الذي يمكن على أساسه تعريف الأفراد أو المنظمات لأصحاب المشاريع الاجتماعية. وحتى الآن، لم يكن هناك توافق راسخ في الآراء بشأن تعريف تنظيم المشاريع الاجتماعية، حيث أن العديد من المجالات والتخصصات وأنواع المنظمات المختلفة ترتبط بتنظيم المشاريع الاجتماعية، بدءًا من الأعمال التجارية الربحية إلى النماذج الهجينة التي تجمع بين العمل الخيري والأنشطة التجارية، إلى الجمعيات الخيرية التي لا تستهدف الربح، ومنظمات القطاع التطوعي والمنظمات غير الحكومية، اعتمادًا أيضًا على الثقافة والنظام القانوني للبلد الذي توجد فيه.

يعرفه الاتحاد الأوروبي على أنه كيان يجمع بين نشاط ريادة الأعمال والغرض الاجتماعي. هدفها الرئيسي هو أن يكون له تأثير اجتماعي، بدلاً من تعظيم الربح للمالكين أو المساهمين. والأعمال التجارية التي تقدم الخدمات الاجتماعية و / أو السلع والخدمات للأشخاص الضعفاء هي أمثلة نموذجية للمؤسسات الاجتماعية.

يمكن العثور على مزيد من المعلومات حول ريادة الأعمال الاجتماعية في 6 دول مشاركة في آيز أيضًا في الدليل 1 الذي تم تطويره في إطار هذا المشروع.

4. كيفية بناء مؤسسة اجتماعية؟

- 1) اسأل نفسك ما الذي يدفعك للقيام بذلك قبل الانطلاق في هذا الطريق. من الضروري أن تكون واضحًا بشأن هدفك الاجتماعي، لأن هذا سيكون ما يميزك عن الأعمال التجارية السائدة.
- 2) تذكر أن فكرة العمل الجيدة يجب أن تكون متجذرة في واقع السوق. في حين أنك قد تكون مدفوعًا بفكرتك الأولية للمضي قدمًا في طريق تطوير مؤسسة اجتماعية، تذكر أنه في وقت لاحق من العملية قد تضطر إلى تغييرها أو التخلي عنها تمامًا إذا لم يكن هناك سوق.
- 3) العمل على تحديد جميع الأشخاص والمنظمات التي لها صلة بمؤسستك أو لها تأثير عليها.
- 4) تقييم ثقافة عملك والعناصر الأساسية لعملك مثل المخاطر الخاصة بك وقدرتك. ضع في اعتبارك ما يمكن أن يجعلك تفشل وكيف سيكون رد فعلك عليه.
- 5) فكر في عدد من الأساليب المختلفة التي يمكنك اتباعها لبدء عمل تجاري بدلاً من انتظار التمويل الذي من شأنه أن يوضح لك الطريقة الدقيقة لكيفية المضي قدمًا.
- 6) حدد ما إذا كان السوق مناسبًا لفكرتك وما هو السوق واستعد لتحليله بدقة واختبار منتجك أو خدمتك.
- 7) قدر الموارد التي ستحتاج إلى العثور عليها للبدء بفكرتك وأين يمكنك العثور عليها. فكر في الاستراتيجيات التي قد تتبعها لجمع الأموال والاعتماد على الموارد البشرية والمساحات والأصول والمزيد.
- 8) ضع خطة مفصلة في محاولة للنظر في جميع الجوانب التي قد تحتاج إلى أخذها في الاعتبار والاستراتيجية في الوقت المناسب التي تخطط لاتباعها، وكيفية قياس إنجازاتك (سيساعدك هذا الدليل على التفكير في الأمر).
- 9) اذهب إلى السوق وابدأ بالعمل الشاق!



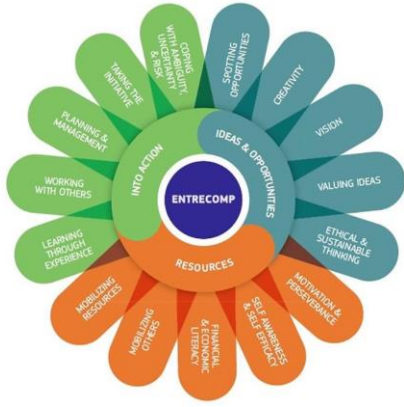
تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.



Co-funded by
the European Union

5. نموذج إنتريكومب

نموذج إنتريكومب هو الإطار المرجعي الذي طورته المفوضية الأوروبية لشرح المقصود بعقلية ريادة الأعمال. يهدف النموذج إلى جعل الأفراد والفرق والمنظمات قادرين على التصرف بناءً على الفرص والأفكار، والعمل مع الآخرين وإدارة المهن الديناميكية وتشكيل المستقبل من أجل الصالح العام. يعرف إنتريكومب ريادة الأعمال بأنه القدرة على التصرف بناءً على الفرص والأفكار، وتحويلها إلى قيمة للآخرين. يمكن أن تكون القيمة التي يتم إنشاؤها مالية أو ثقافية أو اجتماعية. مع وضع ذلك في الاعتبار، من الواضح أن هذا النموذج مهم جدًا لمشروعنا أيضًا، والذي يضع قاعدته على إطار عمل إنتريكومب للعمل على بناء القيمة الاجتماعية من خلال مشاريع ريادة الأعمال التي أنشأها ويديرها الشباب. يحدد هذا الإطار المرجعي المشترك 15 كفاءة في ثلاثة مجالات رئيسية تصف ما يعنيه أن تكون رائد أعمال، وتقدم وصفًا شاملاً للمعرفة والمهارات والمواقف اللازمة.



ترتبط المجالات الرئيسية الثلاثة (الأفكار والفرص، والموارد والتنفيذ) بالإعداد الأولي لمجازفة أو مشروع ريادي، والكفاءات اللازمة للعمل بفعالية مع الذات، والبشر الآخرين والموارد المادية، والتنفيذ العملي لفكرة ريادة الأعمال.

يحتوي كل مجال على مجموعة من 5 كفاءات ذات صلة، تشكل ما مجموعه 15 والتي تخلق، وفقًا للنموذج، عقلية ريادة الأعمال. كما يتم استكشاف الكفاءات وتقسيمها إلى "خيوط" (60 في المجموع)، تصف وتشرح ما تعنيه الكفاءة المحددة في الممارسة. يمكن العثور على القائمة الكاملة للخيوط في [إنتريكومب انتو اكشن - دليل المستخدم](#).

يمكن إتقان كل كفاءة في 8 مستويات تقدم مختلفة، من التأسيس إلى الخبير، ويسرد الإطار ما مجموعه 442 من نتائج التعلم التي يمكن الوصول إليها في المجالات ذات الصلة بعقلية ريادة الأعمال. يعتمد مشروع آيز، وهذا الدليل، على المهارات والكفاءات اللازمة لتكون رائد أعمال اجتماعي يعتمد على هذا النموذج.

يمكن العثور على مزيد من المعلومات حول نموذج إنتريكومب على [الموقع الرسمي للمفوضية الأوروبية هنا](#).

6. مهارات رائد الأعمال الاجتماعي

يهدف مشروع آيز إلى تزويد الشباب بالمهارات والمعرفة والكفاءات اللازمة ليصبحوا رواد أعمال اجتماعيين ناجحين.

وهذا يشمل الكثير من العمل على مفاهيم مختلفة، وفكرة فهم الكفاءات اللازمة لبدء مشروع اجتماعي من الفكرة، والقيم التأسيسية، والتحليل الميداني قبل البدء، وإدارتها والعديد من الجوانب التي تشكل مغامرة ريادة الأعمال. العديد من هذه الأشياء شائعة مع أنشطة ريادة الأعمال التقليدية، ولكن بعضها أكثر تحديدًا أو أهمية من البعض الآخر عند الرغبة في بناء عمل تجاري له غرض وتأثير اجتماعي.

عند التفكير في البداية في مفاهيم مهمة يجب وضعها في الاعتبار عند تطوير المسار التعليمي لرائد أعمال اجتماعي مستقبلي، أخذنا في الاعتبار تعليم ريادة الأعمال التقليدي، ونموذج إنتريكومب، ونتائج تحليلنا الميداني (متوفر في الدليل 1 من هذه المنشورات) ونتائج التنقلات الدولية التي قمنا بها في مصر واليونان.

والنتيجة هي مجموعة من المهارات التي تعتبر أساسية للتعلم في فكرة أن تصبح رائد أعمال اجتماعي، والتي قمنا بدمجها في ورش العمل والندوات عبر الإنترنت التي طورناها بعد ذلك، والمتاحة على موقعنا على الإنترنت

<http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>

القائمة (غير شاملة وليست مرتبة حسب الأهمية) هي كما يلي:

- القيادة
- تضامن
- أخلاقيات العمل
- الشبكات
- الانتقال
- العمل الجماعي
- العقل التحليلي
- محو الأمية المالية
- المهارات الإدارية
- الوعي الذاتي
- الطموح
- مهارات التقييم
- الإبداع
- السوق
- حل المشكلات
- التفكير النقدي
- المشاركة المجتمعية
- التعلم من الأخطاء

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.

7. 15 ورشة عمل

فيما يلي قائمة بورش العمل التي ستجدها في هذا الدليل. على موقعنا <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes> يمكنك العثور على معلومات إضافية وعرض تقديمي، وإلهام من المؤسسات الاجتماعية القائمة، وروابط لمشاريع وأدوات أخرى ذات صلة ومجتمعنا.

- (1) الدافع والوعي الذاتي ومعرفة الذات
- (2) تحليل الاحتياجات
- (3) تحليل أصحاب المصلحة
- (4) تحليل أهداف مؤسستك الاجتماعية
- (5) تقييم القدرات والطموح
- (6) تطوير الأفكار الإبداعية
- (7) نماذج ريادة الأعمال الاجتماعية
- (8) تحديد الأهداف والرسالة والرؤية
- (9) مسابقة رسم الخرائط
- (10) التسويق للمؤسسات الاجتماعية
- (11) تقييم الأثر الاجتماعي
- (12) جمع التبرعات والبرامج للشركات الاجتماعية الناشئة
- (13) الإدارة المالية
- (14) الموارد البشرية
- (15) التوسع والتدريب والنمو

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.



7.1 - الدافع والوعي الذاتي ومعرفة الذات

عنوان الورشة: من نفسك إلى عملك الاجتماعي
رقم الورشة: 1
المواضيع:
• الوعي الذاتي • القيم • الحافز
الأساليب المستخدمة (مثل العصف الذهني، المحاكاة، الكولاج، المسرح ...): التأمل الذاتي، المناقشات، العمل في مجموعات صغيرة، المفاوضات، العصف الذهني
الفئة المستهدفة: الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 16 و 30 عامًا - المجموعة المثالية من 8 إلى 24 عامًا
الوقت: 120 دقيقة
المواد: ورق، أقلام تحديد / أقلام، لوحات ورقية، شريط ورقي، جهاز عرض في النهاية
الأهداف:
• للتعرف على نفسك بشكل أفضل وفهم ما هي قيمك وأولوياتك • للحصول على الدافع الخاص بك لدفع التغيير من خلال الأعمال الاجتماعية • بدء أفكار ريادة الأعمال الاجتماعية بدءًا من القيم والأهداف الشخصية الخاصة
النشاط:
مقدمة (10 دقائق) - قدم النشاط من خلال شرح أنه خلال الجلسة القادمة سنعمل على استكشاف من نحن بشكل أفضل وما هي قيمنا الرائدة، والتعرف على أنفسنا بشكل أفضل لفهم ما نحن متحمسون له. يمكنك البدء بطرح سؤالين مثل الأسئلة التالية للإجماع، أو يمكنك استخدامها في استخلاص المعلومات: - هل تعتقد أنك تعرف جيدًا من أنت؟ - هل من السهل أو الصعب تعريف نفسك لشخص آخر؟ - كم مرة تفكر في من أنت؟ - كيف يؤثر ذلك على طريقة تفكيرك وسلوكك؟ من أنا؟ (15 دقيقة) اطلب من المشاركين أخذ ورقة أو هواتفهم والتفكير، بشكل فردي، في من هم، وكتابة 10 كلمات / خصائص تحدد من هم، في 5 - 10 دقائق. بعد الانتهاء، يمكنك أن تسأل عما إذا كان من السهل العثور على 10 أشياء لتعريف أنفسهم، ولماذا.

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.

كما يمكنك أن تطلب منهم التحقق من منهم قرر وضع الخصائص التالية (كأمثلة):

- الجنس
- العمر
- الجنسية
- الديانة
- الوظيفة / المهنة
- السمات الشخصية
- المهارات

يمكنك بعد ذلك مناقشة مدى أهميتهم، في رأيهم، لتعريف أنفسهم ولماذا.

صف نفسك (25 دقيقة):

يحتاج التمرين التالي إلى تقسيم الأشخاص إلى أزواج.

في أول 3 دقائق، يمكن لشخص واحد أن يصف نفسه للآخر، وبعد أن ينتهي، يفعل الشخص الثاني الشيء نفسه. القاعدة الوحيدة هي أن الشخص الآخر يجب أن يستمع فقط ولا يمكنه طرح الأسئلة. في الخطوة التالية، سيكون لديهم 5 دقائق لكل منهم لتكرار التجربة ولكن يمكن للشخص الآخر طرح العديد من الأسئلة كما يريد.

في النهاية، اطلب التفكير في التجربة.

ما مدى اختلافها من الأول إلى الثاني؟ ما هي الاختلافات؟ في هذه الحالة، هل كان من الأسهل اكتشاف المزيد عن الآخر؟ هل اكتشفت شيئاً جديداً عن نفسك أو فكرت في بعض الجوانب التي لم تفكر فيها من قبل؟ هل ظهرت بعض الأسئلة في ذهنك أيضاً؟ تذكر أنه يمكن القيام بنفس التمرين حول أي شيء يدور في ذهنك يبدو واضحاً جداً، كما هو الحال عندما يحدث حول التفكير في هويتك، وأن المناقشة مع الآخرين جزء مهم جداً من تحليل أفكارك، لذلك يمكن أن يكون تمريناً مفيداً للتدرب أيضاً على عملك الاجتماعي المستقبلي.

اشرح أنه في الجزء التالي سنحاول ربط الأفكار عن نفسك بما يحفزك وأخيراً ببعض الأفكار الريادية الاجتماعية المحتملة.

ما هي قيمنا المشتركة (20 دقيقة) -

اطلب من المشاركين العمل بشكل فردي مرة أخرى وأن يكتبوا في قائمة أهم 5 قيم ترشدكم في حياتهم وتكون مهمة بالنسبة لهم.

يجب ترتيب القيم الـ 5 حسب الأهمية وكتابتها على ورقة (يمكنك استخدام نفس الورقة التي استخدمتها من قبل

والكتابة في الخلف) حتى تكون مرئية.

إذا كان المشاركون يكافحون لفهم ما هي القيم، فامنحهم بعض التعريفات والأمثلة، مثل "العدالة"، "الحرية"، "الاستقلال"، "المال"، "المساواة"، "الشهرة"، "الأسرة"، "الدين"، إلخ.

بعد إعداد القائمة، اطلب منهم لصقها على صدورهم بقطعة من الشريط الورقي.

من تلك اللحظة، لديهم 10 دقائق للتجول ورؤية قوائم بعضهم البعض. بعد ممارسة ما قبل، سيعرفون كيفية الحوار وطرح الأسئلة، ويمكنهم طرح ما يريدون، وكذلك المناقشة.

بعد المناقشة مع الآخرين، يتعين عليهم تجميع أنفسهم في مجموعات من 3 - 5 أشخاص، وفقًا لقيم مماثلة يجدونها في قوائمهم أو يناقشونها.

على سبيل المثال، إذا كان لدى عدد قليل من الناس قيم مختلفة ولكنهم يرون أنهم جميعًا يذهبون إلى مظلة "التضامن" أو "الازدهار"، فيمكنهم تجميع أنفسهم.

ربط القيم بالأفكار (30 دقيقة)

بعد العثور على مجموعاتهم، اطلب من المشاركين استخدام القيم المشتركة بينهم للتفكير في الأشياء التالية:

- ما الذي يهمهم أكثر
 - ما الذي يمكن أن يروه في مجتمعهم، في البيئة، في المجتمع، لا يتناسب مع آرائهم وقيمهم
 - حاول تحديد قضية رئيسية واحدة يرغبون في القيام بشيء حيالها.
- وبناء على ذلك، يتعين على المجموعات التفكير في الإجراءات التي يمكن أن تكون مفيدة عمليًا لحل هذه المشكلة أو إعطائها إجابة في سياقها، والتي يمكن تطويرها لاحقًا.
- من المهم أن يأخذوا هذه المهمة على محمل الجد وأن يستخدموا أكبر قدر ممكن من الوقت
- ### الاستنتاجات (10 دقائق)

تقدم مجموعات المشاركين، واحدة تلو الأخرى، نتيجة مناقشتهم وما توصلوا إليه.

يمكن للمشاركين الآخرين طرح الأسئلة.

النشرات (إن وجدت)

إذا كان المشاركون يعانون من فهم القيم، فيمكنك تقديم هذه القائمة الجاهزة:

- التسامح - الحب - الصبر - الفضول - قبول الثقافة الأخرى - الانفتاح الذهني - التفاهم - التنوع - الحرية
- اللعبة النظيفة - العدالة - الصداقة - المنافسة - المساواة - الاستقلال - عدم التمييز - الإخلاص - الكرامة
- احترام الديمقراطية - حقوق الإنسان - الحقيقة - الشجاعة المدنية - القومية - الكبرياء - التضامن (مساعدة الآخرين) - الكرم - الصدقة - الرعاية - الخصوصية - الفنون - الخدمة العامة - التعاطف - الإنجاز المهني

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.



التحدي النفسي - النمو - المتعة - التقدم والترويج - المغامرة - تكوين أسرة - القوة والسلطة - المودة (الحب والرعاية) - الصدق - النقاء - جودة ما أشارك فيه - المجتمع - الانسجام الداخلي - الاعتراف (احترام الآخرين) - الدين - المنافسة - المسؤولية - الأمن - الإبداع - الديمقراطية - الصفاء - الولاء - الإخلاص - الجدارة - السلام - المال - الحكمة - الشهرة - التنمية الشخصية - الاستقرار الاقتصادي

تعليقات إضافية (إن وجدت):

يمكن أن تكون التوقيعات مختلفة تمامًا اعتمادًا على مقدار ما يحتاجه المشاركون للبحث في أنفسهم للتفكير. أيضًا، اعتمادًا على عرض المجموعة، قد يستغرق الأمر وقتًا أطول أو أقل.

عنوان الورشة: لماذا يعتبر تحليل الاحتياجات مهماً لرائد الأعمال الاجتماعي
رقم الورشة: 2
المواضيع: • إدخال تحليل الاحتياجات لأصحاب المشاريع الاجتماعية. • تعلم كيفية إجراء تحليل الاحتياجات بسهولة. • * بناء معرفتك بكيفية استخدام نتائج تحليل الاحتياجات لتطوير حلول فعالة.
الأساليب المستخدمة: العروض ودراسات الحالة والمناقشات الجماعية
الفئة المستهدفة: المنظمات غير الربحية، قادة المجتمع، أصحاب الأعمال، العاملون الشباب، رواد الأعمال الاجتماعية، صناع السياسات، الشباب
الوقت: 90 – 120 دقيقة
المواد: مرفق واسع (على سبيل المثال، غرفة مؤتمرات، لاستيعاب حجم المجموعة)، شاشة أو جهاز عرض، لوحات ورقية، لوحة بيضاء / لوح قلاب، ملصقات وأقلام تحديد
الأهداف: • اكتساب فهم عميق لأهمية تحليل الاحتياجات لأصحاب المشاريع الاجتماعية. • تعلم كيفية إجراء تحليل الاحتياجات بسهولة. • بناء المعرفة حول كيفية استخدام نتائج تحليل الاحتياجات لتطوير حلول فعالة. • فهم الدور الحاسم لمشاركة أصحاب المصلحة في تحليل الاحتياجات. • تعلم كيفية تخصيص الموارد بشكل فعال بناءً على نتائج تحليل الاحتياجات. • فهم أهمية الرصد والتقييم في تحليل الاحتياجات.
النشاط: مقدمة في تحليل الاحتياجات (25 دقيقة) مناقشات جماعية تفاعلية: يمكن تقسيم المشاركين إلى مجموعات صغيرة وإعطائهم سيناريو يتعلق بتحليل الاحتياجات. يمكنهم المناقشة والتوصل إلى خطة عمل بناءً على السيناريو، والتي يمكن تقديمها بعد ذلك إلى المجموعة الأكبر للحصول على التعليقات والمناقشة. • دراسات الحالة (25 دقيقة)

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.

يمكن استخدام دراسات الحالة في العالم الحقيقي لتوضيح مفاهيم ومبادئ تحليل الاحتياجات. يمكن أن يطلب من المشاركين تحليل دراسات الحالة والتوصل إلى حلول.

● جلسات العصف الذهني (40 دقيقة)

يمكن أن يطلب من المشاركين تبادل الأفكار المتعلقة بتحليل الاحتياجات، مثل طرق جمع البيانات أو استراتيجيات إشراك أصحاب المصلحة. يمكن تسجيل الأفكار ومناقشتها كمجموعة.

● تمرين تحليل الاحتياجات والعروض التقديمية (35 دقيقة)

يمكن إعطاء المشاركين نموذجًا لتحليل الاحتياجات وطلب منهم ملؤه بناءً على سيناريو افتراضي. يمكن مناقشة النتائج كمجموعة، ويمكن تقديم ملاحظات حول كيفية تحسين التحليل.

● التأمل والختام (5 دقائق)

اجمع جميع المشاركين معًا لإجراء مناقشة تأملية. اطلب منهم مشاركة رؤاهم من ورشة العمل، وما تعلموه، وكيف يمكنهم تطبيق المعرفة على مواقف العالم الحقيقي. قم بدعوة المشاركين لكتابة النقاط الرئيسية الخاصة بهم على الملاحظات اللاصقة ونشرها على لوحة مخصصة ليراها الجميع.

النشرات (إن وجدت)

يمكن العثور على العروض التقديمية في المجلد المخصص في جوجل درايف:

<https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM6G2wxdY9ctpTJXgzF4IBPhyl55>

تعليقات إضافية (إن وجدت):

يمكن العثور على موارد إضافية على هذه المواقع:

● https://youtu.be/TDZ6_iVZlt0?si=W1apefYq_BSDAb0W

● <https://simplicable.com/new/business-needs-analysis>

● https://www.linkedin.com/advice/0/what-most-effective-needsanalysis-methods?utm_source=share&utm_medium=member_android&utm_campaign=share_via

عنوان الورشة: تحليل أصحاب المصلحة
رقم الورشة: 3
المواضيع: تحليل أصحاب المصلحة، إدارة المشاريع
الأساليب المستخدمة: ورشة عمل تفاعلية وتمارين جماعية ومناقشات جماعية
الفئة المستهدفة: 16 - 35 الشباب، الطلاب، العاملون الشباب، رواد الأعمال الشباب
الوقت: 120 دقيقة
المواد: السبورة البيضاء / لوحة فليب شارت، لوحات ورقية، ملاحظات لاصقة، علامات، مؤقت
الأهداف: • جعل المشاركين على دراية بالدور المحوري الذي يلعبه أصحاب المصلحة في نجاح المشروع / الأعمال • تزويد المشاركين بالتقنيات الأساسية لتحديد وتقييم وفهم اهتمامات واهتمامات أصحاب المصلحة. • * تمكين المشاركين من خلال الاستراتيجيات الأساسية لإشراك أصحاب المصلحة بشكل فعال وتعزيز التعاون وتعزيز نتائج المشروع.
النشاط: كاسرة الجليد لكسر الحواجز (10 دقائق) نشاط ممتع لمساعدة المشاركين على التعارف وخلق جو ودي في بداية ورشة العمل. مقدمة في تحليل أصحاب المصلحة (30 دقيقة): نظرة عامة على أهمية أصحاب المصلحة ودورهم والأساليب الأساسية لفهم احتياجاتهم. تعرف على المعلومات على https://www.productplan.com/glossary/stakeholder-analysis تمرين مسح أصحاب المصلحة (45 دقيقة): قسم المشاركين إلى 2 أو 3 مجموعات وقم بتعيين قضية مشروع معينة أو فكرة عمل اجتماعي لكل مجموعة (يمكنك العثور على حالات وأمثلة في موقعنا) قم بتوجيه المجموعات إلى: • تحديد أصحاب المصلحة المشاركين في قضية المشروع المعنية لهم، مع مراعاة جهات النظر والمصالح المتنوعة الممثلة. • تحليل اهتمامات أصحاب المصلحة والتأثير المحتمل على قضية المشروع. • مناقشة واقتراح استراتيجيات لإدارة أصحاب المصلحة بشكل فعال لمعالجة مشكلة المشروع. https://www.sessionlab.com/methods/stakeholder-analysis

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.

المرحلة 3 العروض (25 دقيقة): تشارك كل مجموعة تحليل مشكلة المشروع، وتحدد أصحاب المصلحة، وتناقش المخاوف، وتقترح الاستراتيجيات وتتنبأ بالنتائج المحتملة. شجع على إجراء مناقشة تقارن بين أساليب وأفكار كل مجموعة.

المرحلة 4 الخاتمة والملخص (10 دقائق): تلخيص النقاط الرئيسية والرؤى المكتسبة من تحليل السيناريو + التأكيد على أهمية مشاركة أصحاب المصلحة لنجاح المشروع.

النشرات (إن وجدت)

- نظرة عامة على تحليل أصحاب المصلحة: التعريف والفوائد والأدوات

[/https://www.productplan.com/glossary/stakeholder-analysis](https://www.productplan.com/glossary/stakeholder-analysis)

- دليل ممارسة رسم خرائط تحليل أصحاب المصلحة

<https://www.sessionlab.com/methods/stakeholder-analysis>

- نماذج وأمثلة لرسم خرائط أصحاب المصلحة

[/https://miro.com/templates/stakeholder-analysis](https://miro.com/templates/stakeholder-analysis)

تعليقات إضافية (إن وجدت):

1. التأكد من مشاركة جميع المشاركين في المناقشات والأنشطة.
2. تقديم التغذية الراجعة البناءة والتحفيز المستمر للمشاركين.

عنوان ورشة العمل: "قيادة التغيير الاجتماعي: استراتيجيات مبتكرة لجذب وإشراك الجماهير في المؤسسات الاجتماعية"
رقم ورشة العمل: 4
المواضيع: 1. ما هي المؤسسات الاجتماعية 2. تحليل أهداف مؤسستك الاجتماعية
الأساليب المستخدمة: ورشة عمل تفاعلية وتمارين جماعية ومناقشات جماعية
الفئة المستهدفة: من 5 إلى 20 شاب وطالب وعمال شباب ورواد أعمال شباب
الوقت: 90-120 دقيقة
المواد: كمبيوتر متصل بالإنترنت، وجهاز عرض للعروض التقديمية، وشرائح مع النظرية والأدوات، وألواح بيضاء / لوحة ورقية وأقلام تحديد، وأوراق عمل لكل مجموعة.
الأهداف: • معرفة كيفية التعرف على الجمهور • تعلم معرفة جمهورك
النشاط: المقدمة والسياق (5 دقائق) كيف تقوم بتحليل أهداف مشروعك الاجتماعي؟ يمكنك استخدام عرض باوربوينت التقديمي حول هذه الوحدة الموجودة في محرك الأقراص على https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXgzF4IBPhyl55 تحديد خصائص الجمهور (20 دقيقة) اطلب من المشاركين كتابة الخصائص العامة لجمهورهم المستهدف الحالي أو المحتمل. يتضمن ذلك الخصائص الديموغرافية مثل العمر والجنس والتعليم والموقع، بالإضافة إلى الخصائص المتعلقة بسلوكياتهم واحتياجاتهم ودوافعهم. تنميط العملاء – (20 دقيقة) يجب على المشاركين تجميع الخصائص المحددة في ملفات تعريف العملاء المختلفة. يجب أن يعطوا كل ملف تعريف اسمًا وهميًا وأن يفصلوا كل ملف تعريف على أكمل وجه ممكن، بما في ذلك معلومات حول احتياجاتهم ورغباتهم وتحدياتهم وكيف يمكن لمؤسستك الاجتماعية مساعدتهم. عرض ملفات تعريف العملاء (15 دقيقة)

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.

سيقدم المشاركون أحد ملفات تعريف العملاء التي قاموا بإنشائها إلى المجموعات الأخرى. يجب أن يشرحوا لماذا يعتقدون أن هذا الملف الشخصي المحدد سيكون مهتمًا بالمنتجات أو الخدمات التي تقدمها المؤسسة الاجتماعية.

المناقشة والتعليقات (15 دقيقة)

سيتمكن المشاركون الآخرون من إبداء آرائهم وملاحظاتهم حول الملفات الشخصية المقدمة. سيناقشون أيضًا أهمية التواصل الدائم مع الجمهور المستهدف وإدراك تغييراتهم واحتياجاتهم لتكون قادرة على التكيف معها.

النشرات (إن وجدت)

تعليقات إضافية (إن وجدت):

1. تأكد من مشاركة جميع المشاركين في المناقشات والأنشطة.
2. تقديم التغذية الراجعة البناءة والتحفيز المستمر للمشاركين.
3. تكييف محتوى وتركيز الجلسة وفقًا لاحتياجات ومستوى مهارة المشاركين.
4. منح المزيد من الوقت إذا لزم الأمر، حتى 120 دقيقة إجمالاً، في حالة وجود المزيد من المشاركين، حيث قد يحتاجون إلى مزيد من الوقت للتقديم.

عنوان الورشة: ابتكر ببساطة
رقم الورشة: 5
المواضيع: أنواع المشاريع الريادية وفقًا للأفكار وكيفية توليد فكرتك (عملية توليد الفكرة) والتحقق من صحة الفكرة (عرض القيمة).
الأساليب المستخدمة: العروض التقديمية التفاعلية، العصف الذهني، المناقشات الجماعية
الفئة المستهدفة: من 10 إلى 20 شابًا مهتمًا بريادة الأعمال الاجتماعية، ورواد الأعمال الاجتماعيين الشباب، والشباب الناشطين في المنظمات غير الحكومية
الوقت: 120 دقيقة
المواد: جهاز عرض وشاشة للعروض التقديمية، ولوحات ورقية، وأقلام تحديد، وملاحظات لاصقة بعد ذلك.
الأهداف: • تزويد المشاركين بنهج منظم لتوليد الأفكار، وتوجيههم من خلال العمليات والتقنيات الإبداعية لإلهام الابتكار وتحديد المشاريع الريادية المحتملة. • تمكين المشاركين من التحقق من صحة أفكارهم بشكل فعال من خلال تعريفهم بمفهوم عرض القيمة.
النشاط: منشط (10 دقائق) يمكنك تشغيل منشط من أنواع مختلفة لتنشيط الناس وجعلهم مستعدين للاستماع وطرح الأسئلة والعمل معًا. مقدمة (10 دقائق) ابدأ بترحيب حار وعبر عن حماسك لاهتمام المشاركين بريادة الأعمال الاجتماعية. شارك حكاية شخصية موجزة أو ذات صلة تسلط الضوء على القوة التحويلية للأفكار المبتكرة في رحلة ريادة الأعمال. قم بالتأكيد على أهمية الإبداع وتوليد الأفكار والتحقق من صحة الأفكار في تشكيل المشاريع الريادية الناجحة. الخطوط العريضة لمشهد ريادة الأعمال: قدم لمحة عن المشهد الريادي المتنوع، مع التأكيد على أن الأفكار هي القلب النابض لكل مشروع ناجح. قدم بإيجاز موضوعات ورشة العمل الرئيسية الثلاثة: أنواع المشاريع الريادية، وعمليات توليد الأفكار، والتحقق من صحة الفكرة من خلال عرض القيمة. ابدأ مناقشة أنواع المشاريع الريادية وفقًا للأفكار (20 دقيقة)

قم بدعوة المشاركين لاستكشاف 4 أنواع من أفكار ريادة الأعمال التالية، واطلب منهم ذكر (في مجموعات صغيرة) أمثلة يعرفونها عن كل منها. ستأخذ كل مجموعة في الاعتبار نوعًا مختلفًا من أفكار المشاريع الريادية، وستحاول العمل عليها:

- أفكار المشاريع الريادية التي تقدم حلولًا للمشاكل التي تم حلها مسبقًا.
 - أفكار المشاريع الريادية التي تطور الحلول الحالية للمشاكل التي تم حلها مسبقًا.
 - أفكار المشاريع الريادية التي تقدم حلًا جديدًا للمشاكل التي تم حلها مسبقًا.
 - أفكار المشاريع الريادية التي تقدم حلًا جديدًا للمشاكل التي لم تحل.
- سيتم دعوتهم لاحقًا لإعطاء مثال أو اثنين وجدوهم. يمكنهم أيضًا ذكر المشكلات التي يرغبون في العمل عليها ولماذا.

ناقش كيفية توليد فكرتك (عملية توليد الفكرة) (30 دقيقة)

قدم الجوانب التالية لتوليد الأفكار التي يمكن أن تمثل عملية للعمل على الأفكار لحل المشكلات التي تهتم بها مجموعات المشاركين.

- تحديد الاهتمامات الشخصية للأفكار الريادية
 - نهج حل المشكلات لتوليد الأفكار
 - المراقبة وأبحاث السوق كمحفزات للأفكار
 - تعزيز الأفكار من خلال جلسات العصف الذهني الديناميكية
 - تصور الاتصالات للأفكار المبتكرة
 - إلهام لوجهات نظر جديدة
 - اختبار الأفكار
 - التعاون والتغذية الراجعة في صقل الفكرة
- اطلب من مجموعات المشاركين العمل على هذا المخطط بدءًا من المشكلة التي لديهم والتحقق من كيفية العمل على الفكرة من البداية إلى النهاية.

ناقش كيفية التحقق من صحة فكرتك (لوحة عرض القيمة) (20 دقيقة)

قدم جزأين من عرض القيمة:

الدائرة:

وظائف العملاء (الأنشطة التي يشاركون فيها)

آلام العملاء (المشكلات التي يواجهونها في تلك الأنشطة)

مكاسب العملاء (ما الذي يجعل حياتهم أسهل)

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.

الساحة:

المنتجات والخدمات (ما تريد تقديمه)
مسكنات الألم (كيف تزيل المشاكل من العملاء)
كسب المبدعين (ما هي القيمة التي يقدمها للعملاء)
اطلب من المشاركين محاولة العمل على أولئك الذين يبدأون من فكرتهم لتحديدها.
الاستنتاجات والاختتام (15 دقيقة)
اسمح بـ 15 دقيقة لمناقشة ما تم إنجازه بإيجاز وحصاد نقاط التعلم.

النشرات (إن وجدت)

تعليقات إضافية (إن وجدت):

- تشجيع المشاركة النشطة لضمان الاستماع إلى وجهات النظر المتنوعة.
- كن مستعداً لتوجيه المناقشات للحفاظ على تركيزها.
- استخدم أمثلة من العالم الحقيقي وأفضل الممارسات وقصص النجاح لإلهام وتحفيز المشاركين. يمكنك العثور على أمثلة لاستخدامها في أفضل الممارسات في موقعنا على <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>
- بالطبع سيكون هذا مجرد مقبلات، حيث يمكنهم في ورش العمل المختلفة استكشاف المزيد من كل جانب من هذه الجوانب، ولكن مع ضيق الوقت، من الجيد الحصول على لمحة عن إنشاء الفكرة بشكل عام.
- تم تبسيط شرح حول نماذج عرض القيمة واللوحة القماشية في هذا المخطط التفصيلي، ولكن قد ترغب في تقديم معلومات إضافية.
- إذا كان لدى المشاركين بالفعل بعض الأفكار الريادية الاجتماعية الجاهزة، فيمكنهم العمل معهم مباشرة.

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.



Co-funded by
the European Union

عنوان الورشة: "رحلة إلى مصنع الأفكار: تحويل الأحلام إلى حقيقة"
رقم الورشة: 6
المواضيع: تحديد المشاكل والاحتياجات في السوق، وبناء الأفكار لحل تلك الاحتياجات
الأساليب المستخدمة: الرسم والعصف الذهني والعمل الجماعي والمناقشات
الفئة المستهدفة: من 5 إلى 20 شاب وطالب وعمال شباب ورواد أعمال شباب
الوقت: 120 دقيقة
المواد: ورق وقلم رصاص وأقلام لكل مشارك، أقلام ملونة، لوح ورقي أو سبورة بيضاء، مواد للعروض التقديمية الجماعية، مثل جهاز عرض أو شاشة.
الأهداف: - تشجيع إبداع المشاركين وتفكيرهم الجانبي. - تحفيز وتوجيه المشاركين لتطوير أفكار مبتكرة وأصلية. - مساعدة المشاركين على اختيار الفكرة الأنسب والأكثر جدوى لمشروع تجاري.
النشاط: مقدمة (20 دقيقة) قم الموضوع مع عرض باوربوينت في هذا التمرين الذي يمكنك العثور عليه في المجلد https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXgzF4IBPhyl55 أفكار خيالية حول مشروع (10 دقائق) يجب على المشاركين رسم أو كتابة أفكار مجنونة وخيالية على ورقة. لا توجد قيود ويمكن أن تكون حرة وجامحة قدر الإمكان. العصف الذهني (10 دقائق) يختار كل مشارك فكرتين أو ثلاثة من رسوماته أو كتاباته ويشاركها مع المجموعة. تناقش المجموعة بأكملها وتساهم بآراء جديدة لهذه الأفكار، مما يخلق جلسة عصف ذهني حقيقية. إنشاء المشاريع (30 دقيقة) ينقسم المشاركون إلى مجموعات صغيرة ويجب على كل مجموعة اختيار فكرة أو فكرتين من العصف الذهني لتطوير مشروع. يجب عليهم تفصيل الوظيفة والغرض والجمهور المستهدف لمشروعهم. تقييم المشروع (20 دقيقة)

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.

تقدم كل مجموعة مشروعها لبقية المجموعة. ثم، بناء على المفاهيم الموجودة في جدول الإمكانيات مقابل التطبيق، يجب أن يقدموا نقدًا ذاتيًا لفكرتهم، والتفكير في إمكانيات تنفيذها الحقيقية وتأثيرها على المجتمع.

تحسين المشروع (10 دقائق)

تنظر الفرق في الانتقادات والتأملات وتراجع مشاريعها لتحسينها. قد يقومون بتعديل الفكرة الأصلية، أو التفكير في تنفيذ أكثر عملية، أو اكتشاف جمهور مستهدف أكثر دقة.

العرض التقديمي والمناقشة النهائية (20 دقيقة)

أخيرًا، تقدم الفرق مشاريعها المعدلة، وتناقشها المجموعة، مع الميسر، مع التركيز على إمكانيات وإمكانية تطبيق الفكرة المقدمة.

التأملات والاستنتاجات (10 دقائق)

يقود ميسر ورشة العمل مناقشة حول ما تعلموه في ورشة العمل، وكيف يمكنهم تطبيق هذه التقنيات في حياتهم اليومية، وكيف يمكن للإبداع أن يؤثر على المجتمع.

النشرات (إن وجدت)

بعض الأفكار:

نموذج: [/https://miro.com/es/login](https://miro.com/es/login)

نقطة التصويت: [/https://www.funretrospectives.com/dot-voting](https://www.funretrospectives.com/dot-voting)

تعليقات إضافية (إن وجدت):

- لن تعزز ورشة العمل هذه إبداع المشاركين فحسب، بل ستعلمهم أيضًا كيفية تقييم الأفكار ونقدها من منظور بناء وعملي. سيزودهم ذلك بمهارات مهمة لأي مشروع أو مسعى إبداعي قد يقومون به في المستقبل.
- التأكد من مشاركة جميع المشاركين في المناقشات والأنشطة.
- تقديم التغذية الراجعة البناءة والتحفيز المستمر للمشاركين.
- تكييف محتوى وتركيز الجلسة وفقًا لاحتياجات ومستوى مهارة المشاركين.

7.7 – نماذج ريادة الأعمال الاجتماعية

عنوان الورشة: إطلاق العنان لصناع التغيير: استراتيجيات ريادة الأعمال الاجتماعية
رقم الورشة: 7
المواضيع:
• مقدمة في ريادة الأعمال الاجتماعية • فهم نماذج ريادة الأعمال الاجتماعية المختلفة • تطوير حلول مستدامة
الأساليب المستخدمة: ورشة عمل تفاعلية مع مناقشات جماعية وجلسات عصف ذهني
الفئة المستهدفة: رواد الأعمال الذين يسعون للانتقال إلى ريادة الأعمال الاجتماعية، والشباب المهتمون بريادة الأعمال الاجتماعية، ورواد الأعمال الاجتماعيين المحتملون، الذين تتراوح أعمارهم بين 20 و 30 عامًا
الوقت: 120 دقيقة
المواد: كمبيوتر محمول، سبورة بيضاء مع علامات، ملصقات، أقلام / أقلام رصاص، شاشة / جهاز عرض
الأهداف:
• تعريف المشاركين بمفهوم ريادة الأعمال الاجتماعية وأهميتها اليوم. • استكشاف نماذج ريادة الأعمال الاجتماعية المختلفة وفهم مناهجها وفوائدها المختلفة. • تمكين المشاركين من تحديد القضايا الاجتماعية ذات الصلة وتطوير حلول مبتكرة ومستدامة.
النشاط:
منشط (5 دقائق) نشاط ممتع ومنشط ومثير للاهتمام للإحماء والاستعداد للعمل. مقدمة في ريادة الأعمال الاجتماعية (20 دقيقة) ابدأ ورشة العمل بنشاط تفاعلي وجذاب يقدم مفهوم ريادة الأعمال الاجتماعية. على سبيل المثال، استخدم مقطع فيديو قصيرًا يعرض تأثير مؤسسة اجتماعية ناجحة. <u>ما هي ريادة الأعمال الاجتماعية؟</u> – استمع إلى الأشخاص في منتدى Skoll World Forum 2019 للرد على ما هي ريادة الأعمال الاجتماعية. <u>ريادة الأعمال الاجتماعية 101</u> – ندوة إعلامية عبر الإنترنت يستضيفها قائد برنامج EPICentre وسيدني طومسون. بعد المقدمة، زود كل مشارك بدفتر ملاحظات صغير وقلم لتدوين أفكاره الأولية و / أو أسئلته حول ريادة الأعمال

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام يتم للمعلومات الواردة فيه.



Co-funded by
the European Union

الاجتماعية. ادعهم لمشاركة أفكارهم لتحديد العناصر المشتركة في إجاباتهم.

فهم نماذج ريادة الأعمال الاجتماعية المختلفة (40 دقيقة)

قسم المشاركين إلى مجموعات صغيرة وزود كل مجموعة بمجموعة من المواد لتدوين الملاحظات في متناول اليد أو في الكمبيوتر المحمول. تعيين نوع واحد من نموذج ريادة الأعمال الاجتماعية لكل مجموعة. اطلب من المجموعات إنشاء تمثيل مرئي، على سبيل المثال، من خلال الرسوم البيانية، وعرض باوربوينت، وما إلى ذلك، للنموذج المخصص لهم باستخدام المواد المقدمة. يمكنهم رسم المخططات وكتابة الخصائص الرئيسية وتضمين الأمثلة ذات الصلة. أيضًا، سيحتاجون إلى العثور على شركات أو مبادرات تمثل أمثلة تمثيلية لكل نموذج. البحث مسموح به ومرحب به في هذه المرحلة، ولكن يمكن أيضًا استغلال التجربة الشخصية. تقدم كل مجموعة نموذجها إلى ورشة العمل بأكملها، موضحة السمات الرئيسية وكيف استفادت المؤسسات الاجتماعية التي تم تحديدها من هذه النماذج.

تطوير حلول مستدامة (30 دقيقة)

قم بعرض وتسمية بعض التحديات الاجتماعية والبيئية الواقعية السائدة في العالم وفي العصر، ذات الصلة بالمشاركين أو مجتمعهم. اسأل المشاركين عما إذا كانوا يريدون اختيار التحدي / المشكلة التي ستتم دعوتهم للعمل عليها بشفافية أو بشكل عشوائي أو دعهم يقترحون واحدة بمفردهم. اطلب من كل مجموعة اختيار تحد واحد أو أكثر للعمل عليه، والذي سيكون ذا أهمية على المستوى المحلي، مما يضمن اختيار مجموعة متنوعة من الموضوعات. قم بتكليف المجموعات بالتعاون وتصميم حل مستدام لمواجهة التحدي المختار باستخدام نموذج ريادة الأعمال الاجتماعية المخصص لهم والموارد في نشاطهم الريادي الحقيقي أو الخيالي. في حلهم، يجب على المجموعات النظر في عوامل مثل الفعالية من حيث التكلفة وقابلية التوسع والتأثير طويل الأجل.

عروض الحلول والملاحظات (20 دقيقة)

تقدم كل مجموعة حلها المستدام لبقية ورشة العمل. بعد كل عرض تقديمي، شجع المشاركين الآخرين على تقديم ملاحظات بناءة وطرح الأسئلة لتحسين الحلول بشكل أكبر. قم بإجراء مناقشة حول كيفية مساهمة كل نموذج من نماذج ريادة الأعمال الاجتماعية في استدامة الحلول المقترحة.

انعكاس واختتام (15 دقيقة)

اجمع جميع المشاركين معًا لإجراء مناقشة تأملية. اطلب منهم مشاركة رؤاهم من ورشة العمل، وما تعلموه،

وكيف يمكنهم تطبيق المعرفة على مواقف العالم الحقيقي.

قم بدعوة المشاركين لكتابة النقاط الرئيسية الخاصة بهم على الملاحظات اللاصقة ونشرها على لوحة مخصصة ليراها الجميع. بدلاً من ذلك، استخدم <https://www.mentimeter.com> للتعليقات المجهولة. وأخيرًا، اختتم ورشة العمل بتلخيص أهمية قيادة الأعمال الاجتماعية وقدرتها على إحداث التغيير الإيجابي

النشرات (إن وجدت):

يمكنك العثور على عروض باوربوينت التقديمية مفيدة لتنفيذ الأجزاء المختلفة من ورشة العمل في مجلد محرك الأقراص الخاص بنا:

<https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXgzF4IBPhyI55>

بالنسبة للجزء 1: 7.1 مع التعريف والمبادئ الرئيسية والأشكال والتأثير وما إلى ذلك.

بالنسبة للجزء 2: 7 لأنواع نماذج قيادة الأعمال الاجتماعية (سيتم إنشاء ملصقات صغيرة أو بطاقات تعليمية لكل نموذج لاستخدامه في ورشة العمل)

بالنسبة للجزء 3: 7.2 للحلول المستدامة للتحديات الاجتماعية والبيئية

تعليقات إضافية (إن وجدت):

- تشجيع المشاركة النشطة لضمان الاستماع إلى وجهات النظر المتنوعة.
- كن مستعدًا لتوجيه المناقشات من أجل الاستمرار في التركيز على نماذج قيادة الأعمال الاجتماعية والحلول المبتكرة.
- استخدم أمثلة من العالم الحقيقي وأفضل الممارسات وقصص النجاح لإلهام المشاركين وتحفيزهم.
- - التأكيد على التطبيق العملي لمفاهيم ورشة العمل لإلهام المشاركين لاتخاذ إجراءات تتجاوز الجلسة.

عنوان الورشة: "رحلة إلى مصنع الأفكار: تحويل الأحلام إلى حقيقة"
رقم الورشة: 8
المواضيع: تطوير الأهداف الشخصية والمهنية والرسالة والرؤية المستقبلية
الأساليب المستخدمة: ورشة عمل تفاعلية وتمارين جماعية ومناقشات جماعية
الفئة المستهدفة: من 10 إلى 20 طالبًا جامعيًا وشابًا عاملاً وشابًا من رواد الأعمال
الوقت: 120 دقيقة
المواد: القرطاسية، بطاقات الملاحظات، العلامات، السبورة البيضاء / لوحة الرسم البياني، جهاز العرض.
الأهداف: - تقديم مفاهيم رسالة الشركة ورؤيتها وأهدافها. - تعليم المشاركين كيفية تحديد الأهداف الفعالة باستخدام طريقة سمارت. - تحفيز الإبداع والتفكير الاستراتيجي من خلال إنشاء وتخطيط شركة وهمية.
النشاط: مقدمة عن طريقة سمارت والرسالة والرؤية والأهداف (20 دقيقة) في هذه المرحلة، سيتم شرح تعريف طريقة سمارت (محددة، قابلة للقياس، قابلة للتحقيق، ذات صلة، وفي الوقت المناسب)، وكيفية تطبيقها وما هي، وكيفية تحديد المهمة والرؤية والأهداف. يمكن استكمال ذلك بمقاطع فيديو توضيحية أو عروض تقديمية. يمكنك العثور على العرض التقديمي في المجلد المخصص لمواد تدريب المشروع: https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXgzF4IBPhyI55 إنشاء الشركة الوهمية (20 دقيقة) سيتمتع على الناس تحديد نوع الشركة، والقطاع الذي تنتمي إليه، والمنتجات أو الخدمات التي تقدمها، والجمهور المستهدف. سيتم تقسيمهم إلى مجموعات من 3 أو 4 أعضاء لتنفيذ المراحل التالية. تعريف الرسالة والرؤية والأهداف (20 دقيقة) سيتمتع على المجموعات تحديد المهمة، وهو سبب وجود الشركة، وما هو الغرض منها. الرؤية، وهو ما تطمح إليه الشركة، إلى أين تريد الوصول. وأخيرًا، الأهداف هي أهداف الشركة قصيرة ومتوسطة وطويلة الأجل. تطبيق طريقة سمارت على الأهداف (20 دقيقة) في هذه المرحلة، سيتمتع على كل مجموعة تطبيق طريقة سمارت على الأهداف التي حددتها بحيث تكون

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.

الأهداف أكثر وضوحًا وواقعية وواقعية وحتى يفهم الشباب أهمية وجود موعد نهائي لتحقيق كل منها.

العرض والتحليل (30 دقيقة)

في هذه المرحلة من النشاط، ستقدم كل مجموعة شركتها الوهمية، موضحة رسالتها ورؤيتها وأهدافها مع تطبيق طريقة سمارت. وأخيرًا، سيجري تحليل نقدي بناء لكل حالة، يقترح تحسينات ويعزز النجاحات.

النشرات (إن وجدت)

دليل تأسيس مهمة ورؤية شركتك: [رابط](#)

قوالب الأعمال: [رابط](#)

قوالب سمارت: [رابط](#)

قوالب المهمة والرؤية: [رابط](#)

اقتباس: <https://www.youtube.com/watch?v=HxBZKd-7wTc>

تعليقات إضافية (إن وجدت):

- التأكد من مشاركة جميع المشاركين في المناقشات والأنشطة.
- تقديم التغذية الراجعة البناءة والتحفيز المستمر للمشاركين.
- تكييف محتوى وتركيز الجلسة وفقًا لاحتياجات ومستوى مهارة المشاركين.

عنوان الورشة: "تنافس من أجل النجاح: إتقان رسم خرائط المنافسين لرواد الأعمال الاجتماعيين"
رقم الورشة: 9
المواضيع: أهمية رسم خرائط المنافسين، وأدوات وتقنيات البحث عن المنافسين، وتحديد وتحليل المنافسين، وتطوير الاستراتيجيات التنافسية
الطرق المستخدمة: العروض التقديمية، الوسائط المتعددة، العصف الذهني، التلعيب، دراسات الحالة، الأنشطة العملية
الفئة المستهدفة: من 10 إلى 20 شابًا مهتمًا بريادة الأعمال الاجتماعية، ورواد أعمال اجتماعيين محتملين
الوقت: 120 دقيقة
المواد: شاشة أو جهاز عرض، لوحات ورقية، سبورة بيضاء مع أقلام تحديد، ملصقات وأقلام
الأهداف: • فهم أهمية رسم خرائط المنافسين في ريادة الأعمال الاجتماعية. • تحديد وتحليل المنافسين الرئيسيين في صناعتهم. • تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لدى المنافسين (تحليل SWOT). • صياغة استراتيجيات تنافسية فعالة لتمييز مشاريعهم.
النشاط: أهمية رسم خرائط المنافسين (10 دقائق) ابدأ ورشة العمل بنشاط تفاعلي وجذاب يقدم أهمية الميزة التنافسية. على سبيل المثال، استخدم مستندًا تقنيًا مطبوعًا مسبقًا بمزايا شخصية خاصة مختلفة (مثل السفر، وتقع في مدينة مهمشة، ومروحة ...، ولديها أفراد عائلة كبيرة، ... الخ). أعط كل مشارك نفس الورقة واطلب منهم جمع التوقعات من المشاركين الآخرين الذين يتم تمثيل مزاياهم على الورقة. الفائز هو المشارك الذي لديه المزيد من العلامات. دراسة حالة: بنك غرامين (15 دقيقة) شاهد فيديو للبروفيسور محمد يونس (جائزة نوبل 2006) يتحدث عن مشروعه الاجتماعي "بنك جرامين" الذي نجح في السوق حيث ميز نفسه من خلال البنوك التقليدية المنافسة التي تستهدف الفقراء. ناقش تأملات الفيديو مع المشاركين لمعرفة مدى أهمية رسم خرائط المنافسة للمشروع الاجتماعي مثل المشاريع التجارية التقليدية المربحة. أدوات وتقنيات لأبحاث المنافسين (30 دقيقة)

لعبة تمهيدية: سيتم تقسيم المشاركين إلى مجموعات صغيرة (3 - 4 مجموعات) ويطلب منهم البحث عن الملاحظات اللاصقة المخفية في الغرفة. المجموعة الفائزة هي التي ستجمع المزيد من الملاحظات اللاصقة. تتضمن كل ملاحظة لاصقة إحدى الأدوات والتقنيات.

يقدم الميسر أدوات وتقنيات مختلفة لإجراء أبحاث المنافسين، مثل المنصات عبر الإنترنت، والدراسات الاستقصائية، والمقابلات، ومجموعات التركيز، والملاحظة وتقارير السوق.

عرض توضيحي: يعرض الميسر كيفية استخدام أدوات أو منصات محددة لجمع معلومات المنافسين.

تحديد وتحليل المنافسين (20 دقيقة)

تحليل SWOT: يتعلم المشاركون كيفية إجراء تحليل SWOT لتحديد نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لدى المنافسين.

تمرين جماعي: يعمل المشاركون في مجموعات صغيرة لإجراء تحليل SWOT على دراسة حالة مقدمة أو مثال على قيادة الأعمال الاجتماعية الواقعية. (الرحلة، العشائك يا بلدي، علمني)

النشاط: "تحدي رسم خرائط المنافسين" (15 دقيقة)

يعمل المشاركون في مجموعات لإنشاء خرائط منافسين مرئية على ملصقات كبيرة أو ألواح بيضاء. يستخدمون علامات أو ملاحظات لاصقة أو مواد أخرى لتمثيل المنافسين وسماتهم الرئيسية.

العروض التقديمية الجماعية والتعليقات (25 دقيقة)

تقدم كل مجموعة خرائط منافسيها وتشرح نهج رسم الخرائط الخاص بهم.

يقدم الميسر والمجموعات الأخرى ملاحظات واقتراحات وثناء.

انعكاس واختتام (5 دقائق)

اجمع جميع المشاركين معاً لإجراء مناقشة تأملية. اطلب منهم مشاركة رؤاهم من ورشة العمل، وما تعلموه، وكيف يمكنهم تطبيق المعرفة على مواقف العالم الحقيقي.

قم بدعوة المشاركين لكتابة النقاط الرئيسية الخاصة بهم على الملاحظات اللاصقة ونشرها على لوحة مخصصة ليراها الجميع. بدلاً من ذلك، استخدم <https://www.mentimeter.com> للتعليقات المجهولة.

أخيراً، اختتم ورشة العمل بتلخيص أهمية تحديد المنافسين وتمييز مشروعك الاجتماعي عن الآخرين.

النشرات (إن وجدت)

تعليقات إضافية (إن وجدت):

- تشجيع المشاركة النشطة لضمان الاستماع إلى وجهات النظر المتنوعة.

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.



Co-funded by
the European Union

- كن مستعدًا لتوجيه المناقشات من أجل الاستمرار في التركيز على نماذج ريادة الأعمال الاجتماعية والحلول المبتكرة.
- استخدم أمثلة من العالم الحقيقي وأفضل الممارسات وقصص النجاح لإلهام وتحفيز المشاركين.
- التأكيد على التطبيق العملي لمفاهيم ورشة العمل لإلهام المشاركين لاتخاذ إجراءات تتجاوز الدورة.

عنوان الورشة: التسويق الرقمي للمؤسسات الاجتماعية
رقم الورشة: 10
المواضيع: إنشاء استراتيجية تسويق رقمية فعالة مصممة خصيصاً للمؤسسات الاجتماعية. فهم واستخدام منصات التواصل الاجتماعي لإشراك المجتمع ودفع التأثير الاجتماعي؛ قياس نجاح جهود التسويق الرقمي وتعديل التكتيكات وفقاً لذلك.
الأساليب المستخدمة: العروض التقديمية التفاعلية، المناقشات الجماعية، الأنشطة العملية، جلسات الأسئلة والأجوبة.
الفئة المستهدفة: من 10 إلى 20 شاباً مهتماً بريادة الأعمال الاجتماعية، أعضاء فريق التسويق، رواد الأعمال الاجتماعيين الشباب، الشباب الناشطين في المنظمات غير الحكومية
الوقت: 120 دقيقة
المواد: جهاز عرض وشاشة للعروض التقديمية، سبورة بيضاء أو لوح ورقي مع علامات، ثابتة.
الأهداف: • تزويد المشاركين بالمعرفة اللازمة لإنشاء استراتيجية تسويق رقمي تتماشى مع مهمتهم الاجتماعية. • إظهار الاستخدام الفعال لمنصات التواصل الاجتماعي المختلفة للتوعية بالعلامة التجارية والمشاركة المجتمعية. • توفير أدوات لإنشاء محتوى مقنع لإلهام العمل ودعم القضايا الاجتماعية. • إعطاء طرق للتتبع وتحليل وتفسير بيانات أداء التسويق الرقمي. • تعزيز التعاون وتبادل الأفكار داخل قطاع المشاريع الاجتماعية من خلال مبادرات التسويق.
النشاط: مقدمة (10 دقائق) الترحيب بالمشاركين وتحديد جدول الأعمال وشرح أهداف الورشة. استراتيجية التسويق الرقمي (10 دقائق) تقديم مكونات استراتيجية ناجحة، بما في ذلك الجماهير المستهدفة، والعلامات التجارية، ورواية القصص للمؤسسات الاجتماعية. حاول تقديم أدوات مختلفة، بما في ذلك موقع الويب ووسائل التواصل الاجتماعي والحملات والمظاهرات والمزيد. استراحة ونشاط تفاعلي (20 دقيقة) قسم المشاركين إلى مجموعات صغيرة لمناقشة مناهجهم التسويقية الحالية لفترة وجيزة. دعهم يشرحون حول

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.

استراتيجيات التسويق المختلفة للمؤسسات (الاجتماعية) التي وجدها مفيدة ولماذا، بالإضافة إلى شرح تجربتهم في المجالات الأخرى المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي.

العروض التقديمية (15 دقيقة)

تتاح للمشاركين الفرصة لإخبار ما ناقشوه في الجلسة العامة، وتحديد دراسات الحالة ذات الصلة وشرح سبب نجاحهم وما الذي وجده جذاباً.

نشاط إنشاء المحتوى (30 دقيقة)

في نفس المجموعات، يقوم الحاضرون بصياغة تقييم محتوى أساسي لحملة افتراضية لتعزيز التعلم العملي. دعهم يتبادلون الأفكار حول منتج أو خدمة لإطلاقها.

العروض التقديمية (15 دقيقة)

يقدم المشاركون العمل الذي قاموا به ويشرحون للآخرين خططهم وكيف عملوا حيال ذلك.

التحليلات وقياس النجاح (20 دقيقة)

تقديم أدوات وتقنيات لقياس تأثير جهود التسويق الرقمي، بما في ذلك مقاييس إعلانات ميتا ومقاييس إعلانات جوجل والأفكار لتنظيم أهداف الوصول والتفاعل وكيفية قياسها.

خاتمة (10 دقائق)

تلخيص النقاط الرئيسية، وتوزيع موارد إضافية، وتشجيع التعاون المستمر بين الحاضرين بعد ورشة العمل.

جمع الملاحظات (5 دقائق)

توزيع وجمع نماذج الملاحظات لقياس فعالية ورشة العمل وتحديد مجالات التحسين

النشرات (إن وجدت)

تعليقات إضافية (إن وجدت):

- تشجيع المشاركة النشطة لضمان الاستماع إلى وجهات النظر المتنوعة.
- كن مستعداً لتوجيه المناقشات من أجل الحفاظ على تركيزك.
- استخدم أمثلة من العالم الحقيقي وأفضل الممارسات وقصص النجاح لإلهام وتحفيز المشاركين. يمكنك العثور على أمثلة لاستخدامها في أفضل الممارسات في موقعنا <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>
- إذا كان لدى المشاركين بالفعل أفكار أو مشاريع تجريبية للمؤسسات الاجتماعية، فيمكنهم استخدامها كأمثلة للعمل عليها والحصول على ردود الفعل.

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.



Co-funded by
the European Union

عنوان الورشة: تقييم الأثر الاجتماعي
رقم الورشة: 11
المواضيع: تقييم الأثر الاجتماعي, تقنيات القياس
الأساليب المستخدمة: ورش عمل تفاعلية، تمارين جماعية، عصف ذهني
الفئة المستهدفة: 15 - 20 من الشباب والطلاب والعاملين الشباب ورجال الأعمال الشباب
الوقت: 90 دقيقة
المواد: السبورة البيضاء / لوحة فليب شارت، ملاحظات لاصقة، علامات، لوحات ورقية، جهاز عرض
الأهداف: • تزويد المشاركين بأساليب وأدوات لتقييم الأثر الاجتماعي لمبادراتهم أو مشاريعهم. • تزويد المشاركين بمناهج عملية لقياس وتقييم فعالية البرامج أو المشاريع الاجتماعية. • تهيئة بيئة أكثر استدامة وإنصافاً من الناحيتين الإيكولوجية والاجتماعية – الثقافية والاقتصادية. • خلق تأثير اجتماعي إيجابي من خلال معالجة وحل مختلف القضايا الاجتماعية التي تعاني منها المجتمعات والمجتمع والعالم
النشاط: الإحماء (10 دقائق): نشاط ممتع لمساعدة المشاركين على التعارف وخلق جو ودي في بداية ورشة العمل. مقدمة في تقييم الأثر الاجتماعي (10 دقائق): قدم بإيجاز أهمية تقييم التأثير الاجتماعي وكيف يقود التغيير الإيجابي. تسليط الضوء على أهمية فهم النتائج. تقنيات تقييم الأثر الاجتماعي (20 دقيقة) تقديم نظرة عامة على تقنيات التقييم المختلفة مثل النماذج المنطقية ونظرية التغيير ومؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs). تسليط الضوء على أهمية هذه الأساليب في تقييم المبادرات الاجتماعية. تمرين رسم خرائط الأثر (45 دقيقة) قسم المشاركين إلى مجموعات صغيرة وزود كل مجموعة بورقة كبيرة وعلامات ترشدكم إلى تحديد التأثيرات المقصودة وغير المقصودة لمبادرة أو مشروع اجتماعي مألوف لديهم. قم بتشجيع العصف الذهني والتصور لمختلف أصحاب المصلحة، مع الآثار المباشرة وغير المباشرة والنتائج المحتملة والنتائج قصيرة وطويلة الأجل. ثم تُقدم كل مجموعة بالتناوب خرائط التأثير الخاصة بها إلى المجموعة الأكبر لمناقشة التأثيرات والروابط المحددة.

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.

ملخص ومناقشة (20 دقيقة):

لخص الأفكار الرئيسية من العروض التقديمية للمجموعة.
افتح مناقشة حول التحديات والفرص في تقييم الأثر الاجتماعي.
تسليط الضوء على أهمية التقييم المستمر للاستدامة.

النشرات (إن وجدت)

- نظرة عامة على تحليل أصحاب المصلحة: التعريف والفوائد والأدوات
[/https://www.productplan.com/glossary/stakeholder-analysis](https://www.productplan.com/glossary/stakeholder-analysis)
- دليل ممارسة رسم خرائط تحليل أصحاب المصلحة
<https://www.sessionlab.com/methods/stakeholder-analysis>
- نماذج وأمثلة لرسم خرائط أصحاب المصلحة
[/https://miro.com/templates/stakeholder-analysis](https://miro.com/templates/stakeholder-analysis)

تعليقات إضافية (إن وجدت):

1. يمكنك استخدام مثال واقعي من الممارسات الجيدة في موقعنا <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>
2. إذا طور المشاركون بالفعل بعض الأفكار الريادية، فيمكنهم استخدامها كأمثلة لرسم الخرائط
3. تعرف على دليل مفيد حول تقييم الأثر الاجتماعي على <https://www.ocmsolution.com/social-impact-measurement>

7.12 – جمع التبرعات والبرامج للشركات الاجتماعية الناشئة

عنوان الورشة: استراتيجيات النمو للمؤسسات الاجتماعية
رقم الورشة: 12
المواضيع: تحديد وتوسيع نطاق نماذج الأعمال الفعالة للمؤسسات الاجتماعية، تطوير الشراكات والشبكات من أجل الاستدامة والنمو، الوصول إلى التمويل والاستثمار لتوسيع نطاق المؤسسات الاجتماعية.
الأساليب المستخدمة: العروض التقديمية التفاعلية، ودراسات الحالة في العالم الحقيقي، واختراق المجموعات الصغيرة، والتعلم من نظير إلى نظير، وتمارين تطوير الإستراتيجية.
الفئة المستهدفة: من 10 إلى 20 شابًا مهتمًا بريادة الأعمال الاجتماعية، ورواد الأعمال الاجتماعيين الشباب، والشباب الناشطين في المنظمات غير الحكومية
الوقت: 145 دقيقة
المواد: جهاز عرض وشاشة للعروض التقديمية، وألواح ورقية، وأقلام تحديد، وملاحظات لاصقة،
الأهداف: • فهم المكونات الأساسية لاستراتيجيات النمو الفعال في سياق المؤسسة الاجتماعية. • التعرف على أنواع مختلفة من الشراكات وطرق بناء الشبكات الاستراتيجية. • استكشاف مختلف خيارات التمويل المتاحة للمؤسسات الاجتماعية للتوسع. • وضع خطة عمل مصممة خصيصًا لتوسيع نطاق المشاريع الاجتماعية للمشاركين. • تيسير الربط الشبكي بين المشاركين لتعزيز مجتمع دعم للمشاركة بعد حلقة العمل.
النشاط: الترحيب والمقدمات (10 دقائق) نشاط كاسحة الجليد لتعريف المشاركين ببعضهم البعض. عرض تقديمي رئيسي (10 دقائق) تقديم استراتيجيات النمو، مع دراسات الحالة التي توضح التوسع الناجح. تقييم نماذج الأعمال (30 دقيقة) باستخدام النماذج المقدمة في ورشة العمل 7، يحدد المشاركون نماذج أعمالهم الحالية وقيمونها في مجموعات صغيرة. يمكنهم إضافة بيانات حول فكرتهم الأولية عن النمو وأين يهدفون إلى الوصول وإلى أي لحظة هم الآن. إذا لم يكونوا قد أطلقوا أعمالهم بعد، فإنهم يعملون على إنشاء قائمة بالأهداف التي تُغطي المكان الذي يرغبون في الوصول إليه في غضون 3 سنوات من حيث الإيرادات والتأثير والوصول، وهم يعملون مع ذلك. عند الانتهاء،

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.



تُقدم كل مجموعة بإيجاز النتائج الرئيسية.

عرض عن الشراكات والشبكات (15 دقيقة)

يتم عرض إمكانيات مختلفة للتواصل والشراكة مع الهيئات المختلفة على المستوى المحلي أو الدولي، لتوفير إمكانيات للنمو. ومن الأمثلة على ذلك:

- الهيئات العامة المحلية
- الهيئات الدولية
- الزبائن
- مقدمو الخدمات الآخرون
- المؤسسات الاجتماعية الأخرى
- المنظمات غير الحكومية
- وكالات التسويق
- الوسائط
- مقدمو الخدمات التعليمية (أي المدارس والتعليم المهني والجامعات)

النمو المحتمل من خلال الشبكات (20 دقيقة)

يكتب المشاركون على البريد اثنين أو ثلاثة من الهيئات الأكثر صلة التي يمكن التواصل معها من أجل النمو، وأسمائهم. ثم يتم تجميعها حسب الاهتمام. تُناقش المجموعات استراتيجيات التعامل مع هذا الكيان المختلف وكيف يمكن إشراكهم في عمليات المؤسسات الاجتماعية من أجل النمو.

العصف الذهني لتمويل النمو (15 دقيقة)

يذكر المشاركون ويصفون خيارات التمويل واستراتيجيات إشراك المستثمرين، بما في ذلك الصناديق الموجودة أو من يمكنه تقديم استثمارات إضافية. يجمع الميسر الأفكار على لوح ورقي أو على الشاشة.

ورشة عمل خطة العمل (30 دقيقة)

يحدد المشاركون خطة عمل للنمو، تتضمن الاستراتيجيات المستفادة مع دعم التيسير - يجب أن تتضمن الإجراءات التي يجب عليهم القيام بها في السنوات الثلاثة القادمة للوصول إلى أهداف معينة للنمو من حيث التمويل والوصول والاعتراف. يتم وضع الاستراتيجيات على ورقة يتم تعليقها بعد ذلك على الحائط (أو تحميلها في محرك أقراص)، ويمكن للمشاركين الآخرين التحقق والتعليق.

خاتمة (15 دقيقة)

تلخيص النقاط الرئيسية، وتوزيع استمارات التقييم، وتسهيل مناقشة جماعية ختامية لتعزيز روابط الشبكة التي بدأت خلال ورشة العمل

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.

النشرات (إن وجدت)

تعليقات إضافية (إن وجدت):

- تشجيع المشاركة النشطة لضمان الاستماع إلى وجهات النظر المتنوعة.
- كن مستعدًا لتوجيه المناقشات للحفاظ على تركيزها.
- استخدم أمثلة من العالم الحقيقي وأفضل الممارسات وقصص النجاح لإلهام وتحفيز المشاركين. يمكنك العثور على أمثلة لاستخدامها في أفضل الممارسات في موقعنا <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>
- كن مستعدًا لتقديم فرص تمويل إضافية غير تلك التي قدمها المشاركون.

عنوان الورشة: كيف تُدير أموالك؟
رقم الورشة: 13
المواضيع: جمع التبرعات وبدء عملك الاجتماعي، والتخطيط المالي، وتتبع النفقات والإيرادات، والأرباح الاجتماعية مقابل الأعمال التجارية
الأساليب المستخدمة: ورش عمل تفاعلية، محاكاة، عصف ذهني، مناقشات جماعية
الفئة المستهدفة: من 10 إلى 20 شابًا مهتمًا بريادة الأعمال الاجتماعية، ورواد الأعمال الاجتماعيين الشباب، والشباب الناشطين في المنظمات غير الحكومية
الوقت: 120 دقيقة
المواد: جهاز عرض وشاشة للعروض التقديمية، ولوحات ورقية، وأقلام تحديد، وملاحظات لاصقة.
الأهداف: • جعل المشاركين يفكرون في المصادر المحتملة للتمويل الأولي لمشاريعهم الاجتماعية • تقديم نماذج مختلفة لإدارة الموارد المالية • تعريف المشاركين باستراتيجيات التخطيط والإدارة المالية • تقديم نصائح محاسبية للمشاركين
النشاط: مقدمة (10 دقائق) اشرح للمشاركين أهمية الإدارة المالية للمؤسسات الاجتماعية وفكرة أن المؤسسات الاجتماعية يجب أن تكون مكتفية ذاتيًا من الناحية المالية، وأنها تُنتج إيرادات مثل أي مؤسسة على الرغم من أن لها أهدافًا اجتماعية. اشرح أهمية وجود خطة مالية واستراتيجية ونظام إداري. يمكنك استخدام العرض التقديمي في النشرات لإعطاء بعض الأفكار. توليد الأفكار (15 دقيقة) اطلب من المشاركين (مقسمين إلى مجموعات من 4 إلى 5 أشخاص) التفكير في القضايا الاجتماعية أو البيئية أو المجتمعية التي يرغبون في العمل عليها، وتحديد فكرة عمل محتملة لمعالجتها. إذا كانوا يعملون بالفعل على بعض أفكار ريادة الأعمال الاجتماعية، فيمكنهم استخدامها بدلًا من ذلك، لكنهم بحاجة إلى اختيار واحدة لكل مجموعة والتأكد من أن المشاركين الآخرين على دراية بها. بدء التشغيل (20 دقيقة) يجب على المشاركين، في نفس المجموعات، العمل على وضع خطة لبدء فكرة ريادة الأعمال الاجتماعية والحفاظ عليها.

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.



يجب أن يفكر هذا في الحد الأدنى من الأصول التي يحتاجونها لبدء مشروعهم الاجتماعي وتكليفهم.

العروض التقديمية (20 دقيقة)

يمكن للمشاركين تقديم أفكارهم بإيجاز وشرح نوع التكاليف التي فكروا فيها. يمكن للمشاركين الآخرين التفاعل والإضافة. ليس من الضروري في هذه المرحلة مناقشة التكاليف الفعلية ولكن فقط للتفكير في ما هو مطلوب، وجعل التمرين للدخول في الفكرة.

العصف الذهني ممكن لجمع التبرعات (15 دقيقة)

اطلب من المشاركين أن يكتبوا على البريد (1 بعد ذلك مفهوم واحد) الطرق الممكنة لجمع الأموال لبدء المؤسسة الاجتماعية الخاصة بهم. يمكنهم العمل على هذا في المجموعات الصغيرة. بعد أن يلصقوا المنشور على السبورة، يمكنك تجميع المنشورات المتشابهة وإضافة المزيد إذا لم يتم ذكرها.

الإدارة المالية (20 دقيقة)

بعد إطلاق أعمالهم الاجتماعية، يتعين على المشاركين، في مجموعاتهم، التفكير فيما يحتاجون إليه على أساس سنوي للحفاظ على التوسع (لذلك يمكن النظر في استثمارات إضافية ولكن بالتأكيد أيضاً التكاليف اللازمة للعمل اليومي).

عليهم التفكير في كل الأشياء التي يحتاجون إليها من أجل تشغيل المؤسسة الاجتماعية (أي الأفراد والخدمات والآلات ووسائل النقل والمواد الخام والغرف والفواتير والتدريب وما إلى ذلك) ويحتاجون إلى تخطيط تكلفة محتملة لكل منهم.

يمكنك تقديم بعض النماذج الواردة في العرض التقديمي لتسهيل ذلك.

الاستنتاجات والاختتام (20 دقيقة)

يفكر المشاركون في التجربة، وبدون تقديم عملهم، يقولون ما هو جيد و / أو صعب ونقاط التعلم الرئيسية في النشاط، ويذكرونها للآخرين.

يمكنك استخدام العرض التقديمي لتقديم نصائح مهمة للإدارة المالية (أي التفكير في متى يتعين عليك دفع الخدمات ومتى ستحصل على الإيرادات والتدفق النقدي، وأهمية وجود أموال احتياطية، وأنظمة المحاسبة والقوانين ذات الصلة، وما إلى ذلك).

النشرات (إن وجدت)

يمكنك العثور على عرض باوربوينت ذي صلة، بما في ذلك الجداول والنماذج للتمارين، في المجلد المخصص في محرك الأقراص الخاص بنا على هذا الرابط:

<https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXgzF4IBPhyI55>

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.

تعليقات إضافية (إن وجدت):

- تشجيع المشاركة النشطة لضمان الاستماع إلى وجهات النظر المتنوعة.
- كن مستعدًا لتوجيه المناقشات للحفاظ على تركيزها.
- استخدم أمثلة من العالم الحقيقي وأفضل الممارسات وقصص النجاح لإلهام وتحفيز المشاركين. يمكنك العثور على أمثلة لاستخدامها في أفضل الممارسات في موقعنا <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>
- تقديم النصائح والأفكار عندما يكون لدى المشاركين أسئلة

عنوان الورشة: قوة الناس: الإبحار في الموارد البشرية
رقم الورشة: 14
المواضيع: • فهم الدور الفريد للموارد البشرية في المؤسسات الاجتماعية • تصميم استراتيجيات التوظيف للتأثير الاجتماعي • رعاية ثقافة العمل المدفوعة بالغرض ومشاركة الموظفين
الأساليب المستخدمة: ورشة عمل تفاعلية مع مناقشات جماعية ودراسات حالة ولعب الأدوار.
المجموعة المستهدفة: الشباب المهتمون بريادة الأعمال الاجتماعية والإدارة وقيادة الفريق وممارسات الموارد البشرية لأهداف التأثير الاجتماعي؛ العمال الشباب؛ رواد الأعمال الاجتماعيين الشباب
الوقت: 90 دقيقة
المواد: جهاز عرض وشاشة للعروض التقديمية أو أجهزة الكمبيوتر المحمولة أو اللوحات الورقية أو السبورة البيضاء مع علامات للأنشطة الجماعية
الأهداف: • فهم الدور الحاسم للموارد البشرية في تحقيق أهداف التأثير الاجتماعي في المنظمات. • تعلم استراتيجيات فعالة لجذب الموارد البشرية والاحتفاظ بها بما يتماشى مع مهمة المنظمة وقيمها. • غرس ثقافة عمل مدفوعة بالغرض تعزز مشاركة الموظفين والتزامهم.
النشاط: منشط (5 دقائق) الموارد البشرية في المؤسسات الاجتماعية (15 دقيقة) بعد المنشط، اقض بعض الوقت للجميع لمشاركة تجاربهم في ريادة الأعمال الاجتماعية والموارد البشرية، أو الموارد البشرية بشكل منفصل إذا لم يكن هناك الخيار الأول. تسليط الضوء على أهمية مواءمة استراتيجيات الموارد البشرية الريادية مع أهداف التأثير الاجتماعي التي تنوي المؤسسة تحقيقها. قسم المشاركين إلى مجموعات واجعلهم يحددون نوعاً من المشاريع الاجتماعية التي يرغبون في تطويرها. كلفهم بالبدء بالتفكير في عدد ونوع موظفي الموارد البشرية الذين سيحتاجون إليهم والبدء في بناء قسمهم. إنهم بحاجة إلى تحديد مسؤوليات قسم الموارد البشرية الخاص بهم وكيف سيساهم في التأثير الاجتماعي الذي تستهدفه المؤسسة. تصميم استراتيجيات التوظيف للتأثير الاجتماعي (30 دقيقة) قسم المشاركين إلى أزواج وزودهم بأدوار مختلفة، سينتمي أحدهم إلى الفريق الإداري للمؤسسة والآخر سيأتي من

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.

قسم الموارد البشرية. تحتاج المؤسسة إلى توظيف موظفين جديدين لتعزيز أداء الأعمال. بعد إجراء أي بحث يشعرون أنه ضروري، يحتاجون إلى كتابة الموظفين الذين سيكتسبونهم وتنظيم حملة على وسائل التواصل الاجتماعي على أنسب المنصات لجذب أفضل المرشحين للمناصب التي يحتاجون إلى شغلها. في النهاية، سيقدمون عنوان المرشحين والأدوات التي قرروا استخدامها لحملة التوظيف الاجتماعي الخاصة بهم.

رعاية ثقافة العمل المدفوعة بالهدف (30 دقيقة)

ناقش أهمية تنمية ثقافة عمل مدفوعة بالغرض لتعزيز مشاركة الموظفين والتزامهم. قم بتسهيل نشاط جماعي لتحديد القيم والممارسات التي تساهم في بيئة عمل إيجابية في المؤسسات الاجتماعية. يمكن إعداد قائمة بالقيم والمفاهيم والممارسات بناءً على المشاركين الذين يمكنهم العمل لتحديد القيم الأكثر ملاءمة للمؤسسات الاجتماعية. يمكن للمشاركين العمل بشكل فردي أو في مجموعات ويمكن أن يكونوا مصدر إلهام من بيئة العمل التي يتحركون فيها أو يبنون مجموعة لمشروعهم الاجتماعي الخاص.

الاختتام والتقييم (10 دقائق)

قم بتلخيص الأفكار الرئيسية من ورشة العمل وإمكانية تطبيقها في المؤسسات الاجتماعية. قم بتوزيع نماذج التقييم لجمع ردود الفعل من المشاركين.

النشرات (إن وجدت):

يمكنك العثور على عرض باوربوينت ذي الصلة لتقديم هذا الموضوع والعمل عليه في المواد الموجودة على جوجل درايف على هذا الرابط:

<https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXgzF4IBPhyI55>

تعليقات إضافية (إن وجدت):

- تصميم أمثلة ودراسات حالة لتعكس التحديات والفرص الفريدة التي تواجهها المؤسسات الاجتماعية.
- تشجيع المشاركين على تبادل خبراتهم وأفضل الممارسات في مجال الموارد البشرية.
- التأكيد على أهمية المهمة الاجتماعية مع ضمان ممارسات الموارد البشرية الفعالة.
- تسهيل جلسات العصف الذهني التي تشجع على إيجاد حلول مبتكرة لتحديات الموارد البشرية في قطاع التأثير الاجتماعي.

7.15 – التوسع والتدريب والنمو

عنوان الورشة: تمكين رواد الأعمال الاجتماعيين: التوسع من أجل النمو المستدام

رقم الورشة: 15

المواضيع:

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.



Co-funded by
the European Union

● فهم مبادئ التوسع في ريادة الأعمال الاجتماعية ● تحديد فرص النمو والتحديات المحتملة ● التخطيط الاستراتيجي وتوسيع نطاق تأثيرك ● بناء وقيادة فرق عالية الأداء
الأساليب المستخدمة: ورشة عمل تفاعلية مع مناقشات وتمارين جماعية
الفئة المستهدفة: رواد الأعمال الاجتماعيون، رواد الأعمال الذين يسعون إلى الارتقاء بمشاريعهم الاجتماعية إلى المستوى التالي، الشباب المهتمين بريادة الأعمال الاجتماعية، الذين تتراوح أعمارهم بين 20 و 30 عامًا
الوقت: 90 دقيقة
المواد: سبورة بضاء / لوح ورقي وأقلام تحديد، جهاز عرض وشاشة لعروض الوسائط المتعددة، نشرات وأوراق عمل للمشاركين، أقلام وأوراق
الأهداف: ● تزويد المشاركين بالمعرفة والاستراتيجيات اللازمة لتوسيع نطاق مشاريعهم الاجتماعية بشكل فعال. ● تقديم رؤى حول التحديات والفرص المشتركة في توسيع نطاق المؤسسات الاجتماعية. ● تمكين المشاركين من وضع خطط قابلة للتنفيذ للنمو المستدام وزيادة التأثير الاجتماعي. ● تسهيل التواصل والتعاون بين رواد الأعمال الاجتماعيين.
النشاط: منشط (5 دقائق) تمرين جماعي (20 دقيقة) تقديم مفهوم التوسع في ريادة الأعمال الاجتماعية. قم بإجراء مناقشة جماعية حول تطلعات المشاركين والتحديات التي يتوقعون مواجهتها أو واجهوها. يشكل المشاركون مجموعات صغيرة ويتبادلون الأفكار حول فرص النمو المحتملة لمشاريعهم. تُقدم كل مجموعة النتائج التي توصلت إليها وتناقش التحديات المُحتملة التي قد تواجهها أثناء التوسع. بناء الهياكل التنظيمية من أجل النمو المستدام (20 دقيقة) يُقدم المُيسر نماذج مختلفة للتوسع التنظيمي (على سبيل المثال، الشراكات، الامتياز) وفوائدها. مناقشة جماعية: يشارك المشاركون أفكارهم حول النماذج التي تتوافق بشكل أفضل مع مشاريعهم. التخطيط الاستراتيجي لتوسيع نطاق التأثير (20 دقيقة) تعريف المشاركين بأطر التخطيط الاستراتيجي لتوسيع نطاق المشاريع الاجتماعية. بعد مواجهة هذه الأطر، تتم

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.

دعوة المشاركين إلى تطوير خطة نمو أساسية، تحدد الأهداف وخطوات العمل الرئيسية. يمكنهم العمل في أزواج أو في مجموعات وأن يستندوا إلى مؤسسة اجتماعية يرغبون في إحياؤها.

بناء فرق عالية الأداء (20 دقيقة)

يتبادل المشاركون الأفكار حول تطوير الفريق واستراتيجيات الإدارة. يؤكد الميسر على دور القيادة الفعالة في بناء وقيادة فرق عالية الأداء. ينقسم المشاركون إلى أزواج، ويتم تكليفهم بأدوار إيجابية وسلبية. بناء على دورهم، فإنهم يوفرّون العوامل والعناصر التي تساعد وتعيق بناء الفريق في مؤسسة اجتماعية.

أسئلة وأجوبة واختتام (5 دقائق)

افتح الباب للأسئلة والأجوبة. يلخص الميسر النقاط الرئيسية ويدعو المشاركين إلى مشاركة وجهات نظرهم تجاه التوسع بعد النشاط.

النشرات:

ابحث عن عرض باوربوينت ذي الصلة للعمل على الموضوع في المواد الموجودة في جوجل درايف على هذا الرابط:

<https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXgzF4IBPhyl55>

تعليقات إضافية:

- البحث والتعرف على مفاهيم توسيع نطاق ريادة الأعمال الاجتماعية مسبقاً لتسهيل المناقشات بشكل فعال.
- كن منفتحاً على مدخلات المشاركين وخبراتهم، لأنها قد تقدم رؤى فريدة.
- التحلي بالمرونة لمعالجة تحديات أو مواضيع محددة ذات صلة بمشاريع المشاركين.
- تعزيز فرص التواصل من خلال دمج الأنشطة الجماعية التي تشجع تبادل المعلومات.

8. تدريب المدربين في اليونان

تم اختبار جزء من ورش العمل التي أنشأها الكونسورتيوم والموصوفة في هذا المنشور سابقًا في نشاط دولي شارك فيه الميسرون وقادة الشباب والمدربون والمعلمون وغيرهم من المهنيين العاملين في مجال تعليم الشباب. وعقد التدريب في لاريسا، اليونان، واستضاف في مقر شركائنا العبوات الناسفة، وشارك فيه ما مجموعه 22 شخصًا من بلدان الشراكة.

سيتم تدريب المدربين الفرصة للمشاركين المعنيين لفهم المشروع والقيم والأفكار ومنهجية التدريب الخاصة بـ أيز بشكل أفضل، وتزويدهم بالأدوات اللازمة للعمل على المستوى المحلي في ورش العمل التجريبية التي أداروها في الأشهر التالية، مما يوفر للشباب الكفاءات اللازمة لبناء مؤسساتهم الاجتماعية.

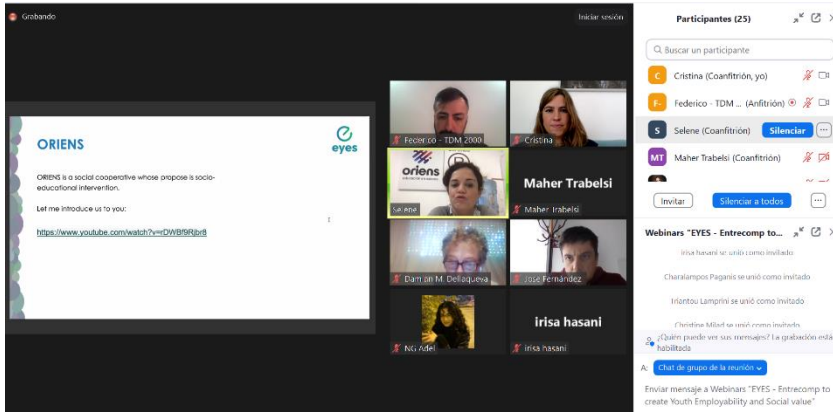
في التدريب، ناقشنا المشروع وفلسفته، ومعنى المشاريع الاجتماعية في سياقات مختلفة، وأهمية الإعلان عنها، وجعلها شائعة بين الشباب، ودعم تطوير مجموعة جديدة من رواد الأعمال الاجتماعيين في المنطقة الأورومتوسطية، ومفاهيم التعليم غير الرسمي، ومهارات التدريب، والأساليب المختلفة لتوفير تعليم فعال وجذاب للشباب.



تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.

9. الندوات عبر الإنترنت

تم إعداد الجزء الأخير من حزمة عمل الأدوات التعليمية التي طورناها من خلال تحقيق دورة من 8 ندوات عبر الإنترنت حول الموضوعات ذات الصلة المرتبطة ببناء وإدارة مؤسسة اجتماعية ناجحة. استكشفت الندوات عبر الإنترنت مجموعة متنوعة من العناصر، وتم تأليفها جميعًا من خلال عرض تقديمي حول موضوع اليوم، تلاه عرض تقديمي ثاقب أو قصة واقعية أو خطاب تحفيزي من قبل ضيف ذي صلة، والذي قدم معلومات إضافية ونصائح عملية قادمة من خبرته الخاصة في هذا الشأن. وكان من بين الضيوف معلمون وأساتذة جامعات ورواد أعمال اجتماعيون ورواد أعمال ومسؤولو حاضنات اجتماعية وخبراء آخرون.



تم إغلاق جميع الندوات عبر الإنترنت بجلسة أسئلة وأجوبة أعطت الفرصة للعديد من المشتركين بعد البث المباشر لطرح أسئلة مباشرة على الخبراء الحاضرين، والحصول على معلومات وردود إضافية مفيدة لفكرة أعمالهم الاجتماعية.

وفيما يلي الموضوع المطروح:

- (1) التأثير الاجتماعي والأخلاق
- (2) التواصل مع الشركاء والجهات الراعية وأصحاب المصلحة
- (3) من الفكرة إلى الممارسة والخوف من الفشل
- (4) المرونة
- (5) الإدارة المالية
- (6) الاتصال والعلاقات المجتمعية
- (7) الموارد البشرية
- (8) القيادة

تتوفر الندوات عبر الإنترنت أيضًا في وضع عدم الاتصال ويمكن مشاهدتها مرة أخرى على موقعنا الإلكتروني <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes> في قسم الأدوات.

تعرف على المزيد من المعلومات حول مشروعنا ونتائج، تحقق من موقعنا على الإنترنت:

<https://www.socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>

تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.

انضم إلى مجتمعنا وناقش الموضوعات والفرص ذات الصلة حول ريادة الأعمال الاجتماعية للشباب والعاملين الشباب:



تم تمويل هذا المشروع بدعم من المفوضية الأوروبية. يعكس هذا المنشور آراء المؤلف فقط، ولا يمكن تحميل اللجنة المسؤولية عن أي استخدام قد يتم للمعلومات الواردة فيه.



Co-funded by
the European Union