



ITET "Girolamo Caruso"
Alcamo - ITALY



Andragoski zavod
Ljudska Univerza
Velenje - SLOVENIA



Associazione ORSA
Palermo - ITALY



BEST
Vienna - AUSTRIA



le meilleur
de l'Europe
dans vos
projets
eurêka21
Eurêka 21 SARL
Paris- FRANCE



manager consulting group
MCG Soc. Coop.
Palermo - ITALY



Erasmus+



SMM - IO3

Modul za usposabljanje 5 KOMUNIKACIJA IN MREŽENJE ZA SMM Knjižica

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



"The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein"



Erasmus + Programme Strategic Partnership for School
Education AGREEMENT n. 2016-1-IT02-KA201-024701
-CUP: G78F16000020006 SCHOOL MOBILITY
MANAGER – SMM www.schoolmobilitymanager.eu
Pilot School: I.T.E.T. "Girolamo Caruso" – Alcamo - Italy



ITET "Girolamo Caruso"
Alcamo - ITALY



Andragoski zavod
Ljudska Univerza
Velenje - SLOVENIA



Associazione ORSA
Palermo - ITALY



BEST
Vienna - AUSTRIA



eurêka21
Eurêka 21 SARL
Paris- FRANCE



MCG
manager consulting group
MCG Soc. Coop.
Palermo - ITALY

Dejavnosti upravljavca šolske mobilnosti se ukvarjajo predvsem s komunikacijo in mreženjem, saj ima:

Pogovor z različnimi skupinami naslovnikov (npr. javne zainteresirane strani, starši, vzgojitelji, učenci, javnost na splošno).

Možnost komuniciranja o načrtih, projektih, akcijah
Da bi lahko tržili / izkoristili prednosti / koristi predlaganih ukrepov
Da bi lahko povečali zanimanje in povečali udeležbo ciljnih skupin

Opredeliti in izbrati potrebne deležnike in jih obravnavati.

Zaradi tega je v tej knjižici predstavljena nekaj koristnih načel in predlogov o učinkoviti komunikaciji in vprašanih mreženja.

SPOROČILO – PA PODOJMO OPREDELITEV

Komunikacija je preprosto dejanje prenosa informacij iz enega kraja v drugega.

Ta preprosta opredelitev bi pomenila (glede na različne uporabljene kanale) različne kategorije komunikacij, ki vključujejo:

Pisna sporočila: pisma, e-pošta, knjige, revije, internet ali drugi mediji.

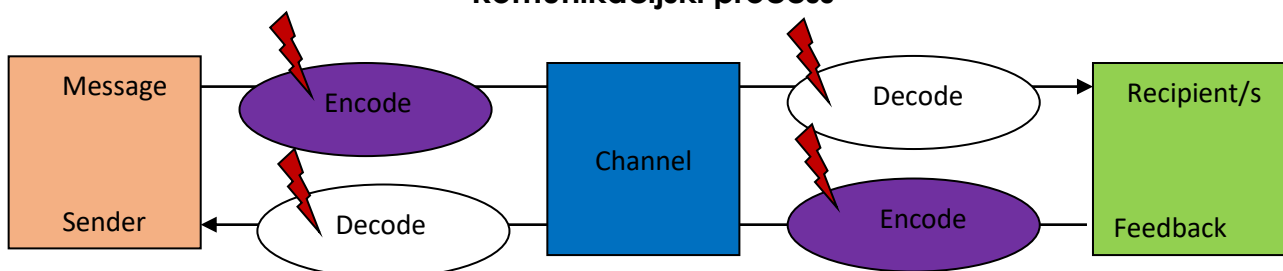
Verbalna / govornjena komunikacija: t.j. osebni, telefonski, radijski ali televizijski in drugi mediji.

Nebesedna komunikacija: geste, govornica telesa, kako se oblačimo ali delamo

Danes se vedno bolj soočamo tudi z vizualizacijami: npr. Grafikoni in grafikoni, zemljevidi, gotipi in druge vizualizacije (emoticons ..), ki lahko sporočajo sporočila.

Komunikacijski kanal je pojem, ki ga pomeni način komuniciranja. Danes je na voljo več komunikacijskih kanalov, na primer neposredni pogovori, telefonski klici, besedilna sporočila, elektronska pošta, internet (vključno s socialnimi mediji), radio in televizija, pisna pisma, brošure in poročila, ki jih je mogoče poimenovati.

Komunikacijski proces



V skladu s komunikacijskim procesom mora pošiljatelj kodirati sporočilo (informacija, ki se prenaša) v obliko, ki je primerna komunikacijskemu kanalu, in sprejemnik / i potem dekodira sporočilo, da razume njegov pomen in pomen.



ITET "Girolamo Caruso"
Alcamo - ITALY



Andragoski zavod
Ljudska Univerza
Velenje - SLOVENIA



Associazione ORSA
Palermo - ITALY



BEST
Vienna - AUSTRIA



Eureka 21 SARL
Paris- FRANCE



MCG Soc. Coop.
Palermo - ITALY

Do nesporeduma lahko pride v vsaki fazi komunikacijskega procesa.

Učinkovita komunikacija vključuje zmanjšanje morebitnih nesporedumov in premagovanje ovir za komunikacijo na vsaki stopnji komunikacijskega procesa.

UČINKOVITA KOMUNIKACIJA - 4 GLAVNA NAČELA

Običajno ljudje običajno sprejemajo **komunikacijski proces** samoumevno: na splošno menimo, da komunikacija med dvema ali več ljudmi ni velika zadeva. Samo deluje. Vendar je resničnost zelo drugačna in komunikacijski proces je dejansko izjemno zapleten.

Obstaja veliko dejavnikov, ki določajo, ali je določena komunikacijska izkušnja verjetno uspešna ali ne. Obstajajo **notranji dejavniki**, ki posamezno vplivajo na vsako osebo, ki sodeluje v komunikacijskem procesu, interakcijski dejavniki, ki vplivajo na to, kako se informacije pošiljajo in prejemajo med dvema ali več osebami, in **zunanjí dejavniki**, ki vplivajo na to, kako lahko fizično okolje vodi do učinkovite komunikacije.

Dejansko lahko **učinkovito komunikacijo** definiramo kot povezavo med ljudmi, ki omogoča izmenjavo misli, čustev in idej in vodi v medsebojno razumevanje. Ta izmenjava se zabeleži, ko govornik pošlje sporočilo, na katerega se odzove poslušalec. Zdi se preprosto, vendar ni.

Obstajajo tudi določena načela v zvezi s komunikacijskim procesom, pa tudi spretnosti, ki jih lahko učijo in prakticirajo. Ko se ljudje zavedajo teh načel in uporabljajo te informacije, bistveno zmanjšajo verjetnost nesporedumov in konfliktov ter povečajo možnosti za uspešno in spretno komunikacijo.

Opredelimo lahko **štiri načela komunikacije**:

Poslano sporočilo ni nujno prejeto sporočilo

Nemogoče je ne-komunicirati

Vsako sporočilo ima tako vsebino kot občutek

Neverbalni signali so bolj verjetni kot verbalni signali.



ITET "Girolamo Caruso"
Alcamo - ITALY



Andragoski zavod
Ljudska Univerza
Velenje - SLOVENIA



Associazione ORSA
Palermo - ITALY



BEST
Vienna - AUSTRIA



le meilleur
de l'Europe
dans vos
projets
eurêka21
Eurêka 21 SARL
Paris- FRANCE



MCG
manager consulting group
MCG Soc. Coop.
Palermo - ITALY



Ti štirje vidiki komunikacijskega procesa so univerzalni (ali je tema dovolilna politična ekonomija ali preprosta izmenjava dogodkov dneva z drugimi). Zavest o teh štirih elementih komunikacijskega procesa, ne glede na to, ali ste na koncu pošiljanja ali prejemanja, lahko izboljša kakovost vaše komunikacije, tako da postane bolj spretna, učinkovita in uspešna.

Poslano sporočilo ni nujno prejeto sporočilo

Pogosto domnevamo, da samo zato, ker smo rekli nekaj (ali kaj mislili ali nameravali nekaj), da, ko druga oseba ne razume, kaj mislimo, je njihova krivda. Navsezadnje oseba, ki pošlje sporočilo, ve natančno, kaj je mislila. Vendar pa je lahko tisto, kar oseba na prejemnem koncu sporočila sliši in razume, precej drugačna. V nasprotju s tem, da je kdorkoli "napaka", je to le eden od načinov, kako lahko komunikacijski proces izstopi.

Poslano sporočilo morda ni prejeto sporočilo, ker mora preiti skozi sistem filtriranja misli in čustev (tako za pošiljatelja kot za prejemnika).

Obstaja veliko prostora za nesporazume med tem, kar namerava govoriti, kaj pravi ali kaj pravi in kaj poslušalec sliši. Manj zavestne pozornosti, ki jo govornik in / ali poslušalec plačuje (bolj kot jih motijo notranji ali zunanji vhodi), ko je sporočilo poslano in je oseba bolj čustveno napolnjena, bolj je verjetno, da bo prišlo do prekinitve povezave med tem, kar namerava govoriti, kaj pravi ali kaj pravi in kaj sliši poslušalec.

Edini način, da ste prepričani, da je sporočilo, ki ga pošljete, isto, kot ga prejme druga oseba, je skozi **proces povratnih informacij**. To je bolj kritično, če je vaša komunikacija posebnega pomena ali čutite iz reakcije druge osebe, ali je verbalna ali neverbalna, da je on ali ona nejasna.

Preverjanje natančnosti vaše komunikacije vključuje dobessedno spraševanje, kaj je druga oseba slišala. Če se to, kar poroča o zaslišanju, ne ujema s tem, kar ste nameravali, potem lahko pojasnite svoje sporočilo tako, da delite, kaj ste nameravali povedati. Potem lahko ponovno vprašate za povratne informacije, preverite, kaj je slišal. Ta proces se lahko zdi zapleten, vendar pa ima za posledico jasnejšo in natančnejšo komunikacijo. Včasih lahko



ITET "Girolamo Caruso"
Alcamo - ITALY



Andragoski zavod
Ljudska Univerza
Velenje - SLOVENIA



Associazione ORSA
Palermo - ITALY



BEST
Vienna - AUSTRIA



Eureka 21 SARL
Paris- FRANCE



MCG Soc. Coop.
Palermo - ITALY

ta postopek poteka v dveh ali treh krojih, da se zagotovi, da sta govornik in poslušalec na isti strani. Bolj kot je ta proces osredotočen na dejstva, bolj uspešen bo.

Nemogoče je komunicirati

Vsa dejanja, namerna in nenamerna, sporočajo določena sporočila. Na primer, namerno neupoštevanje nekoga ne „ne komunicira“. Nasprotno (kot veste, če ste bili na prejemnem koncu), to dejanje pošlje močno sporočilo. Poleg tega je verbalna komunikacija (uporabljene besede) le del širšega komunikacijskega procesa, ki vključuje govorico telesa, izraz obraza, ton glasu in glasnost glasu.

Vsako sporočilo ima tako vsebino kot občutek

Vsako sporočilo vsebuje vsebino in občutek. Vsebina je vsebina sporočila, ki temelji na uporabljenih besedah. Občutek, ki je povezan z vsebino, se izraža z neverbalnimi nameni - govorico telesa / gestami, izrazom obraza, tonom glasu / pregibanjem in glasnostjo glasu.

Kadar pride do neskladnosti med vsebino in občutkom sporočila, se za poslušalca ustvari zmeda, še posebej, če se zdi, da sta vsebina in občutek v nasprotju.

Elektronska komunikacija - po e-pošti, besedilu in drugih oblikah takojšnjega sporočanja - je lahko tako zahtevna in lahko napačno interpretirana ravno zato, ker so uporabljene besede izolirane od vseh neverbalnih namigov, ki zagotavljajo bistvene informacije in pojasnila.

Neverbalni signali so bolj verjetni kot verbalni signali

Kadarkoli pride do neskladja med vsebino (verbalno) in občutkom (neverbalno) sporočila, bo oseba, ki je na koncu sprejela, skoraj vedno bolj občutila občutek. Z drugimi besedami, če se besede, ki jih govornik uporablja, ne ujemajo z njegovim glasom, izrazom obraza, govorico telesa in drugimi neverbalnimi nameni, bo poslušalec več pozornosti posvetil neverbalnemu vedenju in mu verjel.

Razmislite, kako se odzivate, ko vam nekdo zveni kot kompliment: »Izgledaš odlično«, vendar z glasom, ki ga dojemaš kot sarkastičen. Ali verjamete verbalno (besede, ki se uporabljajo / vsebina) ali neverbalni (ton glasu / občutek)?

Na podlagi teh prejšnjih premislekov in načel je v naslednjem odstavku nekaj koristnih predlogov o izboljšanju komunikacijskih veščin, ki veljajo tudi za upravitelja šolske mobilnosti.



ITET "Girolamo Caruso"
Alcamo - ITALY



Andragoski zavod
Ljudska Univerza
Velenje - SLOVENIA



Associazione ORSA
Palermo - ITALY



BEST
Vienna - AUSTRIA



Eureka 21 SARL
Paris- FRANCE



MCG Soc. Coop.
Palermo - ITALY

KAKO IZBOLJŠATI KOMUNIKACIJO

Pomen prakse: Razvoj naprednih komunikacijskih veščin se začne s preprostimi interakcijami. Spretnosti komuniciranja se lahko izvaja vsak dan v okoljih, ki segajo od socialnega do profesionalnega. Nove spretnosti potrebujejo čas, da se izboljšajo, vendar se vsakič, ko uporabite svoje komunikacijske spretnosti, odprete priložnosti in prihodnja partnerstva.

Vključevanje občinstva: Ne glede na to, ali govorite ali poslušate, lahko gledate v oči osebe, s katero se pogovarjate, da bo interakcija uspešnejša. Stik z očmi izraža zanimanje in spodbuja vašega partnerja, da vas zanima, ko se vrnete.

Geste in ustrezna glasnost: vključujejo kretnje z rokami in obrazom. Povej svoje telo. Za večje skupine / občinstvo uporabite manjše poteze za posameznike in manjše skupine. Uporabite glasbo, ki ustreza nastavitvi. Govorite bolj tiho, ko ste sami in blizu. Govorite glasneje, ko govorite z večjimi skupinami ali v večjih prostorih.

Pomen govornice telesa: Jezik telesa lahko pove veliko več kot le besedo. Neuskklajenost med poslanim sporočilom in telesnim odnosom je eden glavnih vzrokov za nesporazume.

Uporaba učinkovitih spretnosti poslušanja in empatije: Ne samo, da mora biti oseba sposobna govoriti učinkovito, mora poslušati besede druge osebe in sodelovati v komunikaciji o tem, kaj druga oseba govori in plačati resnično ter brez poseganja v to, kaj je druga oseba. govoriti. Uporabite tehnike razjasnitve in razmišljanja, da potrdite, kaj je druga oseba povedala, in se izogibajte kakršni koli zmešnjavi. Ne poskušajte razmišljati o tem, kaj naj rečete, medtem ko poslušate; namesto tega rahljate in se osredotočite na prejeto sporočilo. Ko komunicirate z drugimi, poskusite, da ne boste presojali ali da nanje ne vplivajo predsodki ali prepričanja - namesto tega si oglejte situacije in odzive z vidika druge osebe. Ostanite z nami s svojimi čustvi, da boste lažje razumeli čustva drugih.



ITET "Girolamo Caruso"
Alcamo - ITALY



Andragoski zavod
Ljudska Univerza
Velenje - SLOVENIA



Associazione ORSA
Palermo - ITALY



BEST
Vienna - AUSTRIA



Eureka 21 SARL
Paris- FRANCE



MCG Soc. Coop.
Palermo - ITALY

MREŽENJE

Kar zadeva **povezovanje** v mrežo, ga lahko opredelimo kot izmenjavo informacij ali storitev med posamezniki, skupinami ali institucijami in natančneje: **gojenje produktivnih odnosov za razvoj zaposlovanja / poslovanja / projekta.**

Za upravitelja šolske mobilnosti ga je mogoče spremeniti v: vse produktivne odnose za uspešen razvoj njegovih dejavnosti (od analize konteksta do razširjanja in valorizacije rezultatov).

To je razlog, zakaj je mreženje transverzalni koncept in dejavnost, ki hkrati vpliva na vsa vprašanja upravljanja.

Sledi nekaj ključnih konceptov in predlogov za koristno in uspešno povezovanje v okviru upravljaljskih dejavnosti.

Prednosti mreženja:

Vzajemna pomoč: od partnerjev in drugih zainteresiranih strani, ki so del mreže, lahko izkoristite druge specifične kompetence in / ali pomoč pri določenih vprašanjih / problemih, ki izhajajo iz dejavnosti.

Priložnost za rast: Ustrezna in trdna mreža partnerjev in / ali deležnikov je resnična priložnost za rast, saj omogoča soočenje med strokovnjaki, sodelavci / zainteresiranimi stranmi o ustreznih vprašanjih. To je tudi sredstvo za nadaljnje usposabljanje vseh članov.

Širša prepoznavnost: združevanje omrežnih komunikacijskih virov (v smislu stikov, kanalov, orodij in zaposlenih) omogoča širšo in obsežnejšo prepoznavnost dejavnosti / rezultatov projekta / akcije. Ustvarja tudi več priložnosti / možnosti za nadaljnje sodelovanje za prihodnost na specifičnih in / ali različnih temah, kar daje konkretnim vidikom trajnosti izvedene dejavnosti.

Ekonomizirati stroške: „v številu obstaja moč“ ni samo „govorjenje“. Aktiviranje in učinkovito upravljanje omrežja lahko za dejavnosti, ki se izvajajo, resnično ustvarijo ekonomijo obsega, zlasti za komunikacijo in razširjanje, kar omogoča nadaljnje prihranke za druge naložbe.



ITET "Girolamo Caruso"
Alcamo - ITALY



Andragoski zavod
Ljudska Univerza
Velenje - SLOVENIA



Associazione ORSA
Palermo - ITALY



BEST
Vienna - AUSTRIA



eurêka21
Eurêka 21 SARL
Paris- FRANCE



MCG
manager consulting group
MCG Soc. Coop.
Palermo - ITALY

STRATEGIJE UPRAVLJANJA MREŽENJA

Mreženje temelji na **upravljanju odnosov**, ki je strategija, v kateri organizacija ohranja stalno raven sodelovanja z občinstvom. To upravljanje lahko poteka med podjetjem in njegovimi strankami ali med podjetjem in drugimi podjetji ali med partnerji in partnerji / zainteresiranimi stranmi.

Upravljanje omrežja ali odnosov se lahko opira na nekatera načela, ki so povezana tudi z upravljanjem projektnega cikla:



KANALI ZA MREŽENJE

Da bi ustvarili in / ali razširili omrežje, lahko upoštevamo in se zanašamo na dva glavna »kanala«:

Fizične skupnosti: združenja, krovne organizacije, javne ustanove, lokalne oblasti, podjetja, posebne razstave / sejmi / dogodki, agencije za usposabljanje itd.

Virtualne skupnosti: npr. LinkedIn - Xing - Viadeo - FaceBook - BNI - PWA, spletne strani, spletna mesta, namenski blogi itd.

Dandanes je e-omrežje veliko bolj izkoriščeno, ker lahko računa na širši potencial stikov in multiplikacijskih učinkov, saj združuje potencial tradicionalnega mreženja z internetom.



ITET "Girolamo Caruso"
Alcamo - ITALY



Andragoski zavod
Ljudska Univerza
Velenje - SLOVENIA



Associazione ORSA
Palermo - ITALY



BEST
Vienna - AUSTRIA



eurêka21
Eurêka 21 SARL
Paris- FRANCE



MCG
manager consulting group
MCG Soc. Coop.
Palermo - ITALY

KORISTNA ORODJA ZA KOMUNIKACIJO IN MREŽENJE ZA SMM

Materiali in nadaljnji opis naslednjih postavk so predstavljeni in zbrani v poglavju "Srodna gradiva"

Fokusna skupina I je instrument raziskovanja in analize, ki se pogosto uporablja v dejavnostih projektnega vodenja. Gre za nekakšen kvalitativni intervju, v katerem moderator na neformalen in očitno ne strukturiran način vpraša niz vprašanj razprav majhni / srednji skupini obveščenih in razpoložljivih ustreznih ljudi, ki se morajo soočiti in izmenjati mnenja in informacije.

Pripovedovanje zgodb sporoča pomembna sporočila ljudem, saj so lahko zabavna in zanimiva uporaba življenjskih izkušenj za izgradnjo strategij za uspeh ohranjanje osredotočenosti učencev z uporabo narativnih struktur, dobro znanih tem itd.

Demonstracije dejansko prikazujejo in razlagajo učencem, kako narediti nekaj, kar zagotavlja praktično izkušnjo (slišati, videti in delati) in zagotoviti neposredno interakcijo med strokovnjaki in drugim občinstvom.

Razprave so koristne pri premagovanju začetne nervoze glede prepoznavanja javnega govora in dela na pomembnih problemih, ki ustvarjajo ozračje konstruktivne vzajemne kritike

Spletni časopis je informativna brezplačna periodična posodobitev, ki jo partnerstvo / mreža pošlje članom v zvezi z njenimi dejavnostmi. Danes se običajno distribuira po elektronski pošti. Če je v HTML-ju lahko vsebuje tudi slike. Pogostost pošiljanja je spremenljiva (mesečno, tedensko).

Ustvarjanje, izvajanje in / ali sodelovanje posebnih **multiplikativnih dogodkov**.