



Co-funded by the
European Union

NEFORMALNI PRIRUČNIK ZA PREDUZETNIŠTVO U OKVIRU MAP-A

2022-2-ES02-KA220-YOU-000102299



MAP4N



**POLJOPRIVREDNO PREDUZETNIŠTVO U OKVIRU
MAP-A ZA NEET**

map4nproject@gmail.com



'Neformalni komplet alata za MAP preduzetništvo' – Poljoprivredno preduzetništvo! MAP za NEETs – projekat 'MAP4N' od strane Academia Barcelona, Ildiz Tehničkog univerziteta, Poljskog centra za savetovanje i obuku poljoprivrednih gazdinstava, Konzorcijum Centra za nauku i tehnologiju šuma Katalonije i Akademije primenjenih tehničkih studija Beograd je označen sa CCO 1.0 Universal. Da biste videli kopiju ove licence, posetite <https://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/>



Co-funded by the
European Union



Finansirano kroz program Erasmus+ Evropske unije. Evropska komisija i Španska nacionalna agencija za mlade ne mogu biti odgovorni za bilo koju upotrebu informacija sadržanih u ovom materijalu.

Ovaj resurs je pripremljen u okviru programa Erasmus+, a ceo sadržaj je slobodno dostupan svima i može se slobodno koristiti. Cilj ovog resursa je širenje znanja odgovorno i etički i korist za zajednicu.



THE ACADEMY
OF APPLIED STUDIES
POLYTECHNIC

SADRŽAJ

UVOD

POGLAVLJE – 1 FORMALNO OBUČAVANJE

1.1-MODELI POLJOPRIVREDNIH PREDUZEĆA I SEKTORA MAP-A

1.1.1-MODELI POLJOPRIVREDNIH PREDUZEĆA

1.1.2-SEKTOR MAP-A

2-PROCEDURA DONOŠENJA ODLUKA

3.KAKO ZAPOČETI POLJOPRIVREDNI POSAO OD POČETKA

3.1.ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA I STUDIJA O IZVODLJIVOSTI

3.2.DEFINISANJE POSLOVNIH CILJEVA I PLANOVA

3.3.IZBOR ODGOVARAJUĆEG MODELA POLJOPRIVREDNOG POSLOVANJA

3.4.FINANSIJSKO PLANIRANJE I BUDŽETIRANJE

4.MARKETING I PREGOVORI

4.1.RAZUMEVANJE ULOGE MARKETINGA U POLJOPRIVREDI

4.2.ZNAČAJ PREGOVORA U POLJOPRIVREDNIM TRANSAKCIJAMA

4.3.SAVETI ZA EFIKASAN MARKETING I PREGOVORE U POLJOPRIVREDI

4.4.SINDROM MARKETINGA I PREGOVORA

5.IZVOZ I UVOZ

5.1.POLJOPRIVREDNI IZVOZ

5.2.POLJOPRIVREDNI UVOZ

5.3.MOGUĆNOSTI I IZAZOVI

6.PRISTUP NACIONALNIM I MEĐUNARODNIM FONDOVIMA

6.1.PRISTUP NACIONALNIM FONDOVIMA

6.2.PRISTUP MEĐUNARODNIM FONDOVIMA

7.POVEĆANJE POSLOVANJA

8.DIGITALNE PRILIKE

8.1.ONLAJN PLATFORME ZA UČENJE

8.2.MOBILNE APLIKACIJE

8.3.SOCIJALNI MEDIJI I ONLAJN ZAJEDNICE

8.4.DIGITALNI MARKETING I E-TRGOVINA

8.5.POLJOPRIVREDNE APLIKACIJE I IOT UREĐAJI

8.6.DIGITALNE PRAKSE ODRŽIVOSTI

POGLAVLJE – 2 NEFORMALNE AKTIVNOSTI

A- KOMUNIKACIJA

B- MEĐULJUDSKE VEŠTINE

C- TIMSKI RAD

D- PRILAGODLJIVOST

E- KREATIVNOST

F- RADNA ETIKA

G- PREDUZETNIŠTVO

H- POSLOVNI MODEL

I- DIZAJN RAZMIŠLJANJE

J- STRATEGIJE PRODAJE ZA STARTAPE

K- SWOT ANALIZA

UVOD

Priručnik se sastoji od formalnih obuka o proizvodnji MAP-a i neformalnih aktivnosti o preduzetništvu u vezi sa MAP-ovima. Cilj priručnika je povećati duh preduzetništva u poljoprivredi i opremiti mlade ljude neophodnim veštinama i poznavanjem sektora.



Broj mladih osoba koje nisu uključene u obrazovanje, zaposlenje ili obuku (NEET) svakim danom raste, a pojavljuju se problemi nezaposlenosti. U doba informacija i komunikacija, transverzalne/meke veštine dobijaju na važnosti, jer nije dovoljno imati stručnost samo u jednom polju, s obzirom na to da su sektori međusobno povezani. U našem slučaju, privlačenje pažnje mladih nezaposlenih osoba i pokazivanje mogućnosti koje poljoprivredni sektor pruža, poput proizvodnje MAP-a, moguće je samo uz prezentaciju preduzetništva.

Postojeći materijali fokusirani su samo na preduzetništvo; nedostaje im specifičan aspekt. Stoga je njihov uticaj na sektor ograničen. Potrebno je kreirati posebnu obuku iz preduzetništva koja obuhvata aspekte "preduzetništva u vezi sa MAP-ovima" kako bi se povećao ovaj uticaj.

Postoji opšte verovanje da poljoprivredni sektor nije profitabilan. Da bi se razbile predrasude poput ove, treba razviti preduzetnički pristup i privući pažnja mladih ljudi.

Da bi se to postiglo, polaznicima koji predstavljaju NEET treba obezbediti efikasne obrazovne materijale i vođenje od strane mladih radnika. Osim toga, dodavanje NEET osoba u ovu jednačinu i maksimalno iskorišćavanje toga nije često izvodljivo. Postoje razni programi namenjeni NEET osobama koji im omogućavaju sticanje kompetencija u poljoprivredi ili preduzetništvu; ipak, kombinacija ova dva aspekta nije česta.

Mogući uspeh ove kombinacije otvoriće put za inovativne pristupe. Štaviše, neformalne aktivnosti na temu "preduzetništva u vezi sa MAP-ovima" nisu ranije bile proizvedene. Inovativne neformalne aktivnosti biće novostvorene kroz ovaj rezultat.



Co-funded by
the European Union

POGLAVLJE – 1

FORMALNA OBUKA

2022-2-ES02-KA220-YOU-000102299



MAP4N

**POLJOPRIVREDNO PREDUZETNIŠTVO U OKVIRU
MAP-A ZA NEET**





1- MODELI POLJOPRIVREDNIH PREDUZEĆA I SEKTORA MAP-A

1. MODELI POLJOPRIVREDNIH PREDUZEĆA

Poljoprivredna preduzeća se odnose na preduzeća uključena u različite aktivnosti vezane za poljoprivredu i proizvodnju. Ova preduzeća mogu značajno varirati u pogledu obima, razmere i specijalizacije. Evo nekoliko uobičajenih modela poljoprivrednih preduzeća:

A. PORODIČNA POLJOPRIVREDNA GAZDINSTVA

Porodična poljoprivredna gazdinstva su vlasništvo i poslovanje jedne porodice ili male grupe pojedinaca. Često su mala do srednje veličine i oslanjaju se na tradicionalne metode poljoprivrede. Porodična poljoprivredna gazdinstva su česta u mnogim delovima sveta i igraju značajnu ulogu u lokalnoj i regionalnoj proizvodnji hrane.

B. KORPORATIVNA POLJOPRIVREDNA GAZDINSTVA

Korporativna poljoprivredna gazdinstva su poljoprivredna preduzeća velikih razmera koja su vlasništvo i poslovanje korporacija ili agrobiznis kompanija. Koriste savremene tehnologije u poljoprivredi, ekonomiju obima i efikasne upravljačke prakse. Korporativna poljoprivredna gazdinstva često se fokusiraju na određene useve ili stoku i mogu imati komercijalniju orijentaciju.



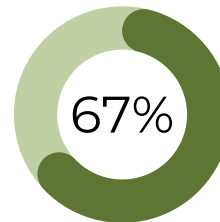
C. ZADRUŽNA POLJOPRIVREDNA GAZDINSTVA

Zadružna poljoprivredna gazdinstva su kolektivna poljoprivredna preduzeća gde poljoprivrednici udružuju svoje resurse i rade zajedno kako bi maksimizirali efikasnost i profitabilnost. Zadružna poljoprivreda omogućava malim farmerima pristup deljenim resursima, kao što su mašine, grupna nabavka i marketinške usluge, koje možda ne bi mogli priuštiti pojedinačno.



D. UGOVORNO POLJOPRIVREDNO GAZDINSTVO

U ugovornom poljoprivrednom gazdinstvu, poljoprivrednici sklapaju sporazume sa agrobiznis kompanijama ili prerađivačima kako bi proizvodili određene useve ili stoku na osnovu unapred utvrđenih uslova. Kompanija obezbeđuje potrebne resurse, tehničku podršku i pomoć u marketingu, a poljoprivrednici gaje useve ili uzgajaju stoku prema zahtevima kompanije



ZADRUŽNA
POLJOPRIVREDNA
GAZDINSTVA



UGOVORNO
POLJOPRIVREDNO
GAZDINSTVO

Ugovorno poljoprivredno gazdinstvo često uključuje deljenje rizika između poljoprivrednika i agrobiznisa. Na primer, ako usev propadne zbog prirodnih katastrofa ili drugih nepredviđenih okolnosti, agrobiznis može snositi deo gubitaka, u zavisnosti od uslova ugovora.

Agrobiznis kompanije obično postavljaju specifične standarde kvaliteta za proizvode. Ovo garantuje da krajnji proizvod ispunjava potrebne tržišne specifikacije i može se plasirati na nova tržišta.

E. ORGANSKA POLJOPRIVREDNA GAZDINSTVA

Organsko poljoprivredno gajenje je vrsta poljoprivredne prakse koja se fokusira na proizvodnju hrane i drugih poljoprivrednih proizvoda koristeći prirodne i održive metode. Ono izbegava upotrebu sintetičkih hemikalija, genetski modifikovanih organizama (GMO) i veštačkih dodataka. Organski farmeri stavljaju prioritet na zdravlje zemljišta, biodiverzitet i dobrobit životinja, težeći radu u harmoniji s prirodom dok promovišu očuvanje životne sredine i održivo upravljanje resursima. Organsko poljoprivredno gajenje se sertifikuje od strane relevantnih vlasti kako bi se garantovala usklađenost sa organskim standardima, pružajući potrošačima poverenje u autentičnost i kvalitet organskih proizvoda. Ono pruža zdravstvene benefite, smanjuje izloženost hemikalijama, čuva prirodne resurse i doprinosi dugoročnoj održivosti poljoprivrede.



F. VERTIKALNO UZGAJANJE

Vertikalno uzgajanje je inovativni model koji podrazumeva gajenje useva u slojevima ili vertikalno nagnutim površinama, često u kontrolisanim okruženjima poput unutrašnjih hidroponskih ili aeroponskih sistema. Ovaj pristup maksimizira upotrebu prostora i omogućava proizvodnju tokom cele godine bez obzira na spoljne vremenske uslove.





Permakultura: Permakultura je filozofija dizajna i sistem koji ima za cilj stvaranje održivih i samoodrživih ljudskih staništa imitirajući obrasce i odnose prisutne u prirodnim ekosistemima. Naziva se još i "permanentna poljoprivreda" ili "permanentna kultura". Principi permakulture usmereni su na efikasno korišćenje resursa, minimiziranje otpada i promovisanje ekološke ravnoteže. Dizajni permakulture često uključuju nutritivne elemente pejzažne arhitekture, organskog baštovanstva, prikupljanja vode, sistema obnovljive energije i integrisanog upravljanja otpadom. Ona ističe važnost posmatranja i razumevanja prirodnih obrazaca kako bi se stvorila otporna i regenerativna ljudska okruženja. Permakultura se može primeniti u različitim okruženjima, od malih gradskih vrtova do velikih ruralnih farmi, i podstiče angažovanje i saradnju zajednice.

G. AGROŠUMARSTVO I PERMAKULTURA

Agrošumarstvo integriše drveće i žbunje sa usevima i stokom, stvarajući održive i otporne sistema poljoprivrede. Permakultura sledi slične principe, naglašavajući održiv dizajn i ekološku ravnotežu, istovremeno minimizirajući otpad i spoljne ulaze.

Agrošumarstvo: Agrošumarstvo je održiv sistem korišćenja zemljišta koji kombinuje poljoprivredu sa gajenjem drveća i žbunja na istoj parceli. Uključuje namernu integraciju drveća ili višegodišnjih žbunova sa usevima i/ili stokom, stvarajući raznovrsan i produktivan ekosistem. Prakse agrošumarstva mogu imati različite oblike, kao što su uska sadnja (sadnja redova drveća duž polja useva), šumska asocijacija i pašnjaštvo (integracija drveća sa ispašom stoke) i šumarska poljoprivreda (gajenje useva ispod krošnje šume). Agrošumarstvo pruža različite koristi, uključujući bogat biodiverzitet, poboljšano zdravlje zemljišta, povećanu otpornost na klimatske promene i diverzifikaciju prihoda za poljoprivrednike.





2. MAPS SEKTOR:

MAPs sektor obuhvata "Lekovite i Aromatične Biljke". MAPs sektor se bavi uzgojem, berbom, preradom i plasmanom biljaka koje imaju lekovito, aromatično ili kulinarstvo vrednosti. Ove biljke se često koriste u proizvodnji biljnih lekova, etarskih ulja, prirodnih kozmetičkih proizvoda i začinskih biljaka. MAPs sektor je dobio značaj zbog sve većeg globalnog interesovanja za prirodne lekove i proizvode za očuvanje zdravlja. Evo nekih ključnih aspekata MAPs sektora

A. UZGOJ I BERBA:

Poljoprivrednici i uzgajivači gaje lekovite i aromatične biljke (MAPs) ili putem konvencionalnog poljoprivrednog uzgoja ili u specijalizovanim rasadnicima lekovitog bilja. Neophodno je pažljivo upravljanje praksama berbe kako bi se osigurao najviši kvalitet i prinos biljaka.



B. PRERAĐA I PROIZVODI SA DODATOM VREDNOŠĆU:

Prirodne i lekovite aromatične biljke su biljke koje se koriste u lečenju različitih bolesti ili imaju svojstva koja podržavaju ljudsko zdravlje. Prerada ovih biljaka i stvaranje proizvoda sa dodatom vrednošću ima za cilj ekstrakciju vrednih komponenti koje se koriste u medicinskoj i kozmetičkoj industriji, kako bi se maksimizovali zdravstveni i kozmetički benefiti ovih biljaka.



PRERADA I STVARANJE PROIZVODA SA DODATOM VREDNOŠĆU MOGU UKLJUČIVATI SLEDEĆE KORAKE:

Berba i sakupljanje: Lekovite i aromatične biljke trebalo bi ubirati u adekvatno vreme, kada su njihove lekovite komponente u maksimalnoj koncentraciji. Pravilne metode berbe osiguravaju kvalitet i prinos.

Sušenje: Ubrane biljke se suše kako bi se smanjio sadržaj vlage. Sušenje povećava vek trajanja biljaka i sprečava kvarenje, omogućavajući duže skladištenje.

Mlevenje i ekstrakcija: Sušene biljke mogu se samleti u prah ili koristiti za ekstrakciju aktivnih jedinjenja. Ovi koraci olakšavaju ekstrakciju aktivnih komponenti prisutnih u biljkama.

Separacija komponenti: Aktivne komponente u biljkama se razdvajaju i pročišćavaju hemijskim i fizičkim procesima. Ovaj korak je ključan za dobijanje visokokvalitetnih i efikasnih krajnjih proizvoda.

Formulacija i razvoj proizvoda: Aktivne komponente se mogu koristiti u formulisanju lekova, kozmetičkih proizvoda, dodataka ishrani i drugih medicinskih predmeta. Pravilne kombinacije i doziranja su ključni za maksimiziranje benefita biljaka.

Kontrola kvaliteta i sertifikacija: Obradjeni proizvodi prolaze kroz provere kontrole kvaliteta, a odgovarajući procesi sertifikacije potvrđuju da proizvodi ispunjavaju standarde kvaliteta.



C. REGULATIVA I KONTROLA KVALITETA:

Sektor lekovitih i aromatičnih biljaka (MAPs) podleže strogoj regulativi kako bi se osigurala sigurnost i efikasnost proizvoda. Mere kontrole kvaliteta su od suštinskog značaja za očuvanje potentnosti i autentičnosti biljnih proizvoda.

Regulativa i kontrola kvaliteta u sektoru lekovitih i aromatičnih biljaka (MAPs) obuhvataju različite mere i standarde kako bi se osigurala sigurnost, efikasnost i kvalitet proizvoda od MAPs, kao i upravljanje njihovom održivom upotrebom. Ove regulative i mehanizmi kontrole postavljeni su radi zaštite potrošača, promocije fer trgovine i zaštite životne sredine.



D. MARKETING I IZVOZ:

Marketing i izvoz u sektoru lekovitih i aromatičnih biljaka (MAPs) mogu biti obećavajući poduhvat, s obzirom na rastuću globalnu potražnju za prirodnim i biljnim proizvodima. Lekovite i aromatične biljke se vekovima koriste zbog svojih terapijskih i aromatičnih svojstava, čineći ih vrednim komoditetima u različitim industrijama, uključujući farmaceutsku industriju, kozmetiku, hranu i napitke.



Usklađenost i regulative: Budite upoznati sa specifičnim regulativama i zahtevima za uvoz/izvoz lekovitih i aromatičnih biljaka (MAPs) u različitim zemljama. Nepoštovanje ovih regulativa može dovesti do kašnjenja ili odbijanja na carini.

Kulturni faktori: Budite osetljivi na kulturne razlike i preferencije, posebno prilikom izvoza na međunarodna tržišta. Prilagođavanje proizvoda kako bi odgovarali lokalnim ukusima i preferencijama može poboljšati prihvaćenost.

Kvalitet i sertifikacija: Osigurajte da se bavite lekovitim i aromatičnim biljkama (MAPs) visokog kvaliteta koje ispunjavaju međunarodne standarde. Dobijanje sertifikata poput Dobre poljoprivredne i sakupljačke prakse (GACP), Dobre proizvođačke prakse (GMP) ili organskih sertifikata može poboljšati tržišnu vrednost vaših proizvoda.

Istraživanje tržišta: Sprovedite temeljno istraživanje tržišta kako biste identifikovali potencijalne ciljne tržišta i kupce. Analizirajte potražnju, trenutne trendove i konkurenciju u različitim regionima kako biste odredili najpogodnija tržišta za vaše proizvode.

Distributivni kanali: Uspostavite snažne distributivne kanale kako biste efikasno doprli do svojih ciljnih tržišta. Ovo može uključivati partnerstva s lokalnim distributerima, veleprodajama ili maloprodajama, ili čak uspostavljanje sopstvene distributivne mreže.

Brendiranje i pakovanje: Stvorite snažan identitet brenda za svoje proizvode, ističući njihovu jedinstvenost i kvalitet. Upadljivo i informativno pakovanje može odigrati ključnu ulogu u privlačenju kupaca, kako na domaćem, tako i na međunarodnim tržištima.



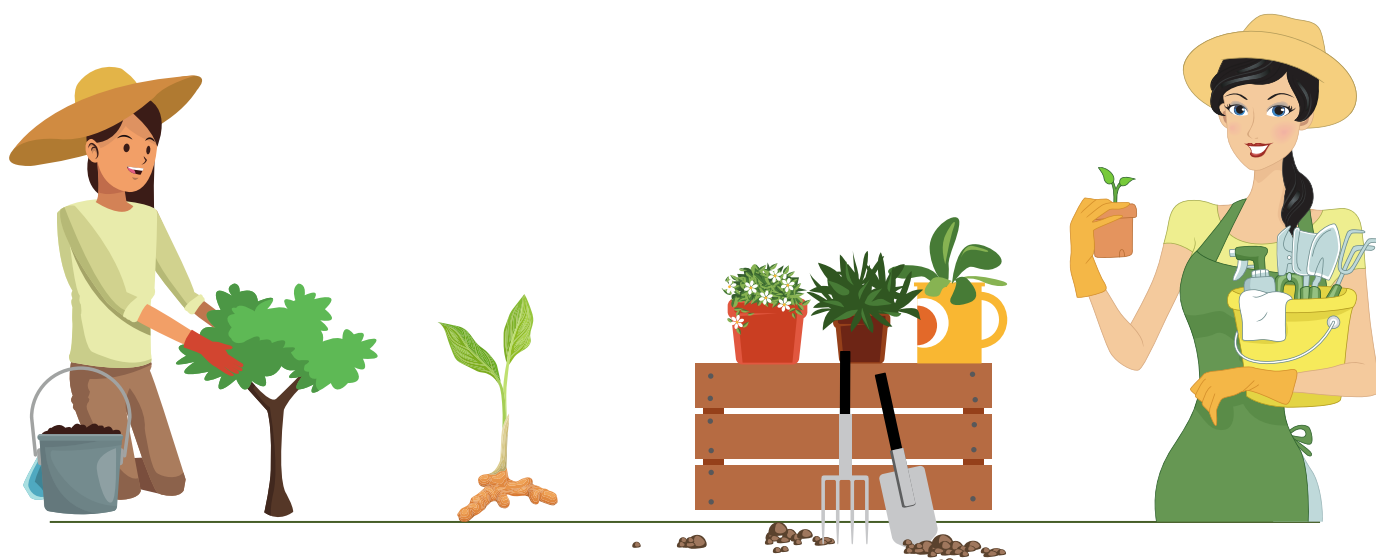


Sajmovi i izložbe: Učestvujte na relevantnim međunarodnim sajmovima i izložbama kako biste predstavili svoje proizvode, povezali se s potencijalnim kupcima i ostali informisani o trendovima u industriji.

Strategije ulaska na tržište: Odlučite se za odgovarajuću strategiju ulaska na tržište. To može biti direktni izvoz, partnerstvo s lokalnim distributerima ili uspostavljanje podružnica u ciljanim tržištima.

E-trgovina i online marketing: Iskoristite platforme e-trgovine i online marketing kako biste dosegli širu publiku i povećali vidljivost na tržištu.

Održivost i odgovorno snabdevanje: Promovišite održive prakse u uzgoju i snabdevanju lekovitih i aromatičnih biljaka (MAPs). Mnogi potrošači sve više obraćaju pažnju na ekološke i etičke aspekte proizvoda koje kupuju.



Segmentacija tržišta: Razmotrite segmentaciju svojih proizvoda za različita tržišta. Na primer, esencijalna ulja i proizvodi za aromaterapiju mogu imati različitu ciljanu publiku u odnosu na biljne dodatke ili čajeve.

Dokumentacija za izvoz i logistika: Upoznajte se sa zahtevima za izvozu dokumentaciju i logistikom isporuke. Efikasno rukovanje dokumentacijom i transportom može osigurati pravovremene isporuke i zadovoljstvo kupaca.



Zapamtite, uspešan marketing i izvoz u sektoru lekovitih i aromatičnih biljaka (MAPs) zahtevaju kombinaciju kvalitetnih proizvoda, efikasnih marketinških strategija, usklađenosti s regulativama i prilagodljivosti različitim zahtevima tržišta. Ključno je ostati informisan o trendovima u industriji i preferencijama potrošača kako biste donosili informisane poslovne odluke.

E. ISTRAŽIVANJE I RAZVOJ:

Nastavak istraživanja o lekovitim i aromatičnim svojstvima biljaka pokreće inovacije u sektoru MAPs. Identifikacija novih primena i potencijalnih zdravstvenih benefita ovih biljaka ključna je za rast industrije.

Istraživanje i razvoj (R&D) u oblasti lekovitih aromatičnih biljaka od suštinskog je značaja za otkrivanje njihovog punog potencijala i proširivanje njihove primene u medicini, wellness-u i različitim industrijama. Evo nekih ključnih oblasti gde istraživanje i razvoj igraju značajnu ulogu u ovoj oblasti



Fitohemijaska analiza:

Istraživanje ima za cilj identifikaciju i izolaciju aktivnih jedinjenja prisutnih u lekovitim aromatičnim biljkama. Razumevanje hemijskog sastava pomaže u određivanju njihovih terapijskih svojstava i potencijalnih primena.

Farmakološke studije:

Istraživanje i razvoj uključuju proučavanje bioloških aktivnosti ekstrakata lekovitih aromatičnih biljaka ili izolovanih jedinjenja. Ova istraživanja pomažu u određivanju njihove efikasnosti, bezbednosti i potencijalnih interakcija sa drugim lekovima.





Lekovita svojstva i terapijski potencijal: Naučnici sprovode istraživanja kako bi istražili lekovita svojstva aromatičnih biljaka, tražeći potencijalne tretmane za različite zdravstvene stanja. To može uključivati antimikrobna, protivupalna, antioksidativna, analgetska i druga bioaktivna svojstva.

Razvoj formulacija: Istraživači rade na razvoju formulacija poput krema, masti, sirupa ili kapsula kako bi poboljšali dostavu i biodostupnost ekstrakata lekovitih aromatičnih biljaka ili jedinjenja.

Klinička ispitivanja: Uključujući ljudske subjekte, klinička ispitivanja procenjuju bezbednost i efikasnost tretmana na bazi lekovitih aromatičnih biljaka. Ova ispitivanja su ključna za potvrdu terapijskih tvrdnji i dobijanje regulatornih odobrenja.

Primene u farmaceutskoj industriji: Nastojanja u istraživanju i razvoju istražuju potencijal lekovitih aromatičnih biljaka za upotrebu u farmaceutskoj industriji, što dovodi do razvoja novih lekova ili dopunskih terapija.

Kozmetika i proizvodi za ličnu negu: Istraživanje ispituje potencijalnu upotrebu ekstrakata aromatičnih biljaka u kozmetici, nezi kože i proizvodima za ličnu negu zbog njihovih blagotvornih svojstava i prijatnih mirisa.

Aromaterapija i blagostanje: Studije istražuju efekte esencijalnih ulja aromatičnih biljaka na mentalno i emocionalno blagostanje, što vodi razvoju prakse aromaterapije.

Unapređenje useva i tehnike uzgajanja: Istraživanje i razvoj ima za cilj unapređenje metoda uzgajanja lekovitih aromatičnih biljaka, poboljšavajući prinos, kvalitet i održivost.

Genetička istraživanja i programi uzgoja: Genetička istraživanja pomažu u identifikaciji i karakterizaciji gena odgovornih za proizvodnju aktivnih jedinjenja u aromatičnim biljkama. Zatim se mogu pokrenuti programi uzgoja kako bi se razvile sorte visokog prinosa i produktivnosti.

Adulteracija i kontrola kvaliteta: Istraživanje se fokusira na razvoj metoda za otkrivanje primesa u proizvodima od aromatičnih biljaka i obezbeđivanje njihove kvaliteta i autentičnosti.

Bioinformatika i analiza podataka: Računarski alati i bioinformatika koriste se za analizu velikih skupova podataka vezanih za lekovite aromatične biljke, pomažući u otkrivanju novih jedinjenja i predviđanju njihovih svojstava.



Saradnja između istraživača, botaničara, farmakologa, hemičara i zainteresovanih strana u industriji od suštinskog je značaja za napredovanje istraživanja i razvoja u oblasti lekovitih aromatičnih biljaka. Ovaj interdisciplinarni pristup će dovesti do razvoja inovativnih proizvoda i terapija koje koriste kako ljudskom zdravlju, tako i različitim industrijama.

F. ODRŽIVOST I KONZERVACIJA:

Održivost i konzervacija igraju ključnu ulogu u oblasti lekovitih aromatičnih biljaka kako bi se obezbedila njihova dugoročna dostupnost, omogućila zaštita biodiverziteta i podržao životni standard zajednica koje učestvuju u njihovom uzgajanju i berbi. Evo nekih ključnih aspekata koji se odnose na održivost i konzervaciju u ovoj oblasti.

Prakse uzgajanja: Promovisati održive prakse uzgajanja koje minimalizuju uticaj na životnu sredinu. To uključuje korišćenje organskih metoda uzgajanja, rotaciju useva i integrisano upravljanje štetočinama kako bi se smanjila upotreba hemijskih inputa.

Berba iz prirode i sakupljanje: Ako se aromatične biljke prikupljaju iz prirode, primeniti održive prakse berbe kako bi se izbeglo prekomerno iskorišćavanje. Podsticati odgovorno prikupljanje i berbu, pridržavajući se smernica koje obezbeđuju obnavljanje populacija biljaka.

Očuvanje biodiverziteta: Identifikovati i zaštititi područja sa bogatim biodiverzitetom, uključujući regione gde se prirodno nalaze lekovite aromatične biljke. Naponi za očuvanje trebali bi težiti očuvanju prirodnih staništa i ekosistema koji podržavaju ove biljke.



Etičko snabdevanje i fer trgovina: Promovišite etičko snabdevanje lekovitih aromatičnih biljaka osiguravajući pravičnu naknadu lokalnim zajednicama i malim poljoprivrednicima. Podstičite upotrebu praksi fer trgovine kako biste podržali održive izvore prihoda.

Usklađenost sa CITES-om: Za vrste aromatičnih biljaka navedene u Konvenciji o međunarodnoj trgovini ugroženim vrstama divlje faune i flore (CITES), osigurajte usklađenost sa propisima radi sprečavanja ilegalne trgovine i zaštite ugroženih vrsta.



Prioritizacijom održivosti i konzervacije u oblasti lekovitih aromatičnih biljaka, možemo zaštititi životnu sredinu, sačuvati biodiverzitet i obezbediti održivu dostupnost ovih dragocenih resursa za buduće generacije. Ovaj pristup takođe doprinosi dobrobiti lokalnih zajednica i podržava odgovoran rast industrija koje zavise od ovih biljnih vrsta.



Podizanje svesti: Edukujte lokalne zajednice, poljoprivrednike i zainteresovane strane o važnosti održivih praksi i vrednosti očuvanja lekovitih aromatičnih biljaka. Pošumnjavanje i obnova staništa: Podržavajte napore aforestacije i obnove degradiranih staništa kako biste stvorili pogodna okruženja za rast vrsta aromatičnih biljaka.

Banke semena i očuvanje germplazme: Ustanovite banke semena i objekte za očuvanje germplazme kako biste sačuvali genetsku raznolikost lekovitih aromatičnih biljaka za buduće generacije.

Sertifikacija i označavanje: Podstičite upotrebu sertifikacija o održivosti i eko-oznaka kako biste razlikovali proizvode dobijene iz održivih i odgovorno upravljanih izvora.

Istraživanje i praćenje: Investirajte u istraživanje radi praćenja statusa i trendova populacija lekovitih aromatičnih vrsta biljaka. To pomaže u identifikaciji eventualnih opadanja populacija i olakšava pravovremene akcije zaštite.

Angažovanje zajednice: Uključite lokalne zajednice u napore zaštite, uzimajući u obzir njihovo tradicionalno znanje i prakse vezane za lekovite aromatične biljke.

Saradnja u industriji: Podstičite saradnju između industrije, vlada, nevladinih organizacija i lokalnih zajednica radi razvoja održivih lanaca snabdevanja i praksi.

Otpornost na klimatske promene: Procenite uticaj klimatskih promena na populacije lekovitih aromatičnih biljaka i preduzmite mere za poboljšanje njihove otpornosti i prilagodljivosti.



2.PROCEDURE DONOŠENJA ODLUKA

Dobrodošli u svet poljoprivrednog poslovanja i uzbudljive prilike koje leže unutar sektora lekovitih i aromatičnih biljaka (MAPs). U ovoj sekciji priručnika, istražićemo raznolike modele poljoprivrednog poslovanja i procedure donošenja odluka koje mogu probuditi vaš preduzetnički duh. Bez obzira da li ste strastveni u vezi sa održivošću, inovacijama ili doprinosom zdravlju i dobrobiti društva, sektor MAPs nudi dinamičnu platformu za rast.

RAZUMEVANJE MODELA POLJOPRIVREDNOG POSLOVANJA:

Modeli poljoprivrednog poslovanja definišu strukturu i strategije putem kojih poljoprivredne operacije i povezane aktivnosti stvaraju vrednost. U sektoru lekovitih i aromatičnih biljaka (MAPs), ističe se nekoliko poslovnih modela:

TRADICIONALNO

POSLOVANJE:

Ovaj model podrazumeva gajenje i berbu lekovitih i aromatičnih biljaka (MAPs) korišćenjem konvencionalnih metoda. To je osnova za mnoge poslove, pružajući stabilnu platformu za rast.

POLJOPRIVREDNO

ORGANSKO POLJOPRIVREDNO POSLOVANJE:

Sa fokusom na održivost i zdravlje životne sredine, organsko poljoprivredno poslovanje smanjuje upotrebu sintetičkih hemikalija. Ono odgovara rastućoj potražnji za prirodnim proizvodima bez pesticida.





3.KAKO ZAPOČETI POLJOPRIVREDNI POSAO OD NULE

UVOD

Započinjanje poljoprivrednog posla od nule može biti nagrađujuće i ispunjavajuće preduzeće, ali zahteva pažljivo planiranje i sprovođenje. Bez obzira da li imate planove o gajenju useva, uzgoju stoke ili istraživanju proizvoda sa dodatnom vrednošću, važno je imati dobro osmišljen radni plan za postizanje uspeha. Ovaj članak će vas voditi kroz korake izrade efikasnog radnog plana kako biste postavili svoj poljoprivredni posao i utabali put ka dugoročnom rastu i profitabilnosti.

3.1.ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA I STUDIJA IZVODLJIVOSTI

Pre nego što se upustite u bilo koji poljoprivredni poduhvat, neophodno je sprovesti temeljno istraživanje tržišta i studiju izvodljivosti. Identifikujte potencijalne kupce, konkurenciju i trendove na tržištu. Analizirajte dinamiku ponude i potražnje za vašim odabranim proizvodom ili uslugom. Utvrdite da li postoji održivo tržište za vaš poljoprivredni posao na odabranoj lokaciji. Razumevanje ovih aspekata pomoći će vam da donesete informisane odluke i razvijete realnu viziju za svoje preduzeće.

3.2.DEFINISANJE POSLOVNIH CILJEVA I CILJEVA

Postavite jasne i merljive poslovne ciljeve. To mogu biti specifični ciljevi proizvodnje, finansijskih prihoda ili planovi za proširenje. Imati dobro definisane ciljeve pomoći će vam da ostanete fokusirani i motivisani tokom daljeg napredovanja. Pazite da vaši ciljevi budu realni i ostvarivi u skladu sa vašim resursima, sposobnostima i potencijalom tržišta.



3.3. IZBOR ODGOVARAJUĆEG POLJOPRIVREDNOG POSLOVNOG MODELA

Odlučite se za vrstu poljoprivrednog posla koja se uklapa sa vašim interesovanjima, stručnostima i resursima. Možete birati između različitih modela poput gajenja useva, stočarstva, akvakulture, agroprerade, ili čak kombinacije ovih. Svaki model dolazi sa svojim jedinstvenim izazovima i prilikama, stoga pažljivo procenite koji odgovara najbolje vašoj viziji i ciljevima.

Postoje različiti modeli poljoprivrednog poslovanja koje preduzetnici mogu razmotriti na osnovu svojih resursa, ciljeva i interesovanja:

Mala organska poljoprivreda: Ovaj model fokusira se na proizvodnju organskog voća, povrća ili bilja na manjem komadu zemlje. Naglasak je na održivosti, prirodnim metodama gajenja, i snabdevanju lokalnih tržišta ili specifičnih potrošača koji preferiraju organske proizvode.

Specijalizovana proizvodnja useva: Ovaj model podrazumeva fokusiranje na gajenje određenih vrednih useva, poput lekovitog bilja, začina, egzotičnog voća ili specifičnog povrća. Specijalizovana proizvodnja useva može dovesti do većih profita zbog jedinstvene i tražene prirode proizvoda.

Stočarstvo: Stočarstvo uključuje uzgoj životinja u različite svrhe, poput mlečnog stočarstva, uzgoja živine ili proizvodnje mesa. Ovaj model zahteva pažljivo upravljanje zdravljem životinja, ishranom i dobrobiti.



Akvakultura: Akvakultura podrazumeva gajenje ribe, školjki ili vodenih biljaka u kontrolisanim okruženjima. Može se sprovoditi u ribnjacima, rezervoarima ili čak na priobalnim objektima. Akvakultura je važna i održiva metoda zadovoljavanja rastuće potražnje za morskim plodovima.

Agrošumarstvo: Agrošumarstvo kombinuje poljoprivredu sa uzgojem drveća. Omogućava proizvodnju useva zajedno sa drvećem, što može pružiti različite benefite kao što su poboljšanje zdravlja zemlje, očuvanje vode i generisanje dodatnih prihoda od drveta ili proizvoda šume koji nisu drvo.

Vertikalno gajenje: Vertikalno gajenje koristi vertikalni prostor za uzgoj useva u slojevima, često u kontrolisanim unutrašnjim okruženjima. Ovaj model maksimizira efikasnost prostora i omogućava celogodišnju proizvodnju u urbanim područjima.



Hidroponika i Aeroponika: Hidroponika i aeroponika su tehnike gajenja bez zemlje. Hidroponika uključuje uzgajanje biljaka u hranljivoj vodi, dok aeroponika podrazumeva gajenje biljaka i razvijanje korena u vazduhu uz ishranu disperzijom hranljivih rastvora. Ove metode pružaju preciznu kontrolu nad ishranom biljaka i potrošnjom vode.

Agrarna politika: Agrarna politika uključuje dogovore između poljoprivrednika i kupaca, obično prerađivača, trgovaca ili izvoznika. Poljoprivrednici uzgajaju useve prema specifikacijama kupca, a kupac se obavezuje da će kupiti proizvode po unapred dogovorenim cenama.

Agroturizam: Agroturizam kombinuje poljoprivredu sa turizmom, pružajući posetiocima priliku da dožive život na farmi, učestvuju u poljoprivrednim aktivnostima i kupe proizvode sa farme. Ovaj model diversifikuje izvore prihoda i promoviše ruralni razvoj.

Zajednički poljoprivredni sistem (ZPS): ZPS povezuje potrošače direktno sa poljoprivrednicima nudeći im udele u žetvi farme. Potrošači unapred plaćaju za sezonsku vrednost proizvoda, pružajući farmeru unapred kapital, dok istovremeno osiguravaju da potrošači redovno dobijaju sveže, lokalno uzgajane proizvode.





3.4.FINANSIJSKO PLANIRANJE I PRORAČUNAVANJE

Finansijsko planiranje je ključno u poljoprivredi kako bi se osigurali uspeh i održivost poljoprivrednih operacija. Poljoprivreda, kao i svaki drugi posao, uključuje različite troškove, rizike i izvore prihoda. Efikasno finansijsko planiranje pomaže poljoprivrednicima da donose informisane odluke, optimizuju alokaciju resursa i postignu svoje finansijske ciljeve. Evo nekoliko ključnih aspekata finansijskog planiranja u poljoprivredi:

Budžetiranje: Kreiranje detaljnog budžeta predstavlja osnovu finansijskog planiranja. To uključuje procenu prihoda od prodaje useva, stoke ili drugih poljoprivrednih proizvoda, kao i projekciju troškova za inpute poput semena, đubriva, pesticida, radne snage, opreme i održavanja. Redovno ažuriranje budžeta na osnovu stvarnog učinka pomaže u identifikaciji odstupanja i pravovremenim prilagođavanjima.

Upravljanje gotovinskim tokom:

Upravljanje gotovinskim tokom je ključno, posebno u poljoprivredi gde prihod može biti nejednako raspoređen tokom godine. Balansiranje troškova i prihoda kako bi se obezbedio dovoljan gotovinski tok za svakodnevne operacije, otplatu kredita i druge finansijske obaveze je suštinsko.

Upravljanje rizicima:

Poljoprivreda je izložena različitim rizicima, uključujući vremenske događaje, fluktuacije na tržištu i napade štetočina. Poljoprivrednici mogu umanjiti ove rizike putem osiguravajućih polisa, strategija hedžovanja, diversifikacije useva i usvajanja otpornih poljoprivrednih praksi.

Planiranje investicija: Identifikacija prilika za rast i unapređenje je ključna. Investicije na farmi mogu uključivati kupovinu nove mehanizacije, unapređenje infrastrukture ili usvajanje inovativnih tehnologija. Procena povrata investicije i perioda povrata pomaže u donošenju održivih odluka o investicijama.

Upravljanje dugom: Mnogi poljoprivrednici se oslanjaju na kredite za početne investicije ili obrtni kapital. Pravilno upravljanje dugom, uključujući raspored otplate i kamatne stope, ključno je kako bi se izbegao finansijski pritisak i održao dobar kreditni rejting.

Planiranje poreza: Razumevanje poreskih implikacija različitih poljoprivrednih aktivnosti i korišćenje dostupnih poreskih olakšica može značajno uticati na finansijske rezultate farme. Rad sa savetnikom za poreze upućenim u poljoprivredu može pomoći u optimizaciji strategija planiranja poreza.

Vođenje evidencije: Tačno i sveobuhvatno vođenje evidencije je ključno za efikasno finansijsko planiranje. Praćenje prihoda, troškova, inventara i deprecijacije imovine pruža dragocene podatke za analizu i donošenje odluka.

Benchmarking: Upoređivanje finansijskog performansa farme sa industrijskim standardima ili sličnim operacijama pomaže identifikaciji oblasti za unapređenje i usvajanju najboljih praksi.



Održivost i uticaj na životnu sredinu: Savremeno finansijsko planiranje u poljoprivredi takođe uključuje održivost i ekološka razmatranja. Sprovođenje ekološki prihvatljivih praksi može dovesti do ušteda i stvoriti prilike za učešće u programima za ekološko označavanje.

Planiranje za nepredviđene okolnosti: Imati planove za nepredviđene događaje poput prirodnih katastrofa ili recesija na tržištu je ključno. To može uključivati osiguranje hitnih sredstava ili identifikaciju alternativnih izvora prihoda.



Finansijsko planiranje u poljoprivredi je kontinuirani proces koji zahteva prilagodljivost i reagovanje na promenljive tržišne uslove i spoljne faktore. Prioritetizacijom finansijskog planiranja, poljoprivrednici mogu postići bolju finansijsku stabilnost, optimizirati korišćenje resursa i donositi informisane odluke kako bi obezbedili budućnost svojih poljoprivrednih preduzeća.

Sticanje zemlje i infrastrukture

Nakon što postavite svoj finansijski plan, nabavite potrebnu zemlju i infrastrukturu za svoj agro-biznis. Osigurajte da je lokacija pogodna za vašu izabranu aktivnost, uzimajući u obzir faktore poput kvaliteta zemlje, dostupnosti vode, klimatskih uslova i blizine tržišta. U zavisnosti od vašeg poslovnog modela, možda ćete morati investirati u staklenike, štale, skladišne objekte ili pogone za preradu.

Uspostavljanje proizvodnog procesa

Dizajnirajte dobro strukturiran proizvodni proces koji optimizira korišćenje resursa i efikasnost. Odaberite odgovarajuće useve ili rase stoke koje su dobro prilagođene lokalnim uslovima. Sprovodite održive poljoprivredne prakse kako biste smanjili ekološki uticaj i osigurali dugoročnu održivost vašeg agro-biznisa.

Upravljanje nabavkom i lancem snabdevanja

U stalno promenljivom svetu poljoprivrede, besprekorno upravljanje nabavkom i aktivnostima lanca snabdevanja postalo je ključni faktor uspeha i održivosti poljoprivrednih preduzeća. Od pronalaženja kvalitetnih ulaznih sirovina do isporuke svežih proizvoda na tržište, efikasan i dobro usklađen lanac snabdevanja obezbeđuje glatki tok operacija, optimizira resurse i zadovoljava potrebe potrošača. Razmotrimo osnovne aspekte i benefite efikasnog upravljanja nabavkom i lancem snabdevanja u poljoprivredi.

Nabavka ulaznih resursa - osnova poljoprivredne izvrsnosti:

Za poljoprivrednike je ključno osigurati pouzdane i visokokvalitetne poljoprivredne ulazne sirovine. Nabavka počinje pronalaženjem semena, đubriva, pesticida i mašina od pouzdanih dobavljača. Uspostavljanje snažnih partnerstava i pregovaranje povoljnih uslova ne samo da obezbeđuje pravovremeni pristup esencijalnim resursima, već doprinosi i ekonomičnosti.

Optimizacija upravljanja inventarom - balansiranje efikasnosti i troškova:

Upravljanje inventarom je delikatan balans u poljoprivredi. Održavanje optimalnog nivoa ulaznih resursa sprečava gubitke i nestašice, omogućavajući glatke i neprekidne proizvodne cikluse. Efikasno upravljanje inventarom direktno utiče na obrtna sredstva, obezbeđujući efikasnu upotrebu resursa.

Efikasna logistika i transport - od polja do tržišta:

Poljoprivredni lanac snabdevanja proteže se izvan vrata farme. Transportovanje proizvoda od farmi do pogona za preradu, tržišta ili destinacija za izvoz zahteva pažljivo planiranje i logistiku. Pravilan izbor metoda transporta, uključujući rashladna vozila za lako pokvarljive proizvode, garantuje kvalitet i svežinu proizvoda, čak i na dugim razdaljinama.

Kontrola kvaliteta - ispunjenje standarda i očekivanja potrošača:

Kontrola kvaliteta ima izuzetan značaj u poljoprivredi, obezbeđujući da krajnji proizvodi zadovolje industrijske standarde i očekivanja potrošača. Stroge inspekcije, testiranja i sertifikacije na različitim fazama lanca snabdevanja osiguravaju kupcima autentičnost proizvoda i usklađenost sa propisima.

Praćenje traga od farme do stola - razvijanje poverenja potrošača:

U eri povećane zabrinutosti za bezbednost hrane, praćenje traga je postalo vredan alat. Implementacija sistema praćenja traga omogućava poljoprivrednim preduzećima da pruže transparentnost i odgovornost praćenjem puta njihovih proizvoda od farme do stola, usadjujući potrošačima poverenje u proces.

Istraživanje tržišta i prognoza potražnje - usklađivanje proizvodnje i potrošnje:

Razumevanje tržišne potražnje i potrošačkih trendova osnažuje poljoprivredna preduzeća da usklade svoju proizvodnju sa željama kupaca. Precizna prognoza potražnje smanjuje rizik od preprodukcije i nedoprodukcije, optimizujući alokaciju resursa.

**Saradnja i partnerstva - sinergija za uspeh:**

Saradnja sa učesnicima u lancu snabdevanja, poput prerađivača, distributera i maloprodajnih lanaca, unapređuje operativnu efikasnost i doseguće na tržištu. Partnerstva mogu dovesti do zajedničkog brendiranja, promocije i deljenja resursa, podstičući rast i međusobne koristi.

Održivost i etičko nabavljanje - odgovorno gajenje:

Prihvatanje održivih i etičkih praksi nabavke ne samo da jača reputaciju kompanije, već zadovoljava i rastuću potražnju potrošača za etički proizvedenim proizvodima. Odgovorne poljoprivredne prakse doprinose očuvanju prirodnih resursa i podstiču dugoročnu održivost.

Podaci i tehnologija - oslobađanje moći informacija:

Integracija analize podataka i tehnologije osnažuje poljoprivredna preduzeća neprocenjivim uvidima. Korišćenje podataka pomaže u optimizaciji performansi lanca snabdevanja, identifikaciji neefikasnosti i donošenju odluka zasnovanih na podacima za unapređenje produktivnosti.

Upravljanje rizikom - umanjivanje nesigurnosti:

Poremećaji u lancu snabdevanja mogu nastati iz različitih faktora, uključujući klimatske događaje, fluktuacije na tržištu ili geopolitičke promene. Implementacijom strategija upravljanja rizikom i planova za nepredviđene situacije, poljoprivredna preduzeća mogu uspešno savladavati nesigurnosti i održavati operativnu otpornost.

Strategija marketinga i prodaje

Razvijte snažnu strategiju marketinga i prodaje kako biste promovisali svoje poljoprivredne proizvode. Iskoristite kako tradicionalne, tako i digitalne kanale marketinga kako biste dosegli potencijalne kupce. Uspostavite veze sa maloprodajnim trgovcima, veletrgovcima i distributerima kako biste proširili svoj tržišni doseg. Razmotrite izgradnju identiteta brenda oko održivih i kvalitetnih praksi.

Usklađenost i propisi

Razumite i pridržavajte se svih lokalnih i nacionalnih propisa koji se odnose na poljoprivredu i agro-biznis. Dobijte neophodne licence, dozvole i sertifikate kako biste legalno poslovali. Poštovanje ovih pravila zaštitit će vaš posao od potencijalnih pravnih problema i podsticati poverenje među kupcima.

Monitoring i evaluacija

Redovno pratite napredak svog agro-biznisa u odnosu na prethodno postavljene ciljeve. Analizirajte pokazatelje performansi kao što su prinosi proizvodnje, prodajni rezultati i profitabilnost. Koristite ove podatke kako biste donosili informisane odluke, prilagodili svoje strategije i neprestano unapređivali svoje poslovanje.





4. MARKETING I PREGOVARANJE

U današnjem konkurentnom globalnom tržištu, efikasni marketing i pregovaranje igraju ključnu ulogu u uspehu poljoprivrednih preduzeća. Poljoprivredna industrija nije imuna na tržišne dinamike, preferencije potrošača i promenljive trendove. Da bi uspele u ovakvom okruženju, poljoprivrednici i agro-preduzeća moraju usvojiti strategijske pristupe marketingu i veštinama pregovaranja koje će im pomoći da uspostave vezu s kupcima, stvore vrednost i obezbede profitabilne poslove. Ovaj članak istražuje značaj marketinga i pregovaranja u poljoprivredi i pruža vredne uvide kako bi se poljoprivrednicima omogućio uspeh.

4.1. RAZUMEVANJE ULOGE MARKETINGA U POLJOPRIVREDI

Marketing igra ključnu ulogu u poljoprivrednoj industriji, delujući kao katalizator rasta, profitabilnosti i održivog razvoja. Kako potražnja za hranom i poljoprivrednim proizvodima nastavlja da raste, efikasne marketinške strategije postaju ključne za uspeh poljoprivrednih preduzeća u konkurencijskom i dinamičnom tržištu. Hajde da istražimo ključne aspekte i značaj marketinga u poljoprivredi.

Povezivanje poljoprivrednika sa potrošačima:

Marketing premošćava jaz između poljoprivrednika i potrošača, omogućavajući poljoprivrednim proizvodima da efikasno stignu do krajnjih korisnika. Promovišući i distribuirajući proizvode efikasno, marketing osigurava da poljoprivrednici mogu uspostaviti vezu sa širokom i raznovrsnom bazom potrošača, poboljšavajući pristup tržištu i prilike za prodaju.



Promocija proizvoda i vidljivost:

Efikan marketing stvara svest o poljoprivrednim proizvodima i ističe njihove jedinstvene karakteristike i prednosti. Putem oglašavanja, društvenih medija i drugih kanala marketinga, poljoprivrednici mogu prikazati kvalitet, održivost i zdravstvene benefite svojih proizvoda, stvarajući konkurentske prednosti na tržištu.

Dodavanje vrednosti i brendiranje:

Marketing olakšava dodavanje vrednosti transformišući sirove poljoprivredne proizvode u brendirane i prerađene proizvode. To poboljšava percepciju vrednosti proizvoda i omogućava poljoprivrednicima da postavljaju zavidne cene, što dovodi do povećane profitabilnosti.

Istraživanje tržišta i uvidi potrošača:

Aktivnosti marketinga uključuju kontinuirano istraživanje tržišta kako bi se razumele potrebe, trendovi i zahtevi potrošača. Ovo znanje pomaže poljoprivrednicima da usklade svoju proizvodnju sa potrebama potrošača, poboljšavajući ponudu proizvoda i prihvatanje na tržištu.

**Diverzifikacija i ciljano tržište:**

Marketing otvara vrata diverzifikaciji i istraživanju ciljanih tržišta. Poljoprivrednici mogu identifikovati i usluživati specijalizovane segmente tržišta, kao što su organski proizvodi, fer trgovina ili proizvodi lokalnog porekla, što omogućava veće profitne marže i smanjenu osetljivost na cene.

Promocija održivih praksi:

Prakse održive poljoprivrede sve više privlače svestan potrošački interes. Marketing može edukovati potrošače o ekološkim inicijativama poljoprivrednika, poput organskog uzgoja, napora u očuvanju životne sredine i smanjenog ugljeničnog otiska, promovišući koncept održive potrošnje.

Izgradnja poverenja i lojalnosti potrošača:

Transparentan i autentičan marketing neguje poverenje i lojalnost potrošača. Deljenjem informacija o procesima proizvodnje, sertifikatima i standardima kvaliteta, poljoprivrednici mogu razviti dugoročne odnose sa potrošačima koji cene transparentnost i etičke prakse.

Podsticanje inovacija i usvajanje tehnologije: Marketing može istaći prednosti usvajanja inovativnih tehnologija i praksi u poljoprivredi. Prihvatanjem savremenih alatki, poljoprivrednici mogu povećati produktivnost, optimizovati upotrebu resursa i unaprediti ukupnu efikasnost.

Razvoj tržišta i izvozne mogućnosti: Efikasan marketing proširuje domašaj tržišta preko lokalnih granica, stvarajući prilike za izvoz. Pristup međunarodnim tržištima omogućava poljoprivrednicima da diverzifikuju izvore prihoda i doprinesu ekonomskom rastu.

Zalaganje za poljoprivredne politike: Marketinški naponi mogu se proširiti i na zagovaranje i podizanje svesti o poljoprivrednim politikama i regulativama. Poljoprivrednici, zajedno kroz udruženja i zadruge, mogu uticati na donosiocce odluka i zastupati politike koje podržavaju održivu poljoprivredu i adresiraju izazove industrije.



Zaključak je da je marketing ključna snaga u poljoprivredi koja osnažuje poljoprivrednike, poboljšava tržišnu pozicioniranost i promoviše održive prakse. Usvajanjem inovativnih marketinških strategija, poljoprivrednici mogu uspostaviti vezu s potrošačima, promovisati svoje proizvode i efikasno odgovoriti na zahteve tržišta. Marketing ne samo da poboljšava finansijske izgleda poljoprivrednih preduzeća, već takođe podstiče veće poštovanje za važnost poljoprivrede u snabdevanju sveta. Kako se poljoprivredna industrija nastavlja razvijati, prihvatanje marketinga kao strateškog alata od suštinskog je značaja za poljoprivrednike kako bi podstakli rast, promovisali održivost i doprineli globalnom prehrambenom ekosistemu.

4.2. ZNAČAJ PREGOVORA U POLJOPRIVREDNIM TRANSAKCIJAMA

Pregovori su neophodan deo poljoprivredne industrije, budući da se javljaju u različitim kontekstima, kao što su kupovina i prodaja poljoprivrednih proizvoda, obezbeđivanje ugovora sa dobavljačima ili distributerima i formiranje partnerstava. Veštine efikasnog pregovaranja mogu koristiti poljoprivrednicima na sledeće načine:

Optimizacija cena - Vešto pregovaranje može dovesti do boljih cena poljoprivrednih proizvoda, povećavajući profitabilnost poljoprivrednika.

Ugovorni sporazumi - Pregovaranje o ugovorima sa kupcima, dobavljačima i partnerima osigurava da sve uključene strane razumeju svoje uloge, odgovornosti i očekivanja.

Smanjenje rizika - Pregovaranje povoljnih uslova može pomoći poljoprivrednicima da smanje rizike povezane sa fluktuacijama cena, vremenskim uslovima i tržišnim neizvesnostima.

Održivi odnosi - Pozitivna iskustva u pregovaranju mogu podsticati dugoročne odnose sa kupcima i dobavljačima, što dovodi do redovnih poslovnih prilika.

Stvaranje vrednosti - Efikasni pregovori mogu dovesti do mogućnosti stvaranja vrednosti, kao što su zajednički poduhvati, saradnja ili pristup novim tržištima.



4.3. SAVETI ZA EFIKASNI MARKETING I PREGOVARANJE U POLJOPRIVREDI

Razumeti svoje tržište: Sprovedite temeljno istraživanje tržišta kako biste razumeli preferencije potrošača, trendove i ponude konkurenata. Prilagodite svoje marketinške strategije kako biste zadovoljili specifične potrebe i preferencije ciljne publike.

Fokus na kvalitetu i održivost: Naglasite kvalitet svojih poljoprivrednih proizvoda i istaknite održive poljoprivredne prakse kako biste privukli potrošače koji su svesni ekoloških pitanja.

Izgradnja jakog brenda: Kreirajte prepoznatljiv identitet brenda koji odražava vrednosti i etos vaše farme ili poljoprivrednog preduzeća. Jaki brend može izazvati poverenje i lojalnost potrošača.



Razvijanje veština pregovaranja: Investirajte u razvoj svojih veština pregovaranja kroz radionice, kurseve ili konsultacije sa stručnjacima. Praktikuje aktivno slušanje, empatiju i fleksibilnost tokom pregovora kako biste pronašli obostrano korisna rešenja.

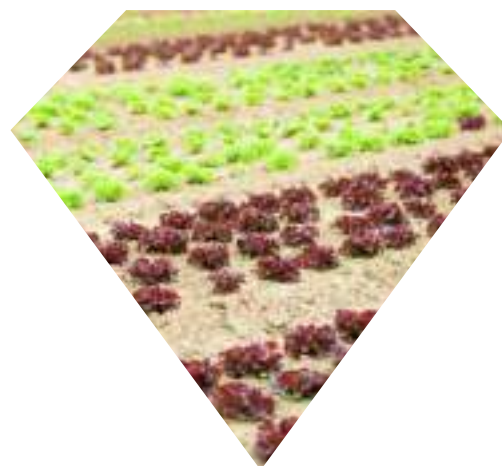
Postavljanje jasnih ciljeva: Pre ulaska u bilo koje pregovaranje, definišite svoje ciljeve i željene rezultate. Ova jasnoća će voditi vaš pristup i povećati šanse za postizanje povoljnih rezultata.

Budite otvoreni za saradnju: Istražujte mogućnosti za saradnju sa drugim učesnicima u poljoprivrednom lancu vrednosti. Saradnje mogu dovesti do deljenja resursa i povećanog pristupa tržištu.

4.4.SINERGIJA MARKETINGA I PREGOVARANJA

U domenu poljoprivrede, sinergija marketinga i pregovaranja pojavila se kao ključni katalizator rasta i prosperiteta. Ove dve povezane discipline rade zajedno kako bi savladale kompleksnosti poljoprivredne industrije, od promocije proizvoda i usluga do formiranja saradničkih odnosa sa zainteresovanim stranama. Hajde da istražimo kako se susret marketinga i pregovaranja neguje uspeh i održivi razvoj u poljoprivredi.

U srcu efikasnog marketinga i pregovaranja u poljoprivredi leži veština izgradnje snažnih odnosa i podsticanja poverenja. Putem strateških marketinških napora, poljoprivrednici mogu stvoriti pozitivne percepcije svojih proizvoda, što dovodi do povećanog interesovanja potencijalnih kupaca i partnera. U pregovaranju, poverenje i dobar odnos sa zainteresovanim stranama su od suštinskog značaja za postizanje obostrano korisnih sporazuma i obezbeđivanje dugoročnih partnerstava.



Marketing u poljoprivredi igra ključnu ulogu u razumevanju potreba i preferencija potrošača. Putem istraživanja tržišta i analize, poljoprivrednici mogu identifikovati nove trendove, zahteve kupaca i promene na tržištu. Opremljeni ovim dragocnim informacijama, mogu prilagoditi svoje proizvode i usluge kako bi zadovoljili očekivanja potrošača i povoljno se pozicionirali na tržištu.

- Efikasna marketinška komunikacija omogućava poljoprivrednicima da istaknu jedinstvene vrednosti svojih poljoprivrednih proizvoda. Prikazujući faktore poput održivosti, kvaliteta i etičkih praksi, mogu se razlikovati od konkurencije i stvoriti ubedljivu identifikaciju brenda. Tokom pregovora, ove vrednosti postaju ključni elementi za obezbeđivanje povoljnih uslova i ubedjivanje kupaca i partnera u vrednost njihovih ponuda.
- Sinergija između marketinga i pregovaranja u poljoprivredi takođe se odnosi na iskorišćavanje prilika za rast. Uspešne marketinške kampanje generišu interesovanje i privlače potencijalne kupce, pružajući osnovu za pregovore. Vešti pregovarači mogu iskoristiti ove prilike kako bi obezbedili distribucione ugovore, ugovore ili partnerstva koja pokreću proširenje poslovanja i generisanje prihoda.
- Pregovaranje je ključno u različitim aspektima poljoprivrede, od nabavke inputa do obezbeđivanja ugovora o prodaji i distribuciji. Vešt pregovarač omogućava poljoprivrednicima da dobiju konkurentne cene za poljoprivredne inpute, obezbede fer uslove sa distributerima i navigiraju kroz kompleksne ugovorne aranžmane. Efikasno pregovaranje takođe igra ključnu ulogu u pristupu izvoznim tržištima, unapređujući globalni doseg poljoprivrednih proizvoda.
- U brzo evoluirajućem poljoprivrednom pejzažu, agilnost i prilagodljivost su ključni. Sinergija između marketinga i pregovaranja omogućava poljoprivrednicima da proaktivno reaguju na promenljive uslove na tržištu, nove trendove i regulatorne promene. Ova prilagodljivost im omogućava da ostanu korak ispred i iskoriste nove prilike za rast i inovacije.
- Na kraju, sinergija marketinga i pregovaranja u poljoprivredi čini koherentnu strategiju za održivi razvoj. Gradeći jake odnose, razumevanjem potreba potrošača, ističući vrednosti, iskorišćavajući prilike i ostajući agilni, poljoprivrednici mogu razvijati uspeh i otpornost u uvek promenljivoj industriji.





5. IZVOZ I UVOZ

Izvoz i uvoz u poljoprivredi igraju ključnu ulogu u zadovoljavanju raznovrsnih zahteva rastuće svetske populacije i obezbeđivanju sigurnosti hrane. Ovi procesi uključuju trgovinu poljoprivrednim proizvodima i sirovinama između zemalja, pri čemu svaka kapitalizuje na svoje jedinstvene snage i resurse kako bi imala koristi od međunarodnih tržišta.

5.1. IZVOZ POLJOPRIVREDNIH PROIZVODA

Izvoz poljoprivrednih proizvoda igra ključnu ulogu u ekonomskom razvoju i održivosti mnogih zemalja. Kroz iskorišćavanje snage međunarodne trgovine, poljoprivredni proizvođači mogu proširiti svoj tržišni doseg, iskoristiti komparativne prednosti i generisati značajan prihod. Ova razmena poljoprivrednih dobara preko granica ne samo da koristi izvoznim zemljama, već doprinosi globalnoj bezbednosti hrane i podstiče međuzavisnost među nacijama. Hajde da istražimo značaj poljoprivrednog izvoza i kako neguje održivi rast i razvoj.

Iskorišćavanje komparativnih prednosti: Poljoprivredni izvoz omogućava zemljama da iskoriste svoje jedinstvene prirodne resurse, klimu i ekspertizu u određenim kulturama ili stočarskoj proizvodnji. Zemlje mogu specijalizovati proizvodnju poljoprivrednih proizvoda u kojima imaju komparativnu prednost, što dovodi do povećane efikasnosti i konkurentnosti na globalnom tržištu.

Diverzifikacija izvora prihoda: Za poljoprivredne ekonomije, diverzifikacija izvora prihoda ključna je za stabilnost i rast. Povezivanjem sa međunarodnim tržištima, poljoprivredni proizvođači mogu smanjiti zavisnost o fluktuacijama domaće potražnje i volatilnosti cena. Diverzifikacija pomaže u zaštiti od lokalnih ekonomskih recesija i unapređuje ukupnu otpornost.



Doprinos ekonomskom rastu:

Poljoprivredni izvoz ima značajan uticaj na ekonomiju izvoznih zemalja. Povećanje izvoza dovodi do stvaranja radnih mesta duž poljoprivrednog lanca vrednosti, uključujući poljoprivredu, preradu, pakovanje i logistiku. Ovaj rast zaposlenosti unapređuje ruralne zajednice i podstiče ekonomski razvoj.

Povećanje bezbednosti hrane:

Globalna poljoprivredna trgovina omogućava tok hrane između regiona s viškom i deficitom. Zemlje izvoznice s viškom proizvodnje mogu snabdevati hranom regione koji se suočavaju s nestašicama, doprinoseći globalnoj bezbednosti hrane i ublažavajući uticaj kriza u oblasti hrane.

Prenos tehnologije i znanja:

Uključivanje u međunarodnu trgovinu izlaže poljoprivredne proizvođače novim tehnologijama, praksama i znanjima iz zemalja uvoznica. Ova razmena informacija podstiče inovacije i unapređenja u poljoprivrednoj proizvodnji, što koristi kako zemljama izvoznicama, tako i zemljama uvoznicama.

Izgradnja međunarodnih partnerstava:

Poljoprivredni izvoz stvara mogućnosti za stvaranje diplomatskih i ekonomskih partnerstava. Zemlje izvoznice uspostavljaju odnose s zemljama uvoznicama, što dovodi do saradnje u istraživanju, razvoju projekata i deljenju investicija u poljoprivredi.

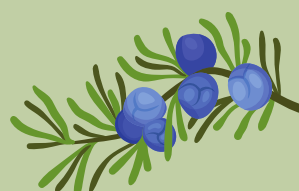


Promovisanje održivih praksi:

Poljoprivredni izvoz podstiče usvajanje održivih praksi. Međunarodna tržišta često zahtevaju proizvode proizvedene ekološki prihvatljivim i društveno odgovornim metodama. Zemlje izvoznice teže ispunjavanju ovih standarda, što dovodi do poboljšane brige o životnoj sredini i etičkih praksi proizvodnje.

Prevazilaženje sezone dinamičke tržišta:

Za zemlje s sezonskom poljoprivrednom proizvodnjom, izvozna tržišta pružaju prednost mogućnosti prodaje tokom cele godine. Sinhronizacijom ciklusa proizvodnje s različitim sezonskim žetvama u različitim regionima, poljoprivredni proizvođači mogu održavati stabilne prihode tokom cele godine.



5.2. UVOZ POLJOPRIVREDNIH PROIZVODA

Poljoprivredni uvoz igra ključnu ulogu u zadovoljavanju potreba zemalja koje se suočavaju s izazovima u domaćoj proizvodnji, obezbeđivanju sigurnosti hrane i promociji ekonomske održivosti. Za zemlje s ograničenim poljoprivrednim resursima, nepovoljnim klimatskim uslovima ili sezonskim varijacijama proizvodnje, uvoz poljoprivrednih proizvoda postaje neophodan kako bi se obezbedila stabilna opskrba hranom i zadovoljile potrebe njihovih populacija. Hajde da istražimo značaj poljoprivrednog uvoza i kako on podstiče međuzavisnost između nacija, istovremeno obezbeđujući sigurnost hrane.

Zadovoljavanje potražnje za hranom: Poljoprivredni uvoz omogućava zemljama da premoste jaz između domaće proizvodnje hrane i potražnje. Kako populacije rastu, a urbanizacija se povećava, potražnja za poljoprivrednim proizvodima često nadmašuje kapacitet lokalne proizvodnje. Uvoz ključnih komoditeta pomaže sprečavanju nestašica hrane i obezbeđuje doslednu opskrbu osnovnim proizvodima.

Povećanje raznovrsnosti hrane: Poljoprivredni uvoz povećava raznolikost hrane dostupne na tržištu. Pristupajući raznovrsnom asortimanu proizvoda iz različitih zemalja, uvozne nacije mogu ponuditi širi izbor prehrambenih proizvoda svojim potrošačima, doprinoseći zdravijim ishranama i kulturnim iskustvima.

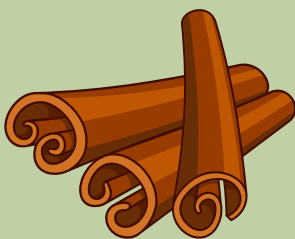


Upotpunjavanje sezone proizvodnje: Za zemlje sa sezonskom poljoprivrednom proizvodnjom, uvoz određenih proizvoda tokom vansezonskih perioda neophodan je kako bi se održala stabilna opskrba hranom. Uvoz omogućava potrošačima pristup proizvodima koji možda nisu lokalno dostupni u određeno doba godine.

Rešavanje ograničenja resursa: Zemlje koje se suočavaju s ograničenom obradivom zemljom, vodenim resursima ili klimatskim ograničenjima često se oslanjaju na poljoprivredni uvoz kako bi zadovoljile svoje prehrambene potrebe. Uvoz osnovnih roba omogućava tim nacijama efikasno korišćenje resursa i prioritizaciju drugih ekonomskih aktivnosti.



- Podrška ekonomskom rastu: Poljoprivredni uvoz stimulira međunarodnu trgovinu i podstiče ekonomski rast. Zemlje koje izvoze imaju koristi od povećane potražnje za njihovim poljoprivrednim proizvodima, dok zemlje koje uvoze dobijaju pristup kvalitetnim proizvodima po konkurentnim cenama, podržavajući lokalne i globalne ekonomije.
- Diverzifikacija izvora snabdevanja: Samo oslanjanje na domaću proizvodnju može biti rizično, posebno u slučaju neočekivanih poremećaja kao što su nepovoljni vremenski uslovi ili pojave štetočina. Diverzifikacija izvora snabdevanja putem poljoprivrednog uvoza smanjuje ranjivost prema takvim šokovima i jača sigurnost hrane.
- Podsticanje međuzavisnosti i diplomatije: Uključivanje u poljoprivredni uvoz podstiče međuzavisnost među nacijama. Oslanjajući se jedni na druge za razmenu poljoprivrednih proizvoda, zemlje grade ekonomske i diplomatske veze, promovirajući saradnju i mirne odnose.
- Pristup specijalizovanim proizvodima: Neke zemlje se specijalizuju za proizvodnju određenih poljoprivrednih proizvoda zbog svojih jedinstvenih geografskih ili klimatskih uslova. Uvoz ovih specijalizovanih dobara omogućava drugim nacijama pristup visokokvalitetnim proizvodima koji možda nisu izvodljivi za lokalnu proizvodnju.
- Usklađivanje s preferencijama potrošača: Poljoprivredni uvoz omogućava zemljama da se prilagode preferencijama potrošača za određene proizvode koji mogu imati kulturni ili regionalni značaj. Ova prilagodljivost potrebama potrošača poboljšava zadovoljstvo potrošača i jača tržišnu konkurentnost.
- Podrška naporima za hitnu pomoć: Poljoprivredni uvoz postaje posebno važan u vreme kriza, kao što su prirodne katastrofe ili humanitarne vanredne situacije. Uvoz neophodnih prehrambenih proizvoda pomaže u zadovoljavanju hitnih prehrambenih potreba i doprinosi naporima za hitnu pomoć.



5.3. MOGUĆNOSTI I IZAZOVI

Poljoprivredni izvoz i uvoz pružaju mnoštvo prilika i izazova za zemlje koje učestvuju u međunarodnoj trgovini. Ove dve strane poljoprivredne trgovine igraju ključnu ulogu u zadovoljavanju globalnih potreba za hranom, podsticanju ekonomske rasta i promovisanju međuzavisnosti među nacijama. Međutim, one takođe zahtevaju pažljivo razmatranje, strategijsko planiranje i upravljanje rizicima kako bi se osigurali održiv razvoj i bezbednost hrane.

Mogućnosti poljoprivrednog izvoza:

Pristup međunarodnim tržištima:

Poljoprivredni izvoz otvara vrata raznovrsnim međunarodnim tržištima, omogućavajući farmerima i proizvođačima da dosegnu širi krug kupaca i iskoriste globalnu tražnju za njihovim proizvodima.

Ekonomska prosperitet i strani

prihod: Uspešan poljoprivredni izvoz generiše strane prihode i podržava ekonomski rast. Povećani izvoz dovodi do otvaranja radnih mesta, povećanja investicija i pozitivnog uticaja na celokupnu ekonomiju.

Specijalizacija i konkurentska

prednost: Izvoz poljoprivrednih proizvoda često omogućava zemljama da se specijalizuju u usevima ili stočarstvu koje efikasno proizvode, iskorištavajući svoju konkurentnu prednost na globalnom tržištu.



Tehnološka razmena i inovacije:

Učešće u međunarodnoj trgovini izlaže poljoprivredne proizvođače novim tehnologijama, inovativnim praksama i istraživanjima iz drugih zemalja, podstičući tehničku razmenu i unapređivanje inovacija.

Diverzifikacija izvora prihoda:

Poljoprivredni izvoz pomaže diverzifikaciju izvora prihoda za zemlje koje su u velikoj meri zavisne od poljoprivrede, smanjujući ekonomsku ranjivost prema fluktuacijama na lokalnim tržištima.

Izazovi poljoprivrednog izvoza:

Pristup tržištu i trgovinski barijeri:

Pristup međunarodnim tržištima može biti otežan trgovinskim barijerama, tarifama i strožim propisima, što otežava malim farmerima da učestvuju u globalnoj trgovini.



Volatilitnost i fluktuacije cena:

Poljoprivredni izvoz je podložen volatilitnosti cena, koja je pod uticajem faktora kao što su klimatski događaji, geopolitičke tenzije i promene u potrošačkim preferencijama.

Transport i logistika:

Efikan transport i logistika su od suštinskog značaja za pravovremenu isporuku i održavanje kvaliteta proizvoda tokom izvoza, ali nedostatak adekvatne infrastrukture može predstavljati izazove.

Kursne razmene:

Fluktuacije kursa valuta mogu uticati na profitabilnost poljoprivrednog izvoza, utičući na prihode i konkurentnost na globalnim tržištima.

Usaglašavanje sa standardima

kvaliteta i bezbednosti: Ishodovanje međunarodnih standarda kvaliteta i bezbednosti je neophodno za izvoz, ali obezbeđivanje usaglašenosti može biti resursno zahtevno za manje proizvođače.

**Mogućnosti poljoprivrednog uvoza:****Bezbednost hrane i izbor potrošača:**

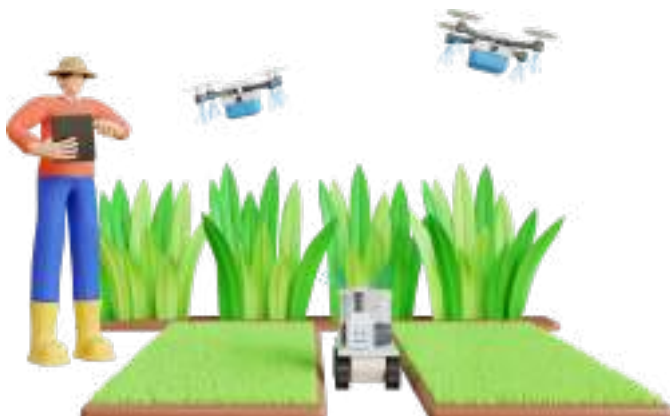
Poljoprivredni uvoz pomaže u obezbeđivanju bezbednosti hrane dopunjujući domaću proizvodnju tokom nestašica ili vansezonskih perioda, nudeći potrošačima širok spektar izbora hrane.

Pristup specijalizovanim

proizvodima: Uvoz specijalizovanih poljoprivrednih proizvoda iz zemalja sa jedinstvenim stručnostima i resursima omogućava nacijama pristup dovarima koje nisu održive za domaću proizvodnju.

Ekonomska saradnja i diplomatija:

Učešće u poljoprivrednom uvozu podstiče ekonomsku saradnju i diplomatske veze, jačajući međunarodne odnose i promovišući mir.



Raznovrsnost snabdevanja hranom:

Uvoz poljoprivrednih proizvoda doprinosi raznovrsnosti snabdevanja hranom, smanjujući zavisnost o ograničenom broju lokalno proizvedenih artikala.

Pomoć u hitnim situacijama i humanitarna pomoć:

Poljoprivredni uvoz može biti od vitalnog značaja tokom napora za hitnu pomoć, obezbeđujući osnovne prehrambene proizvode tokom prirodnih katastrofa ili humanitarnih kriza.

**Izazovi poljoprivrednog uvoza:****Bezbednost hrane i obezbeđenje kvaliteta:**

Obezbeđivanje bezbednosti i kvaliteta uvezenih poljoprivrednih proizvoda od suštinskog je značaja za zaštitu potrošača i očuvanje javnog zdravlja.

Zavisnost i ranjivost:

Prekomerna zavisnost o poljoprivrednom uvozu može učiniti zemlje ranjivim na poremećaje u snabdevanju, geopolitičke sukobe i fluktuacije cena na svetskom tržištu.

Konkurencija sa domaćim proizvođačima:

Uvoz određenih proizvoda može negativno uticati na domaće poljoprivrednike, stvarajući konkurenciju i utičući na lokalne poljoprivredne ekonomije.

Disbalansi u trgovini:

Neravnoteža u poljoprivrednoj trgovini može dovesti do nejednakih koristi i može zahtevati pažljivo upravljanje radi održavanja pravednih odnosa.

Regulatorna usklađenost i sertifikacija:

Pridržavanje međunarodnih regulativa i sticanje sertifikacija za uvoz poljoprivrednih proizvoda može biti izazovno, posebno za manje proizvođače.





6. PRISTUP NACIONALNIM I MEĐUNARODNIM FONDOVIMA

Kada je reč o podršci razvoju mladih preduzetnika i nezaposlenih mladih ljudi u oblasti uzgoja lekovitog i aromatičnog bilja, obezbeđivanje finansijske podrške je od suštinskog značaja. U ovoj sekciji, pružićemo sveobuhvatno vodstvo o pristupu nacionalnim i međunarodnim fondovima za projekte vezane za uzgoj lekovitog i aromatičnog bilja, osnažujući mlade pojedince da pokrenu uspešne poduhvate u ovoj oblasti.

6.1. PRISTUP NACIONALNIM FONDOVIMA

- **Fondovi za poljoprivredu koje sponzorise vlada:** Detaljna objašnjenja o grantovima i kreditnim programima koje sprovodi država, posebno dizajniranim za mlade preduzetnike koji posluju u poljoprivrednom sektoru.
- **Podsticaji lokalne samouprave:** Posebni podsticaji i podrška koje pružaju lokalne vlasti ili poljoprivredne institucije kako bi podržale poljoprivredne projekte.

6.2. PRISTUP MEĐUNARODNIM FONDOVIMA

- **Fondovi Evropske unije (EU):** Pregled različitih fondova i programa grantova koje nudi EU za poljoprivredne i održive razvojne projekte, uključujući informacije o procesima apliciranja i zahtevima.
- **Podrška od strane međunarodnih investitora:** Strategije i uzorci aplikacionih dosijea o tome kako privući podršku od međunarodnih investitora i privatnog sektora za poljoprivredne projekte.

Proces aplikacije:

Izrada efikasne aplikacije: Vodič o kreiranju aplikacije koja efikasno predstavlja projekat, ističući njegov potencijal i društveni uticaj.

Koraci u procesu aplikacije: Detaljni koraci koji opisuju proces apliciranja za nacionalne i međunarodne fondove, uključujući procenu projekta i kriterijume za selekciju.



Mentorstvo i mreža podrške:

Iskusni mentori i konsultanti: Usluge koje pružaju iskusni mentori i konsultanti u oblasti uzgoja lekovitog i aromatičnog bilja, zajedno sa smernicama o učešću u mentorstvo programima.

Inspiracija iz uspešnih projekata: Naučene lekcije iz prethodno uspešnih projekata uzgoja lekovitog i aromatičnog bilja, stvarni primeri i priče o uspehu koje ilustruju kako su ovi projekti finansirani.





7. PROŠIRIVANJE POSLOVANJA

Proširenje poljoprivrednog poslovanja je ambiciozan i ključan korak ka postizanju rasta, proširenju tržišnog dometa i povećanju profitabilnosti. Međutim, zahteva pažljivo planiranje, alokaciju resursa i stratešku implementaciju.

Analiza tržišta i identifikacija prilika:

Sprovedite sveobuhvatnu analizu tržišta kako biste identifikovali potencijalne prilike za rast i neiskorišćena tržišta. Razumevanje potreba potrošača, trendova i preferencija omogućava prilagođavanje proizvoda ili usluga kako bi se efikasno zadovoljile zahteve tržišta.

Ojačavanje lanca snabdevanja:

Izgradite snažan i efikasan lanac snabdevanja kako biste osigurali stabilan tok sirovina, materijala i gotovih proizvoda. Jačanje partnerstava sa dobavljačima, distributerima i pružaocima logističkih usluga omogućava optimizaciju operacija i smanjenje prepreka.

Investicije u tehnologiju i inovacije:

Iskoristite tehnologiju i inovacije kako biste optimizovali poljoprivredne procese, povećali produktivnost i unapredili kvalitet proizvoda. Investirajte u modernu poljoprivrednu opremu, automatizaciju, analizu podataka i poljoprivredna istraživanja kako biste ostali konkurentni.

Povećanje kapaciteta proizvodnje:

Povećajte kapacitet proizvodnje kako biste zadovoljili rastuću potražnju. Ovo može uključivati proširenje postojećih objekata, investiranje u nove proizvodne jedinice ili formiranje strateških partnerstava sa drugim poljoprivrednicima ili proizvođačima.



- **Brendiranje i marketinška strategija:** Razvijte snažan identitet brenda i marketinšku strategiju kako biste se razlikovali od drugih u poljoprivrednom sektoru. Investirajte u oglašavanje, društvene medije i druge promotivne aktivnosti kako biste povećali vidljivost brenda i privukli nove kupce.
- **Pristup finansijama:** Obezbedite adekvatno finansiranje za podršku procesu proširenja. Istražite opcije poput bankarskih kredita, venture kapitala, državnih grantova ili privatnih investitora kako biste finansirali inicijative za proširenje.
- **Kontrola kvaliteta i standardi:** Održavajte stroge mere kontrole kvaliteta kako biste osigurali doslednost kvaliteta proizvoda. Poštovanje industrijskih standarda i sertifikacija unaprediće poverenje kupaca i kredibilitet na tržištu.
- **Regrutacija talenata i obuka:** Zapošljavajte stručno osoblje koje će upravljati povećanim radnim opterećenjem i održavati visoke operativne standarde. Pružite programe obuke i razvoja kako biste zaposlenima pružili neophodne veštine za rastuće poslovanje.
- **Održive i odgovorne prakse:** Integrišite održive i odgovorne prakse u operacije vašeg poljoprivrednog poslovanja. To uključuje ekološki prihvatljive tehnike uzgoja, etičko snabdevanje i inicijative odgovornosti prema društvu, kako biste privukli svesne potrošače.
- **Upravljanje rizicima:** Identifikujte i umanjite potencijalne rizike povezane sa proširivanjem. Sprovedite temeljnu procenu rizika i razvijte planove za hitne situacije kako biste se suočili sa izazovima koji se mogu pojaviti tokom procesa proširenja.
- **Monitoring i evaluacija:** Implementirajte snažan sistem praćenja i evaluacije kako biste pratili napredak procesa proširivanja. Redovno pregledajte performanse i prilagodite ih po potrebi kako biste osigurali uspeh.
- **Umrežavanje i saradnja:** Uključite se u industrijske događaje, konferencije i mogućnosti umrežavanja kako biste izgradili odnose sa drugim akterima u poljoprivrednom sektoru. Sarađujte sa istraživačkim institucijama, vladama i organizacijama kako biste pristupili vrednim resursima i znanju.

Proširivanje poljoprivrednog poslovanja je kompleksan i dinamičan proces, koji zahteva holistički pristup i jasnu viziju rasta. Pažljivom procenom tržišnih prilika, optimizacijom operacija i prihvatanjem inovacija, poljoprivredna preduzeća mogu postići održivo proširenje, doprineti bezbednosti hrane i ostvariti značajan uticaj na sektor poljoprivrede. Važno je da se setimo naših mekih veština kako bismo ih mogli koristiti u budućem radu. Agro-preduzetnici, kao i drugi preduzetnici, mogu razvijati svoje meke veštine kroz fokusiran napor i kontinuirano učenje. Meke veštine su ključne za izgradnju uspešnih poljoprivrednih preduzeća, jer omogućavaju efikasnu komunikaciju, vođenje, rešavanje problema i izgradnju odnosa. Kako to mogu postići?

Samooocena: Počnite ocenjivanjem svojih trenutnih mekih veština i identifikacijom oblasti za poboljšanje. Razmislite o svojim snagama i slabostima, i zatražite povratne informacije od kolega, zaposlenih ili mentora kako biste dobili uvid u oblasti koje treba razvijati.

Radionice i obuke za veštine: Učestvujte u radionicama, seminarima ili online kursovima koji se fokusiraju na razvoj mekih veština. Potražite programe obuke posebno prilagođene preduzetnicima u poljoprivrednom sektoru.

Umrežavanje i saradnja: Uključite se u događaje umrežavanja, industrijske konferencije i druge prilike za saradnju sa drugim agro-preduzetnicima i stručnjacima iz industrije. Mreženje može poboljšati veštine komunikacije, izgradnje odnosa i timskog rada.

Razvoj liderskih veština: Fokusirajte se na razvoj liderskih veština prisustvovanjem radionicama o liderstvu, čitanjem knjiga o liderstvu i učenjem od uspešnih lidera u poljoprivrednom sektoru.

Emocionalna inteligencija: Razvijajte emocionalnu inteligenciju razumevajući i efikasno upravljajući svojim emocijama. Emocionalna inteligencija je ključna za izgradnju snažnih odnosa, rešavanje konflikata i vođenje sa empatijom.

Veštine komunikacije: Radite na unapređenju kako verbalne tako i neverbalne komunikacije. Vežbajte aktivno slušanje, jasno izražavanje ideja i efikasne veštine prezentacije.

Rešavanje problema i kritičko razmišljanje: Unapredite veštine rešavanja problema i kritičkog razmišljanja kroz izazovne scenarije i vežbe donošenja odluka. Naučite analizirati situacije iz različitih uglova i smišljati efikasna rešenja.

Prilagodljivost i otpornost: U poljoprivrednoj industriji, prilagodljivost i otpornost su ključni zbog različitih izazova kao što su vremenski uslovi i fluktuacije na tržištu. Prihvatite promene, učite iz neuspeha i razvijajte proaktivni pristup izazovima.

Upravljanje vremenom i organizacija: Unapredite veštine upravljanja vremenom i organizacije kako biste efikasno obavljali više zadataka. Postavite prioritete, postavljajte rokove i stvarajte sisteme kako biste ostali organizovani.

Povratne informacije i razmišljanje: Tražite povratne informacije od zaposlenih, kupaca ili mentora, i redovno razmišljajte o svojim performansama. Iskrene povratne informacije mogu vam pomoći da identifikujete oblasti za poboljšanje i prilagodite svoje strategije u skladu s tim.

Kontinuirano učenje: Ostanite informisani o trendovima u industriji, tehnološkim dostignućima i najboljim praksama. Kontinuirano učenje osigurava da ste opremljeni najnovijim znanjem i veštinama relevantnim za vaše poljoprivredno poslovanje.

Ojačajte veštine zaposlenih: Podstičite i osnažite svoje zaposlene da razvijaju svoje meke veštine. Stvorite pozitivno radno okruženje koje podstiče saradnju, otvorenu komunikaciju i lični razvoj.

Postavite ciljeve za veštine: Uključite razvoj mekih veština u svoje poslovne ciljeve. Postavite konkretne ciljeve za poboljšanje komunikacije, vođenja ili timskog rada i redovno pratite svoj napredak.

Vodite primerom: Kao agro-preduzetnik, vodite primerom i demonstrirajte meke veštine koje želite videti u svom timu.



8.DIGITALNE PRILIKE

Uključivanje digitalnih alatki i tehnologija je ključno prilikom usmeravanja mladih pojedinaca i nezaposlene mladeži ka oblasti uzgoja lekovitog i aromatičnog bilja. Sekcija "Digitalne Prilike" ovog seta alatki ima za cilj pružanje sveobuhvatnog pregleda digitalnog pejzaža unutar ove industrije, omogućavajući mladim entuzijastima da iskoriste snagu tehnologije za svoje poduhvate.

8.1. Platforme za online učenje:

- **Edukativni web-sajtovi:** Odabrani popis online platformi koje nude kurseve vezane za uzgoj lekovitog i aromatičnog bilja. Ove platforme pružaju vredne resurse, tutorijale i programe sertifikacije.
- **Webinari i radionice:** Informacije o predstojećim webinarima i radionicama fokusiranim na poljoprivredne tehnologije, održive prakse i digitalni marketing prilagođen industriji lekovitog bilja.

8.2. Mobilne aplikacije:

- **Aplikacije za identifikaciju biljaka:** Preporuka mobilnih aplikacija koje pomažu korisnicima da identifikuju različite lekovite i aromatične biljke, razumeju njihova svojstva i nauče o njihovom uzgoju.
- **Aplikacije za upravljanje poljoprivredom:** Predstavljanje aplikacija dizajniranih da pomognu u upravljanju farmom, praćenju useva, kontroli štetočina i predviđanju prinosa. Ove aplikacije optimizuju poljoprivredne operacije i poboljšavaju produktivnost.

8.5. Poljoprivredne aplikacije i IoT uređaji:

- **Aplikacije za pametno poljoprivredno gazdovanje:** Predstavljanje aplikacija i IoT uređaja koji omogućavaju precizno poljoprivredno gazdovanje, automatizovano zalivanje, praćenje klime i donošenje odluka zasnovanih na podacima u poljoprivredi.
- **IoT Uređaji:** Informacije o senzorima i uređajima koji prikupljaju podatke u realnom vremenu o zdravlju zemlje, vremenskim uslovima i rastu useva, pomažući poljoprivrednicima u optimizaciji njihovih poljoprivrednih praksi.



8.6. Digitalne prakse održivosti:

- **Alati za očuvanje resursa:** Informacije o digitalnim alatima koji promovišu održive poljoprivredne prakse, uključujući aplikacije za štednju vode, energetske efikasne rešenja i strategije smanjenja otpada.
- **Blockchain i praćenje:** Objašnjenje kako se tehnologija blockchain-a može koristiti za praćenje lanca snabdevanja, obezbeđujući transparentnost i autentičnost proizvoda od lekovitog bilja.





Co-funded by
the European Union

POGLAVLJE 2 – NEFORMALNE AKTIVNOSTI

2022-2-ES02-KA220-YOU-000102299



MAP4N

**POLJOPRIVREDNO PREDUZETNIŠTVO U OKVIRU
MAP-A ZA NEET**





A- KOMUNIKACIJA

AKTIVNOST 1	
Naziv aktivnosti:	PREZENTACIJA
Cilj aktivnosti:	Upoznavanje učesnika s konceptom komunikacije, veštinama komunikacije i savetima za poboljšanje komunikacije - verbalne i neverbalne.
Tip aktivnosti:	Prezentacija
Učesnici:	3-20
Vreme:	30 min
Instrukcije:	Voda aktivnosti putem PowerPoint prezentacije pokazuje učesnicima pojmove vezane za temu komunikacije, podučava ih veštinama komunikacije i pruža savete za poboljšanje komunikacije u sledećim oblastima - govor, glas, slušanje i neverbalno ponašanje. Kada prezenter završi prezentaciju, učesnici mogu postaviti dodatna pitanja.
Potreban materijal:	Pripremljena Powerpoint prezentacija; Lap top; Projektor.



AKTIVNOST 2	
Naziv aktivnosti:	GLUVI TELEFONI
Cilj aktivnosti:	Upoznajte učesnike s konceptima verbalne i neverbalne komunikacije kroz njihovu upotrebu. Na kraju radionice, učesnici će biti upoznati s činjenicom da je potrebno koristiti i verbalnu i neverbalnu komunikaciju kako bi se prenela informacija.
Tip aktivnosti:	Igra
Učesnici:	4-20
Vreme:	20-30 min
Instrukcije:	Deo 1 (verbalna komunikacija, prednosti i mane): Učesnici stoje u redu jedan iza drugog. Vođa radionice dodeljuje rečenicu poslednjoj osobi u redu. Njegov zadatak je da šapatom prenese tu rečenicu učesniku ispred sebe, on narednom u redu, i tako redom sve do prvog u redu. Prvi učesnik u redu, odnosno poslednji koji je čuo rečenicu, treba da je izgovori naglas pred grupom. Vođa radionice ponavlja rečenicu koja je data na početku i započinje diskusiju.



AKTIVNOST 2

Instrukcije:

- Da li je rečenica sa početka igre ostala ista do kraja i zašto?
 - Koje su prednosti prenosa rečenice?
 - Koji su bili problemi?
 - Da li se takve situacije mogu sresti u stvarnom životu i kako se nositi s njima?
- * Predlog je da se rečenica produži na način da je moguće spontano je "skratiti". Na primer. "Muškarac u kabanici sinoć je izašao da iznese smeće i prošetala psa."
- Deo 2 (neverbalna komunikacija, prednosti i mane):**
Učesnici stoje u redu jedan iza drugog. Vođa radionice dodeljuje rečenicu poslednjoj osobi u redu. Njegov zadatak je da objasni tu rečenicu bez izgovorenih reči - mimikom učesniku ispred sebe, on narednom u redu, i tako redom sve do prvog u redu. Prvi učesnik u redu treba da mimikom izrazi rečenicu pred celom grupom. Vođa radionice ponavlja rečenicu koja je data na početku i započinje diskusiju.
- Da li je rečenica na početku igre slična prezentaciji na kraju i zašto?
 - Koje su prednosti prenosa rečenice?
 - Koji su bili problemi?
 - Da li se takve situacije mogu sresti u stvarnom životu i kako se nositi s njima?
- * Predlog je da se rečenica skрати i pojednostavi kako bi se mogla "prikazati" mimikom. Na primer. "Videla sam skakanje zečeva."

Potreban materijal:

-



AKTIVNOST 3	
Naziv aktivnosti:	SLUŠAJ ME
Cilj aktivnosti:	Upoznati učesnike sa aktivnim slušanjem, odabirom i prenosom informacija.
Tip aktivnosti:	Igra
Učesnici:	5-20
Vreme:	10-15 min
Instrukcije:	Vođa grupe bira 3 dobrovoljca. Prvi dobrovoljac treba da sedi ispred grupe, dok se druga dvojica postavljaju iza njega, s leva i s desna, s zadatkom da istovremeno pričaju priču o tome kako su proveli juče, tako da slušalac tačno zapamti njihove priče (priče trebaju trajati 2 do 3 minuta). Zadatak prvog dobrovoljca je da zapamti što više informacija iz obe priče i ponovi ih grupi. Kada ih ponovi, vođa radionice pokreće diskusiju. • Koliko je bilo teško prvom dobrovoljcu da zapamti obe priče? • Koju priču je bolje zapamtio i šta je doprinelo tome? • Kakve su metode koristila druga dvojica dobrovoljaca da bi slušalac zapamtio njihove priče?
Potreban materijal:	-



AKTIVNOST 4	
Naziv aktivnosti:	TANGRAM
Cilj aktivnosti:	Učesnici bi trebalo da shvate koliko je važna komunikacija za rešavanje problema, jačanje timskog rada i komunikaciju unutar tima.
Tip aktivnosti:	Igra
Učesnici:	8-20
Vreme:	15-20 min
Instrukcije:	Vođa deli učesnike u male grupe od po 4 studenta. Svaka grupa ima zadatak da svaki od njenih članova napravi kvadrat od delova, pri čemu ne smeju međusobno komunicirati, ni verbalno ni neverbalno. Zatim, svaki učesnik će dobiti kovertu sa istim brojem delova za pravljenje kvadrata, ali neće moći napraviti svoj kvadrat. Delovi koji mu ne odgovaraju moraju se staviti na sredinu stola. Student mora pratiti kako drugi članovi grupe sastavljaju svoje kvadrate kako bi mogao videti da li je svojim kvadratom sprečio druge da sastave svoje. Iako je cilj da svi u grupi naprave svoj kvadrat, takođe je cilj da svaki student u grupi napravi svoj kvadrat. Svi sastavljeni kvadrati moraju biti iste veličine. Kada sve grupe završe zadatak, vođa pokreće diskusiju.

AKTIVNOST 4	
Instrukcije:	◦ Da li su drugi članovi grupe došli do rešenja? Ako nisu, šta je bio problem? ◦ Da li je bio problem što niste mogli međusobno komunicirati? ◦ Koliko je važno tražiti rešenja kako biste se međusobno pomogli? Zašto je saradnja važna?
Potreban materijal:	Karton isečen u delove za igru Tangram x broj učesnika Koverte x broj učesnika





AKTIVNOST 5	
Naziv aktivnosti:	THE FLOW
Cilj aktivnosti:	Povećavanje samopouzdanja učesnika, otkrivanje aktivnosti koje im najviše prijaju, jačanje veština komunikacije, prepoznavanje i cenjenje individualnih preferencija i vrednosti.
Tip aktivnosti:	Igra
Učesnici:	3-20
Vreme:	10-15 min
Instrukcije:	Vođa deli sa učesnicima jednu od svojih omiljenih aktivnosti i kako se osećao poslednji put kada ju je radio. To može biti bilo šta čemu ste potpuno posvećeni dok to radite, a idealan primer je aktivnost u kojoj osećate da se unapređujete vremenom. Pokušajte im preneti osećanja koja ta aktivnost izaziva u vama i, ako je moguće, pokažite im nešto vezano za tu aktivnost i ohrabrite ih da postavljaju pitanja. Zatim podstaknite studente da razmisle o tome šta za njih čini vrstu aktivnosti kojoj su potpuno posvećeni i u kojoj uživaju. Dajte im nekoliko minuta. Ako žele, mogu i zapisati odgovore. Zatim nastavite: Svako od nas ima nekoliko stvari u životu koje voli, u kojima, dok ih obavljamo, potpuno "zaboravimo" na vreme. Ne mislimo na gledanje TV-a, spavanje, jedenje i slično gde smo prilično pasivni, već nešto što aktivno radite.



AKTIVNOST 5	
Instrukcije:	Psiholozi nazivaju takva iskustva 'iskustvima u toku' i smatraju ih vrlo važnim za naše psihološko blagostanje, odnosno sreću. Pitajte ih: Šta je to 'nešto' za vas? Prvo zabeležite na tabli ono što su učesnici naveli, a zatim dajte kratke komentare. Setite se gde se nalazite, šta radite, s kim ste, šta je najbolje u vezi toga. Zatim naterajte učesnike da kažu grupi o svojoj aktivnosti u kojoj se 'gube'. Pokrenite diskusiju. Da li postoji nešto što delite, što veći broj vas voli da radi? Da li je to 'flow'? Šta mislite? Zašto su ova iskustva važna? Šta ako neko oseća da nema nešto slično u svom životu? Kakve aktivnosti može uživati i kakve su posledice? Da li ikada imate taj osećaj u školi/fakultetu/poslu - da ste potpuno zaneti onim što radite? Kako bi izgledalo učenje/rad s više 'flow-a' za vas?
Potreban materijal:	-



AKTIVNOST 6	
Naziv aktivnosti:	SIMULACIJA INTERVJUA
Cilj aktivnosti:	Učesnici će se bolje upoznati, vežbati aktivno slušanje, unaprediti veštine intervjuja, postati svesni vlastitih ciljeva i prioriteta, i naučiti veštine planiranja.
Tip aktivnosti:	Igra
Učesnici:	4-20
Vreme:	15-20 min
Instrukcije:	Deo 1: Vođa aktivnosti deli učesnike u parove i traži svaku osobu da se seti sjajnog trenutka u protekloj godini. To je nešto što su postigli, na čemu su ponosni, za šta su radili i trudili se. Može biti nešto što ih je veoma usrećilo i što im je veoma važno. Zadatak je da svojem partneru ispričaju taj trenutak u što je moguće više detalja, a zadatak para je da pažljivo sluša, postavlja pitanja i pokušava saznati što više zanimljivih detalja. Neki od parova mogu zatim podeliti sa svima kako im je bilo raditi zajedno, šta su voleli i šta su naučili. U kratkom uvodu, vođa kaže studentima da sada rade na ličnom planiranju, postavljanju i postizanju ciljeva, što je veština veoma važna za život. Pita ih šta misle šta ih je navelo da krenu u ovu aktivnost. Ukazuje kako ovo vežbanje može puno reći o tome šta cenimo i šta nam je važno - naši vrednosti.

AKTIVNOST 6

Instrukcije:

Deo 2: Nastavljajući rad u parovima, vođa daje učesnicima novi zadatak. Svako će postaviti sebi cilj, a njihov partner će im pomoći da ga detaljnije razrade i planiraju njegovu realizaciju putem metoda intervjua. Ako neko nije odlučan oko svog cilja, par može postaviti nekoliko pitanja kako bi otkrili njihov fokus ili oblast na koju bi želeli da se fokusiraju. To može biti nešto što je važno osobi ili nešto što nedostaje. Važno je da postoji motivacija i jaka osećanja povezana s izborom cilja. Zatim svako sprovodi intervju sa svojim partnerom, vođeni sledećim pitanjima:

1. Koji je tvoj trenutni cilj? Izaberi onaj kojem želiš danas da se posvetiš.
2. Zamisli idealnu budućnost! Kako sebe zamisliš nakon postizanja tog cilja? Kako tačno to izgleda?
3. Kako ćeš dostići taj cilj? Koji je tvoj način da to ostvariš?
4. Šta ćeš prvo uraditi (danas ili sutra) i ko će ti pomoći u tome?

Kada se završi drugi deo, vođa pokreće diskusiju.

- Kako vam se svidelo raditi u parovima?
- Kako je protekao intervju, i kako ste odgovarali na pitanja i govorili o sebi?
- Šta ste shvatili i naučili?
- Misliš li da je dobro planirati ili pustiti stvari da se dese? Kada je jedno poželjnije, a kada drugo?
- Šta možete uraditi kada nešto ne ide kako ste planirali ili kada ne uspete da dostignete cilj?



AKTIVNOST 7	
Naziv aktivnosti:	TORANJ OD PAPIRA
Cilj aktivnosti:	Razvoj i značaj saradnje i kooperativnog ponašanja kako bi se uspešno rešavale problematične situacije sa učesnicima.
Tip aktivnosti:	Igra
Učesnici:	4-20
Vreme:	20-25 min
Instrukcije:	Vođa deli učesnike u grupe od najviše 5 članova. Svaka grupa dobija isti materijal (jednak broj novina, makaza, selotejpa). Zatim vođa daje sledeće instrukcije: 'Vaš zadatak je napraviti kulu od papira što je veća i stabilnija moguće u roku od tri minuta.' Od materijala možete koristiti ono što dobijete." Studenti imaju 10 minuta da razviju svoje ideje, i tokom tog perioda ne smeju dodirivati materijal ili isprobavati ideje, već samo smišljati kako će rešiti problem. Nakon toga, vođa daje signal, a grupa počinje stvarati svoje konceptualno rešenje pravljenja kule od papira. Vođa vodi računa o vremenu i signalizira učesnicima kada mogu početi razmišljati o idejama, kada mogu početi raditi na njima, i takođe signalizira kada prestaju raditi. Nakon završetka zadatka, bira se najviša i najstabilnija kula.

AKTIVNOST 7	
Instrukcije:	Kroz diskusiju, vođa razvija kod studenata važnost saradnje i kooperativnog ponašanja kako bi uspešno rešavali problematične situacije. • Kako ste došli do rešenja? Da li biste bili uspešniji da ste radili sami? • Da li ste imali bolja rešenja? Zašto nije usvojeno? • Šta je ometalo, a šta olakšavalo u ovom zadatku? • Šta biste drugačije uradili sledeći put?
Potreban materijal	Novine / Novinski papir x broj učesničkih grupa Lepak / Selotejp x broj učesničkih grupa Makaze x broj učesničkih grupa





AKTIVNOST 8	
Naziv aktivnosti:	OLOVKA
Cilj aktivnosti:	Upoznati učesnike sa potencijalno konfliktnim situacijama i sukobima u saradnji, kao i načinima njihovog rešavanja.
Tip aktivnosti:	Igra
Učesnici:	4-20
Vreme:	10-15 min
Instrukcije:	Vođa deli učesnike u parove. Daje svakom paru jedan list papira i jedan olovku/penkalo/marker. Učesnicima je zadatak da nacrtaju sliku jednim olovkom koju moraju držati zajedno. Važno je da ceo rad odvijaju u potpunoj tišini, bez dogovaranja o tome šta će nacrtati. Dajte učesnicima 1 minut za ovaj zadatak. Nakon što završe prvi deo zadatka, recite učesnicima da je sledeći zadatak da svaki nacrti svoju sopstvenu sliku na poledini papira, opet bez dogovora, u potpunoj tišini, držeći olovku zajedno. Dajte im 1 minut svakom i za taj deo. Kada završe, zamolite učesnike da vam pokažu oba crteža i započnete diskusiju.

AKTIVNOST 8

Instrukcije:

- Kako su se osećali dok su crtali prvu i drugu sliku?
- Da li je bilo sukoba, da li su (iako im nije bilo dozvoljeno da govore) uspeali da postignu dogovor? Na koji način?
- Da li je neko u paru insistirao da nacрта tačno ono što je zamislio, itd?
- Može li se ova situacija smatrati stresnom i konfliktnom?
- Analizirajte ponašanje u potencijalno konfliktnoj situaciji.

Potreban materijal:

Papir x broj učesničkih grupa
Olovka/penkalo/marker x broj učesničkih grupa





AKTIVNOST 9	
Naziv aktivnosti:	NE SLUŠAM TE
Cilj aktivnosti:	Upoznati učesnike sa važnošću slušanja i vrstama neslušanja.
Tip aktivnosti:	Igra
Učesnici:	6-20
Vreme:	10-15 min
Instrukcije:	Vođa deli učesnike u grupe od troje. Jednom članu grupe daje zadatak da ispriča priču iz svog života, na primer, kako je proveo odmor, da opiše zanimljiv film koji je gledao ili knjigu koju je pročitao, ili da ispriča značajan događaj iz svog života. Drugi član dobija zadatak na lepljivom papiriću (koji krije od drugih) da prekida govornika, pokazuje dosadu, ignoriše ga, priča paralelno, itd. tokom priče. Treći član je posmatrač. Nakon završetka zadatka, vođa započinje diskusiju u kojoj članovi grupe predstavljaju svoja iskustva i posmatranja u datoj situaciji. Facilitator nabraja vrste neposlušanja i učesnici ih upoređuju sa "neposlušanjem" koje su primetili u zadatku.

AKTIVNOST 9	
Instrukcije:	Primeri zadataka na kartama: • Lažno slušanje (slušalac neverbalno pokazuje da ne sluša, gleda oko sebe, gleda kroz osobu...); • Jednostrano slušanje - slušalac ne obraća pažnju na neverbalne poruke; • Selektivno slušanje - slušalac obraća pažnju samo na ono što je njemu važno; • Krađa reči; • Deljenje saveta; • Postavljanje pitanja.
Potreban materijal:	Karte sa zadacima x broj učesničkih grupa





Primeri karata:	
Koristite lažno slušanje (slušalac neverbalno pokazuje da ne sluša, gleda oko sebe, gleda kroz osobo...) dok drugi učenik govori.	Koristite jednostrano slušanje - slušalac ne obraća pažnju na neverbalne poruke dok drugi učenik govori.
Koristite selektivno slušanje (slušalac obraća pažnju samo na ono što je njemu važno) dok drugi učenik govori.	Koristite krađu reči dok drugi učenik govori.
Koristite deljenje saveta dok drugi učenik govori.	Koristite postavljanje pitanja dok drugi učenik govori.



AKTIVNOST 10	
Naziv aktivnosti:	TI I JA PORUKE
Cilj aktivnosti:	Upoznati učesnike sa strukturom "Ja poruke" s ciljem prepoznavanja elemenata "Ja poruke" kao oblika koji se može primeniti u svakodnevnoj komunikaciji. Takođe ih upoznati sa primenom poruka bez krivice istovremeno skrećući pažnju na odsustvo svih oblika diskriminacije.
Tip aktivnosti:	Igra
Učesnici:	6-20
Vreme:	10-15 min
Instrukcije:	Vođa aktivnosti deli učesnike u grupe od troje - osobe A, B i C. Osobe A i B dobijaju kartice (pripremljena je ista tema, ali različit način komunikacije - optužujuća ili neoptužujuća poruka). Prvo osoba A čita karticu osobi C, osoba C izražava kako se oseća i šta bi učinila. Zatim osoba B čita svoju karticu osobi C, i osoba C opet izražava svoje osećaje i šta bi učinila. Tokom ovog procesa, ostali učesnici pažljivo slušaju. Kada su sve kartice pročitane, vođa započinje diskusiju.

AKTIVNOST 10

Instrukcije:

- Kakve razlike ste primetili tokom vežbe, šta ste čuli, postoje li neke razlike?
- Koje elemente sadrži kartica B, a koje kartica A nema?
- Da li smo primetili razliku između optužujućeg i neoptužujućeg govora?

Potreban materijal:

Kartice sa porukama x broj učesničkih grupa





Primeri karata:	
Kartice A - Poruke sa optuživanjem	Kartice B - Poruke bez optuživanja
Profesore, vi uvek postavljate pitanja samo svojim favoritima!	Profesore, voleo bih da pitate i mene.
Veoma ste bezobrazni danas!	Ne volim kad je previše bučno.
Stalno me prekidate, jako ste bezobrazni!	Da li me možete čuti bez prekidanja?
Nikada me ne slušate kada pričam, uvek moram sve da ponavljam 100 puta!	Čini mi se da me ne slušate, ne bih voleo/la da sve ponavljam.
Sara nije u mogućnosti da upravlja svojim timom!	Čini mi se da je Sara imala problem na današnjem sastanku.
Nedostaju praznine u formularu koji si predao/predala. Zašto si to radio/la žureći?	Nedostaju praznine u formularu koji si predao/predala. Šta se desilo?



B- MEĐULJUDSKE VEŠTINE

MEDJULJUDSKE VEŠTINE 1	
Naziv aktivnosti:	PREZENTACIJA
Cilj aktivnosti:	Da se upoznaju učesnici sa pojmom komunikacije, veštinama komunikacije i savetima za poboljšanje komunikacije - verbalne i neverbalne.
Tip aktivnosti:	Prezentacija
Učesnici:	3-10
Vreme:	30 min
Instrukcije:	Voda tima, putem prezentacije u Powerpointu, prikazuje učesnicima pojmove vezane za temu komunikacije, podučava ih veštinama komunikacije i pruža savete za poboljšanje komunikacije u sledećim oblastima - govoru, glasu, slušanju i neverbalnom izražavanju. Nakon završetka prezentacije, deo diskusije počinje, i učesnici mogu postavljati dodatna pitanja.
Potreban materijal:	Učionica ili konferencijska sala; Powerpoint prezentacija; Laptop; Projektor.



MEDJULJUDSKE VEŠTINE 2	
Naziv aktivnosti:	PISANA I VERBALNA KOMUNIKACIJA
Cilj aktivnosti:	Poboljšati odnose sa menadžerom projekta i kolegama; Izgraditi veze sa članovima tima; Pomoći učesnicima projekta da brzo i jasno prenesu svoj stav; Unaprediti profesionalnu sliku; Podsticati aktivno slušanje i otvorenost uma; Pomoći u napredovanju u studijama i karijeri.
Tip aktivnosti:	Međuljudske veštine
Učesnici:	3-10
Vreme:	45min-1 sat
Instrukcije:	Deo 1 (Pisana komunikacija): Pisanje je jedan od tradicionalnijih aspekata komunikacije. Vođa tima daje uputstva učesnicima o tome na koji način njihova pisana komunikacija treba da odrazi ciljanu publiku. Na primer, kako personalizovati email u zavisnosti o tome kome ga upućujete. Članovi tima takođe uče kako da pišu formalne dokumente, kao i izveštaje o projektu.

MEDJULJUDSKE VEŠTINE 2	
Instrukcije:	Deo 2 (Usmena komunikacija): Vođa tima formira male grupe koje vežbaju usmenu komunikaciju međusobno, kako bi se informisali i delili informacije. Prvi korak je instruirati svakog člana tima da pripremi ono što će reći. Komunikacija može biti neformalna, poput ćaskanja s kolegama o predstojećem dostavljanju, ili formalnija, poput sastanka s vašim menadžerom kako biste razgovarali o vašem učinku.
Potreban materijal:	• Učionica ili konferencijska sala; • Laptop; • Projektor.





MEDJULJUDSKE VEŠTINE 3	
Naziv aktivnosti:	SLUŠANJE
Cilj aktivnosti:	Razvijanje dublje pažnje i empatije, što idealno vodi ka većem razumevanju.
Tip aktivnosti:	Međuljudske veštine
Učesnici:	3-10
Vreme:	20-30 min
Instrukcije:	Lider grupe organizuje sastanak na kojem učestvuju svi članovi tima. Jedan od glavnih ciljeva je naučiti članove tima o aktivnom slušanju. Ovo je ključna veština komunikacije koja podrazumeva apsorbovanje informacija koje vam neko deli, i odražava se kroz pitanja i neverbalnu komunikaciju kako biste im pokazali da ste ih čuli. Prvi korak je naučiti svaku osobu da se fokusira na nameru i svrhu razgovora. Drugi korak obuhvata uputstva kako davati ohrabrujuće verbalne signale poput odgovora poput "da, razumem" ili "mmhmm" ili "shvatam". Ovi se često koriste zajedno s gestovima i izrazima lica, poput smeškanja ili klimanja glavom.
Potreban materijal:	Učionica ili konferencijska sala; Lap Top; Projektor.



MEDJULJUDSKE VEŠTINE 4	
Naziv aktivnosti:	UMREŽAVANJE
Cilj aktivnosti:	Razvijajte međusobno korisne odnose sa ljudima koji rade u ili oko vaše odabrane oblasti; Istražujte interese sa istomišljenicima; Družite se s novim ljudima; Saznajte o novim poslovnim prilikama; Dobijajte preporuke za posao.
Tip aktivnosti:	Međuljudske veštine
Učesnici:	3-10
Vreme:	15-20 min
Instrukcije:	Lider tima organizuje događaj za umrežavanje na kojem svaki član tima mora prisustvovati. Svaki učesnik treba govoriti o svojoj oblasti interesovanja i istraživanja, kako bi informisao druge o tome i stekao nove prijatelje i moguće kolege. Zatim, lider tima informiše prisutne na sastanku o otvorenim mrežama gde ljudi sa sličnim interesovanjima mogu razgovarati o temama vezanim za industriju, postavljati pitanja i upoznavati ljude, poput mreža mladih profesionalaca ili veb stranica poput LinkedIn-a, kao i specijalizovanih grupa poput foruma vezanih za industriju, Slack zajednica ili okupljanja.
Potreban materijal:	Učionica ili konferencijska sala; Lap Top; Projektor.



MEDJULJUDSKE VEŠTINE 5	
Naziv aktivnosti:	LIDERSTVO
Cilj aktivnosti:	Oblikujte snagu i sposobnosti kao jedinstveno vodstvo; nadgledajte procese, preduzmite inicijativu i vodite tim ka cilju; razvijajte vredne liderske veštine: sposobnost delegiranja, inspiracije i efikasne komunikacije, kao i druge vodstvene osobine - iskrenost, samopouzdanje, posvećenost i kreativnost.
Tip aktivnosti:	Međuljudske veštine
Učesnici:	3-10
Vreme:	50-60 min
Instrukcije:	Deo 1. Vođa tima formira male grupe koje vežbaju svoju sposobnost preuzimanja inicijative, izgradnje poverenja i efikasne komunikacije s članovima tima. Vođa tima predstavlja i opisuje najvažnije karakteristike koje uspešan lider tima treba da poseduje: Empatiju; Strateško razmišljanje; Kreativnost; Pozitivnost; Fleksibilnost; Rešavanje konflikata; Upravljanje vremenom; Pouzdanost; Mentorstvo; Prepoznavanje potencijala; Odgovornost; Organizacija; Delegiranje; Povratne informacije. Daje primere kako dobar lider održava otvorenu liniju komunikacije s članovima tima, kao što su pojedinačni sastanci, e-pošta, video, čet, telefonski pozivi i društvene mreže.



MEDJULJUDSKE VEŠTINE 5	
Instrukcije:	Deo 2. Istražite potencijalne liderke snage kreiranjem njihove pice sa "prelivima veština". Vođa deli učesnike u grupe od do 6 članova. Učesnici crtaju picu sa šest parčadi. Zatim ih se pita da stave prelive na svoju picu, ali umesto pečuraka, kečapa, sira, šunke, to su veštine u kojima veruju da bi se istakli. Kada pice budu gotove, učesnici predstavljaju svoju picu, objašnjavajući zašto su izabrali svoje veštine i uključujući se u grupnu diskusiju. Prateća pitanja: 1. Koje su najvažnije osobine uspešnog lidera tima? 2. Koje osobine bi trebao imati da mu verujemo? 3. Koje osobine uspešni lider tima ne sme imati? 4. Kako bi trebao da se ponaša kada stvari ne idu prema planu? 5. Kako bi lider tima trebao da proslavi uspeh sa svojim timom?
Potreban materijal:	• Učionica ili konferencijska sala; • Lap Top; • Projektor; • Papir; • Materijali za likovno stvaralaštvo



MEDJULJUDSKE VEŠTINE 6	
Naziv aktivnosti:	SAMOUPRAVLJANJE
Cilj aktivnosti:	Razvijanje veština regulisanja emocija; upravljanje stresom; postavljanje efikasnih ciljeva; korišćenje samomotivacije, samodiscipline i organizacionih veština za njihovo postizanje.
Tip aktivnosti:	Međuljudske veštine, radionica
Učesnici:	1-10
Vreme:	25 min
Instrukcije:	Učesnik očekuje da napiše važan esej: pismo sebi. Pisanje često predstavlja veoma katarzičan proces za razumevanje vlastitih emocija i razmatranje perspektiva koje nam omogućavaju jasniji pogled na stvari. Sa stanovišta postavljanja ciljeva, detaljno zapisivanje naših ambicija može pomoći u utvrđivanju ideja i služiti kao vizuelni podsetnik. Članovi tima mogu se fokusirati na ključne korake koje žele da preduzmu njihovi budući sebe, i motivacije iza tih ciljeva. Prateća pitanja: Šta ću postići do datuma X? Šta ću uraditi sutra, sledeće nedelje, sledećeg meseca? Kako se sada osećam u vezi sa svojim radom/zadatkom/timom? I kako želim da se osećam moji budući ja? Ne zaboravite... Želim da promenim... zbog
Potreban materijal:	Učionica ili sala za konferencije; Olovka; Papir



MEDJULJUDSKE VEŠTINE 7	
Naziv aktivnosti:	EMPATIJA
Cilj aktivnosti:	Razumevanje emocija drugih ljudi; omogućavanje rešavanja konflikata; izgradnja produktivnijih timova; poboljšavanje odnosa s kolegama i klijentima.
Tip aktivnosti:	Međuljudske veštine
Učesnici:	4-10
Vreme:	50 min
Instrukcije:	Deo 1: Lider tima objašnjava zašto je empatija važna za uspešan tim, kako prepoznati kognitivnu empatiju, emocionalnu empatiju i saosećajnu empatiju; kako razviti empatiju u timu; razmatrajući perspektive drugih ljudi i preduzimajući akcije. Naglašava se da bismo trebali razviti okruženje u kojem se poštujemo bez osude i vodeći računa o tome kako se drugi mogu osećati. Deo 2: Tim se deli u dve grupe i izvlači kartu iz špila sa napisanim emocijama. Jedan tim bira nekog ko će imati glavnu ulogu i glumiti emociju dok ceo tim pokušava pogoditi da li su ljuti, tužni, srećni, itd. Ako tim pravilno pogodi emociju, osvaja deset poena. Grupe mogu rotirati na ovaj način kroz što više emocija koliko je moguće, ili bar dok svaki član tima ne dobije priliku da glumi.
Potreban materijal:	• Učionica ili sala za sastanke; Laptop; Projektor;



MEDJULJUDSKE VEŠTINE 8	
Naziv aktivnosti:	PREGOVARANJE
Cilj aktivnosti:	Razvijanje veština komunikacije kod učesnika koje im omogućavaju da rade ka dogovorenom rešenju i povećaju stepen emocionalne inteligencije kako bi "čitali emocije drugih strana".
Tip aktivnosti:	Igra
Učesnici:	4-10
Vreme:	10 -15min
Instrukcije:	Podelite učesnike u dva tima. Podelite prostoriju na pola pomoću komada užeta ili trake. Predložite svakom timu da identifikuje lidera. Dajte svakom timu 10 minuta da pregovara s liderom drugog tima, podstičući ga da im se pridruži. Ako jedan tim uspešno ubedi lidera drugog tima da im se pridruži, oni pobeđuju. Kada završite, zamolite studente da započnu diskusiju. Kako su se osećali dok su pregovarali s liderom drugog tima? Da li su postojali sukobi ili međusobni dogovori prilikom ubedjivanja lidera suprotnog tima? Da li je neko u paru insistirao na komunikaciji tačno onako kako su zamislili, itd.?
Potreban materijal:	• Učionica • Komad užeta ili trake



MEDJULJUDSKE VEŠTINE 9	
Naziv aktivnosti:	POUZDANOST
Cilj aktivnosti:	Zabavan način za učenje karaktera
Tip aktivnosti:	Igra
Učesnici:	6-10
Vreme:	10-15 min
Instrukcije:	Lider deli učesnike u parove. Aktivnost se zove "Vožnja na slepo". Ova aktivnost zahteva otvoren prostor za igru. Studenti treba da budu upareni. Jedna osoba u svakom paru je vezana povezom preko očiju. Ova osoba je "auto". Osoba koja može da vidi je "vozač". Prostor treba da ima neke prepreke (stolica, lopta, kanta za smeće, drvo, itd.). Vozači treba da stoje iza svog "auta" i drže vrhove ramena kako bi ih upravljali. "Automobili" treba da pruže ruke pravo ispred sebe kao branik. Cilj igre je kretanje po prostoru (definisanog ograničenja) i izbegavanje sudara s drugima ili bilo čim. Dozvolite im da voze 1-3 minuta, zavisno o veličini prostora. Zatim se uloge menjaju. Napomena: svakom učesniku treba obezbediti posebnu povez preko očiju iz higijenskih razloga. Da biste obradili aktivnost, postavite ova ili slična pitanja: Koju ulogu ste više voleli, biti auto ili vozač? Kako je bilo biti zavisn od nekog drugog? Kako je bilo kada su drugi bili zavisni od vas? Hoćete li se setiti ove igre sledeći put kada trebate biti pouzdani?



MEDJULJUDSKE VEŠTINE 10	
Naziv aktivnosti:	POUZDANOST
Cilj aktivnosti:	Zabavan način za učenje karaktera
Tip aktivnosti:	Igra
Učesnici:	6-10
Vreme:	10-15 min
Instrukcije:	Lider deli učesnike u parove. Aktivnost se zove "Vožnja na slepo". Ova aktivnost zahteva otvoren prostor za igru. Studenti treba da budu upareni. Jedna osoba u svakom paru je vezana povezom preko očiju. Ova osoba je "auto". Osoba koja može da vidi je "vozač". Prostor treba da ima neke prepreke (stolica, lopta, kanta za smeće, drvo, itd.). Vozači treba da stoje iza svog "auta" i drže vrhove ramena kako bi ih upravljali. "Automobili" treba da pruže ruke pravo ispred sebe kao branik. Cilj igre je kretanje po prostoru (definisano ograničenjem) i izbegavanje sudara s drugima ili bilo čim. Dozvolite im da voze 1-3 minuta, zavisno o veličini prostora. Zatim se uloge menjaju. Napomena: svakom učesniku treba obezbediti posebnu povez preko očiju iz higijenskih razloga. Da biste obradili aktivnost, postavite ova ili slična pitanja: Koju ulogu ste više voleli, biti auto ili vozač? Kako je bilo biti zavisn od nekog drugog? Kako je bilo kada su drugi bili zavisni od vas? Hoćete li se setiti ove igre sledeći put kada trebate biti pouzdani?
Potreban materijal:	Otvoreno područje; Sveže jaje za svakog učesnika; Kašika za svakog učesnika; Neki vid prepreka (stolica, lopta, kanta za smeće, drvo, itd.).



MEDJULJUDSKE VEŠTINE 11	
Naziv aktivnosti:	FLEKSIBILNOST
Cilj aktivnosti:	Učenje veštine izvršne funkcije koja opisuje prelazak između zadataka i zahteva u odgovoru na promene u okolini. Kada je pojedinac infleksibilan, može pokušavati isti odgovor iznova i iznova, iako to ne daje rezultate.
Tip aktivnosti:	Igra
Učesnici:	2-10
Vreme:	10-60 min
Instrukcije:	Kartanje i društvene igre - moguće je naučiti fleksibilno razmišljanje kroz karte i društvene igre. Šah: Učesnici su podeljeni u parove i takmiče se međusobno. Pravila šaha: Šah se igra na šahovskoj tabli, kvadratnoj ploči podeljenoj u mrežu od 64 kvadrata (osam puta osam) različite boje. Šesnaest figura svake vrste kontroliše svaki igrač na šahovnici. Različite vrste figura kreću se na različite načine. Igra počinje sa šesnaest "belih" figura i šesnaest "crnih" figura postavljenih na tabli. Tabla je postavljena tako da je beli kvadrat u svakom igračevom desnom uglu. Na početku igre, figure su raspoređene kako sledi:



MEDJULJUDSKE VEŠTINE 11

Instrukcije:

- Topovi se postavljaju na spoljne uglove, desnu i levu ivicu.
- Konji se postavljaju odmah unutar kula.
- Lauferi se postavljaju odmah unutar konja.
- Kraljica se postavlja na središnji kvadrat iste boje kao figura: bela kraljica na beli kvadrat, a crna kraljica na crni kvadrat.
- Kralj zauzima prazno mesto pored kraljice.
- Pešaci se postavljaju jedan kvadrat ispred svih ostalih figura.

"Belim" je osoba sa belim figurama, a "Crnim" se naziva osoba sa crnim figurama. Igrači naizmenično prave poteze nakon belog. Kralj se kreće samo za jedno polje u svakom smeru - vertikalno, horizontalno ili dijagonalno. Poseban potez sa kraljem poznat kao rošada dozvoljen je samo jednom po igraču, po igri. Top se kreće bilo kojim brojem slobodnih kvadrata horizontalno ili vertikalno. Takođe se pomeraju prilikom rošade. Laufer se kreće bilo kojim brojem slobodnih kvadrata dijagonalno. (Dakle, laufer se može kretati samo na svetlim ili tamnim kvadratima, ne na oba.)



MEDJULJUDSKE VEŠTINE 11	
Instrukcije:	◦ Kraljica se kreće bilo kojim brojem slobodnih kvadrata horizontalno, vertikalno ili dijagonalno. ◦ Konj se kreće dva kvadrata horizontalno, zatim jedan vertikalno, ili jedan horizontalno, zatim dva vertikalno - tj. u "L" obliku. Konj nije blokiran drugim figurama; skače na novo mesto. ◦ Najkompleksnija pravila kretanja odnose se na pešake: ◦ Ako je kvadrat dostupan, pešak napreduje direktno za jedan kvadrat. Ako pešak nije prethodno pomeren, može se kretati dva kvadrata unapred u ravnoj liniji, pod uslovom da su oba kvadrata slobodna. Pešaci ne mogu ići unazad. ◦ Za razliku od drugih figura, pešak se kreće drugačije kada zauzima. Pešak može zauzeti neprijateljsku figuru na bilo kojem od dva kvadrata dijagonalno ispred njega. Ne može se pomeriti na te kvadrate kada su prazni, osim pri hvatanju en passant. ◦ Cilj igre je postaviti protivnikovog kralja u šah-mat. Šah razvija sposobnost / fleksibilnost da se posmatra iz perspektive drugih.
Potreban materijal:	• Šahovska tabla za svaki par učesnika; • Sto za šah i dve stolice za učesnike; • Otvoreni prostor ili učionica.



MEDJULJUDSKE VEŠTINE 11	
Instrukcije:	Igrač mora premestiti figuricu iz svoje kuće na početno polje nakon što baci šest. U slučaju da nema mogućih legalnih poteza, kockica se prenosi na osobu koja sledi. Uvek kada postoje figure kod kuće, odgovarajuće početno polje mora se ukloniti što je pre moguće. Osim ako se nalaze na poljima kod kuće, figure mogu preskakati jedna preko druge. Ako se figura pomeri na polje koje zauzima figura druge boje, ova poslednja se uklanja sa staze i smešta se na odgovarajuće polje kod kuće. Ako više od jedne figure na stazi može legalno da se pomeri, igrač može slobodno odlučiti koju će pomeriti.
Potreban materijal:	• NE LJUTI SE ČOVEČE – društvena igra; • Sto sa 2 do 4 stolice za igrače; • Otvoreni prostor ili učionica.



MEDJULJUDSKE VEŠTINE 11	
Naziv aktivnosti:	POZITIVAN MENTALNI STAV
Cilj aktivnosti:	Razvijanje pozitivnog stava može poboljšati raspoloženje, odnose, posao, zadovoljstvo životom i uticati na fizičko zdravlje.
Tip aktivnosti:	Igra
Učesnici:	2-10
Vreme:	10-60 min
Instrukcije:	Naziv igre: "Ne ljuti se čoveče" Voda deli učesnike u grupe od dva do četiri. Dva do četiri igrača mogu učestvovati u igri "Ne ljuti se čoveče" koja se igra jednom kockicom. Cilj igre je pomeriti sve četiri figure u smeru kazaljke na satu sa početnog polja do ciljanih polja prema rezultatu kocke. Pobednik je prva osoba koja uspe da pomakne sve četiri figure do svakog ciljnog polja. Svaki igrač bira jednu od četiri boje - crvenu, zelenu, žutu ili plavu - i postavlja svoje četiri figure pored odgovarajuće kuće iste boje. Osoba sa najvišim rezultatom baca prvi put, nakon čega svaki igrač baca jednu kockicu. U smeru kazaljke na satu, svaki igrač ima svoj red. Bacanje 6 uvek rezultira dodatnim potezom. Kockica se predaje sledećem igraču ako nema mogućeg legalnog poteza. U skladu sa rezultatom kocke, figure se postavljaju na pruge u smeru kazaljke na satu. Zabranjeno je pomerati figure na polja kod kuće drugačije boje.

**C-TIMSKI RAD**

TIMSKI RAD 1	
Naziv aktivnosti:	KOMUNIKACIJA
Cilj aktivnosti:	Razviti veštine komunikacije unutar grupe i podučiti kako raditi kao tim.
Tip aktivnosti:	Igra timskog rada
Učesnici:	3-10
Vreme:	30 min
Instrukcije:	Obrnute pantomime: U uobičajenoj igri pantomime, jedna osoba iz grupe ustaje i izvodi reč ili frazu dok ostatak tima pokušava pogoditi. Međutim, u obrnutim pantomimama, scenario je okrenut. Ostatak tima mora zajedno delovati reč ili frazu dok jedna osoba pokušava pogoditi. Igru možete igrati pomoću verzije sa kutijom ili preuzeti mobilnu aplikaciju. U obrnutim pantomimama, neophodno je da članovi tima komuniciraju međusobno. S obzirom da jedna osoba pogađa, a svi ostali glume, svi su uključeni tokom cele igre, što je dobar izbor za stidljive ili one koji izbegavaju pažnju. Niko ne može samo posmatrati dok se nekoliko osoba suočava s izazovom. Dodatna pitanja: Da li ste radili kao tim kako biste odigrali frazu? Bilo je teško postići saglasnost među svima?
Potreban materijal:	Pametni telefon, aplikacija za obrnute pantomime ili društvena igra.



TIMSKI RAD 2	
Naziv aktivnosti:	BRZO RAZMIŠLJANJE
Cilj aktivnosti:	Smisliti alternativne upotrebe svakodnevnih predmeta, pogađanje upotrebe predmeta od strane članova tima; izražavanje kreativnosti i brzog razmišljanja kao i zabavan način za podsticanje kreativnosti članova tima.
Tip aktivnosti:	Igra timskog rada
Učesnici:	3-10
Vreme:	15-20 min
Instrukcije:	Igra mogućnosti: Svaki učesnik dobija predmet i mora prikazati alternativnu upotrebu za njega. Možete koristiti bilo šta, od košarkaške lopte ili plastične kese do hula-hupa ili heftalice. Dajte učesniku minut da nemi demonstrira alternativnu upotrebu predmeta; na primer, heftalica može biti korišćena kao viljuška ili truba. Dok izvode mim, ostali u grupi pokušavaju pogoditi šta mimičar prikazuje. Svaka osoba koja tačno pogodi alternativnu upotrebu osvaja poen. Kada prođe minut, sledeća osoba radi isto i tako dalje. Dodatna pitanja: Koja je bila najkreativnija upotreba koju je neko osmislio? Da li ste imali problema da smislite alternative? Da li je postajalo lakše vremenom?
Potreban materijal:	Različiti nasumični predmeti, po jedan za svakog učesnika.



TIMSKI RAD 3	
Naziv aktivnosti:	VERBALNI OPIS
Cilj aktivnosti:	Razvijati verbalne veštine opisivanja koristeći ih za rekreaciju objekta od građevinskih materijala. Pomoći u prevazilaženju prepreka u upravljanju; uspostaviti jasnu komunikaciju između članova tima.
Tip aktivnosti:	Igra timskog rada
Učesnici:	3-10
Vreme:	20 min
Instrukcije:	Sneak a Peek": U ovoj aktivnosti, lider tima deli grupu na više timova. Jedna osoba iz svakog tima bira se da pogleda skriveni objekat ili skulpturu. Imaju samo 10 sekundi da pogledaju skulpturu i moraju preneti informacije koje vide ostatku svog tima. Tim mora pokušati rekreirati skulpturu na osnovu opisa osobe koja je "špijunirala". Igrači moraju verovati članu tima da će precizno opisati objekat i slušati njihove instrukcije. Ova aktivnost može pomoći u prevazilaženju prepreka u upravljanju ako odaberete osobu nižeg nivoa da bude ta koja gleda skulpturu. Ako se osoba nalazi u drugačijem položaju od uobičajenog, to je gura da se prilagodi, vodi tim i komunicira jasno. Pitanja za razmatranje: Da li ste uspešno rekreirali objekat? Da li je bilo nešto u opisu što vas je zbunilo? Kada ste najviše imali koristi od timskog rada?
Potreban materijal:	Građevinski materijali (glina, čačkalica, plastelin, Lego kocke)



TIMSKI RAD 4	
Naziv aktivnosti:	MEĐULJUDSKI ODNOSI
Cilj aktivnosti:	Ova aktivnost zahteva da svi pamte i komuniciraju međusobno radi unapređenja međuljudskih odnosa.
Tip aktivnosti:	Aktivnost timskog rada na otvorenom
Učesnici:	3-10
Vreme:	45 min
Instrukcije:	Paukova mreža: Napravite lavirint linija i oblika tako što ćete razvući konac između vertikalno postavljenih šipki. Konačan rezultat treba da liči na paukovu mrežu s nekim većim, lakšim rupama i nekim manjim, težim prazninama. Timovi moraju preći paukovu mrežu kako bi stigli na drugu stranu, a pritom ne smeju dodirivati konac niti prolaziti kroz iste oblike kao neko pre njih. Izazov postaje teži kako više ljudi prelazi na drugu stranu i zahteva da svi pamte i komuniciraju međusobno. Pitanja za razmatranje: Da li ste počeli sa strategijom? Šta ste naučili kako ste više ljudi prolazili kroz mrežu? Da li se vaša strategija menjala kako ste išli dalje?
Potreban materijal:	Konac/žica, 2 vertikalne šipke (2 drveta, golovi za fudbal, itd.)



TIMSKI RAD 5	
Naziv aktivnosti:	KONCENTRACIJA
Cilj aktivnosti:	Fokusiranje na učenje i pamćenje ličnih i profesionalnih informacija o članovima tima.
Tip aktivnosti:	Igra timskog rada
Učesnici:	3-10
Vreme:	45min-1 sat
Instrukcije:	Vodja tima kreira kartice sa fotografijama i imenima članova tima ili sa informacijama o kompaniji (instituciji) poput proizvoda, logotipa i vrednosti. Postavite ove kartice okrenute na dole na sto, a zatim formirajte timove. Svaki tim mora pronaći parove na karticama, pri čemu mogu okretati samo po dve kartice odjednom. Vreme svake grupe, a pobednik je onaj koji najbrže pronađe sve parove. Igra "Kompanijska koncentracija" uči studente i zaposlene više o nauci dok igraju zabavnu igru.
Potreban materijal:	Indeks kartice



TIMSKI RAD 6	
Naziv aktivnosti:	MOTIVACIJA
Cilj aktivnosti:	Da pruži inspiraciju i motivaciju za izgradnju snažnijih i uspješnijih timova u kompaniji.
Tip aktivnosti:	Aktivnost timskog rada
Učesnici:	3-10
Vreme:	40 min
Instrukcije:	Sve nizvodno: Postavite hipotetički scenario u kojem nesreća zadesi grupu na nekom vodenom prostoru. U tradicionalnom timskom zadatku "Sve nizvodno", pretpostavka je da vam je čamac zapaljen i da morate napustiti brod. Imate samo nekoliko minuta da pokupite određene stvari. Neki primeri su: prva pomoć, konopac, konzervirana hrana, voda, kofa, nož, kompas i pokrivač. Prvo, pojedinci treba da napišu stavke koje bi pokupili od 1-10 prema važnosti. Zatim kao tim, moraju da odluče i slože se oko toga koji su to 10 prioriteta. Grupama se daje oko 30 minuta da završe celu aktivnost i postignu saglasnost. Takođe, trebalo bi da koriste tabelu za ocenjivanje kako bi ocenili svoje odluke. "Sve nizvodno" vam pomaže da shvatite da često možete donositi pametnije odluke kao tim sa kombinovanim znanjem nego sami.
Potreban materijal:	Timski uvod, list za ocenjivanje



TIMSKI RAD 7	
Naziv aktivnosti:	SAMOPOUZDANJE
Cilj aktivnosti:	Naučite da međusobno verujete u timu.
Tip aktivnosti:	Igra timskog rada
Učesnici:	2-10
Vreme:	10-15 min
Instrukcije:	Igra poverenja s povezom na očima: Razdelite grupu na manje timove od dva igrača. Jedan igrač je vođa, a drugi nosi povez na očima. Vođa mora voditi igrača s povezom do cilja, pazeći da izbegavaju sudaranje s objektima. Na primer, odaberite početnu i završnu lokaciju; igrači počinju u učionici i završavaju u drugoj učionici. Pitanja za razmatranje: Da li ste verovali svom partneru? Da li vas je dobro vodio? Da li su postojale situacije kada ste se osećali nesigurno? Šta je pobednik igre rekao, kako se osećao kada ga je partner vodio?
Potreban materijal:	Povez za oči



TIMSKI RAD 8	
Naziv aktivnosti:	MEMORIJA
Cilj aktivnosti:	Timovi zajedno uče i skiciraju svoja zajednička sećanja. Ova igra pamćenja pokazuje kako članovi tima uče na zabavan način.
Tip aktivnosti:	Igra timskog rada
Učesnici:	4-10
Vreme:	20 min
Instrukcije:	Igra pamćenja sa domaćim biljkama Napravite igru tako što ćete odštampati dva primerka kartica sa biljkama i iseći ih duž linija. Kartice učvrstite tako što ćete ih odštampati na kartonu, zalepiti na karton ili laminirati. Za igru, promešajte kartice i postavite ih u redove, licem na dole. Naizmenično okrećite po dve kartice. Ako se poklapaju, zadržite par i nastavite. Obratite pažnju na kartice koje su otkrivene svakim potezom i vidite da li možete zapamtiti gde se nalaze parovi. Kada se sve kartice upare, igrač sa najviše parova je pobednik.
Potreban materijal:	Karte sa slikama i imenima biljaka.



Primeri karata:





TIMSKI RAD 9	
Naziv aktivnosti:	KRITIČKO RAZMIŠLJANJE
Cilj aktivnosti:	Mentalni izazov koji može pomoći učesnicima da razvijaju svoje kognitivne veštine, stimulišu um i kreativne ideje, te donose bolje, informisane odluke.
Tip aktivnosti:	Aktivnost timskog rada
Učesnici:	3-10
Vreme:	10-15 min
Instrukcije:	Jedan od najboljih načina za razvoj veština kritičkog razmišljanja su puzzle igre. Takođe, dozvoljavaju isprobavanje i greške, tako da učesnici mogu izvući pouke iz svojih grešaka ili razviti nove sugestije za suočavanje s izazovnim problemima. Učesnici B i C pokušavaju rešiti misteriju koju je osoba A kreirala. Nakon završetka zagonetke, članovi tima se izmenjuju radeći na sledećoj. Osobe B i C rade na križaljka dok se ostala dvojica razmišljaju o načinu kako ih rešiti.
Potreban materijal:	Soba ili otvoreni prostor.



TIMSKI RAD 10	
Naziv aktivnosti:	SVEST
Cilj aktivnosti:	Skup sposobnosti koji pojedincima omogućava prepoznavanje timova kojima pripadaju i doprinos njihovim potrebama. Aktivno slušanje ostalih članova tima.
Tip aktivnosti:	Aktivnost timskog rada
Učesnici:	2-10
Vreme:	10-15 min
Instrukcije:	Govorite polako i koristite ponavljanje. Cilj je pomoći učesnicima da razviju "uho za zvuk". Podelite grupu na manje timove od dva člana. Jedan igrač izgovara reč na maternjem jeziku, a drugi je ponavlja tako da zvuči identično. Ponavljajte sa 10 do 15 reči. Nakon završetka zadatka, igrači treba da zamene uloge. Pevajte pesme i pravite rime. Podelite grupe na manje timove od dva člana. Jedan igrač izgovara reč, a drugi igrač treba da sastavi kratku pesmu sa rimom o datom pojmu. Nakon završetka zadatka, igrači treba da zamene uloge. Kada završite, zamolite učesnike da započnu diskusiju: Da li ova vežba promoviše bolje međuljudske odnose? Da li ova aktivnost poboljšava našu sposobnost kontrole emocija?
Potreban materijal:	Soba ili otvoreni prostor.



TIMSKI RAD 11	
Naziv aktivnosti:	KOLABORACIJA
Cilj aktivnosti:	Raditi zajedno na aktivnostima i pružati podršku jedni drugima kada je to potrebno
Tip aktivnosti:	Aktivnost timskog rada na otvorenom
Učesnici:	6-10
Vreme:	60 minuta prvog dana, 10 minuta sledećih 2-3 dana
Instrukcije:	Izrada herbarijuma: Učesnici trebaju biti podeljeni u dva tima, pri čemu svaki tim ima jednak broj članova. Svaki tim treba da sakupi cveće ili listove različitih biljaka kako bi napravili herbarijum. Svaki dan je potrebno zameniti papire između biljaka koje su upile vlagu, kako bi se biljke brže osušile. Nakon aktivnosti, članovi oba tima zajedno pregledaju oba herbarijuma. Kada se aktivnost završi, zamolite učesnike da započnu diskusiju: • Da li ste vi i ostali članovi tima postali bliži i efikasnije radili zbog ove saradnje? • Možete li smatrati ovu aktivnost novim iskustvom učenja? • Može li vam pomoći da razvijete produktivniji timski rad?
Potreban materijal:	Otvoreni prostor, listovi formata A4, novine, makaze, providna traka.



TIMSKI RAD 12	
Naziv aktivnosti:	KREATIVNOST
Cilj aktivnosti:	Unapređenje odnosa između članova tima i povećanje kreativnosti.
Tip aktivnosti:	Aktivnost timskog rada
Učesnici:	6-10
Vreme:	10-15 min
Instrukcije:	Ova aktivnost je zabavna i zahteva samo jedan list papira. Podelite učesnike u dva ili tri tima. Učesnici treba da naprave avion od papira od listova formata A4. Svi učesnici bi trebalo da stoje na iscrtanoj liniji ili liniji obeleženoj kanapom ili trakom. Avion koji preleti najveću udaljenost pobeđuje. Nastavite ovaj proces dok jedan tim ne pobedi tri puta. Kada završite, zamolite učesnike da započnu diskusiju: • Da li mislite da je najbolje dizajniran avion leteo najdalje? • Da li biste glasali za najbolje dizajniran avion? • Da li ste se zabavljali u timskom radu dok ste pravili najbolje dizajnirane avione sa članovima svog tima?
Potreban materijal:	Soba, list formata A4 za svakog učesnika.



D-PRILAGODLJIVOST

Sposobnost prilagođavanja promenama je jedna od najcenjenijih veština. Kompanije traže profesionalce koji mogu naučiti nove zadatke i prilagoditi se sa spremnošću novim radnim okruženjima. U današnjem promenljivom i nestabilnom svetu rada, važno je da profesionalci imaju potrebne alate za brzo reagovanje na nove zahteve okoline. Karakteristike prilagodljivosti uključuju fleksibilnost, sposobnost prilagođavanja, otvorenost ka promenama i prilagodljivost tehnologiji.

PRILAGODLJIVOST 1	
Naziv aktivnosti:	PREZENTACIJA BRZE RASPRODAJE
Cilj aktivnosti:	Praćenje i ocenjivanje, tokom simulacije kritične radne situacije, transversalnih vještina KREATIVNOSTI, MEĐULJUDSKIH ODNOSA I PRILAGODLJIVOSTI koje su se pokazale kod učesnika.
Tip aktivnosti:	Kreativno razmišljanje i pripovijedanje priča
Učesnici:	4-12
Vreme:	60-90 min.
Instrukcije:	Grupa učesnika će biti podeljena u dve ili tri podgrupe, koje će dobiti zadatak da kreiraju prezentaciju proizvoda napravljenih od lokalnih biljaka aromatičnog i lekovitog bilja za veoma važnog klijenta iz Japana, gospodina Kamamota, koji je neočekivano došao u posetu. "Vaša grupa treba da stvori prezentaciju na papiru, napiše argumente koji će ubediti kupca da je vredno kupiti proizvod za japansko tržište i da odluči koji će član ekipe obavljati koje uloge. Prezentacija treba biti spremna u narednom satu, jer kupac mora poći na aerodrom, a vi ćete imati samo 30 minuta za pripremu i 15 minuta za prezentaciju."



PRILAGODLJIVOST 1	
Instrukcije:	Nakon 10 minuta tokom vremena pripreme, uvodi se uslov koji će prisiliti promenu sadržaja kreacije: "Ah! Zaboravili smo napomenuti da je obavezno prikazati moguće pakovanje i etiketiranje. Razmislite o tome!!" Takođe će se igrati s faktorom vremenskog pritiska, smanjujući raspoloživo vreme kako aktivnost bude odmicala: "Let gospodina Kamamota je pomeren unapred, tako da moramo početi 5 minuta ranije i smanjiti prezentaciju na 10 minuta". Facilitator će preuzeti ne-direktivnu ulogu, ograničavajući se na davanje instrukcija i uvođenje elemenata promene. Možete podržati grupe pružanjem ideja ukoliko primetite da su zaglavljene u postizanju napretka pripreme prezentacije.
Potreban materijal:	Papirne listove, olovke
Diskusija i zaključak:	Željeni odgovori od strane članova grupe su: Prirodno integriše promene (pakovanje i obeležavanje, pritisak vremena) bez nervoze ili uznemirenosti. Traži strategije za brzo i efikasno integrisanje promena. Može primeniti konstruktivne, efikasne i pozitivne odgovore, pokazujući fleksibilnost i prilagođavanje specifičnim potrebama konteksta.



PRILAGODLJIVOST 2	
Naziv aktivnosti:	SORTIRANJE KARTICA
Cilj aktivnosti:	Unesi adaptibilnost i organizaciju u igru
Tip aktivnosti:	Igra
Učesnici:	20 maksimalno
Vreme:	45 min
Instrukcije:	"Predložena dinamika podrazumeva postavljanje zadatka obema grupama koji se rešava kroz kooperativan timski rad. Tokom razvoja aktivnosti, unosiće se male promene oko zadatka i/ili sastava timova koji uključuju veštine poput prilagodljivosti, pregovaranja, itd. Zadatak u ovom slučaju podrazumeva klasifikaciju, prema različitim kriterijumima koje ćemo definisati, velikog broja karata (100, vidi prilog), od kojih će svaka imati napisanu reč i koje će biti pomešane i nasumično okačene u jednakom broju na svakom od panela. Učesnici su podeljeni u dve grupe jednakog broja članova. Po jedan učesnik iz svake grupe će uzeti instrukcije i povući se da ih prenese ostalim članovima: 'Kao radna grupa, trebate se organizovati da biste što brže završili sledeći zadatak: Kako možete videti, oba panela su puna karata na kojima je napisana reč. Vaš zadatak će biti da odaberete sa vašeg panela one karte na kojima vidite napisano ime biljke i proizvoda (u drugoj grupi aspekata proizvodnje i trgovine). Kako ih prepoznate, treba da ih postavite na panel prema sledećim kriterijumima:



PRILAGODLJIVOST 2

Instrukcije:

- Biljke se moraju klasifikovati između biljaka i začina.
- Proizvodi prema industriji korisnika (farmacija, kozmetika, hrana).
- Aspekti proizvodnje između uzgoja i obrade.
- Aspekti trgovine između poštovanja pravila i marketinga.) Trebaće vam kartice koje pripadaju vašim setovima, ali se nalaze na suprotnom panelu. Da biste se s tim nosili, moraćete pregovarati sa suprotnim timom. Imate potpunu slobodu da organizujete rad kako smatrate da je najbolje, ali uz poštovanje sledećih pravila: samo jedan član grupe može rukovati karticama na panelu". Negde oko sredine aktivnosti (15-20 min), uvešće se varijacija: od tog trenutka, oba tima će morati nastaviti s izvršavanjem zadatka BEZ GOVORA, tj. koristeći samo gestove kako bi postigli cilj. Oko 30. minuta (u zavisnosti od tempa postizanja cilja), uvodi se još jedna varijacija: cilj se menja i sada se sastoji od POSTAVLJANJA SVIH KARTICA PO ABECEDI, na sledeći način:
- Grupa 1 mora postaviti, po abecednom redu, sve kartice čije je prvo slovo između slova A i L.
- Grupa 2 će morati postaviti, po abecednom redu, sve kartice čije je prvo slovo između slova M i Z. U ovom slučaju, ponovno se može koristiti usmena komunikacija.



PRILAGODLJIVOST 2	
Instrukcije:	Za nekoliko minuta, ponovo ćemo uvesti varijantu NE MOGU GOVORITI, dok jedan od dva tima ne završi zadatak ili dok voditelj ne odluči da završi aktivnost. Smernice za voditelja: • Imajte na umu i prenesite da je, iznad postizanja zadatka, najvažnije dobro se organizovati, raditi u timu i pokazati veštine komunikacije i pregovaranja. • Preporučljivo je kontrolisati ritam timova prilikom izvršavanja zadatka, uvodeći promene u različito vreme u zavisnosti od brzine rešavanja. • Mogu se uvesti i druge varijante: zamena članova tima, složeniji kriterijumi klasifikacije, davanje istog cilja oba tima, itd.
Potreban materijal:	Ploča od plute, kartonske kartice, čiode (ili bela tabla, samolepljivi papirići, markeri)
Diskusija i zaključak:	Provera kompetencija studenata: • U trenutku promene uslova, prihvata promenu bez prigovora i ne prekida tok aktivnosti. • Tokom organizacije, pažljivo sluša predloge ostalih članova grupe i poštuje donete odluke bez otpora. • Prirodno se prilagođava različitim ulogama koje mora da obavlja tokom aktivnosti, bude proaktivan i saradnički orijentisan sa timom. • Preuzima inicijativu u organizaciji tima i prilagođavanju svih članova promenama koje se dešavaju.



PRILAGODLJIVOST 3	
Naziv aktivnosti:	FIGURE
Cilj aktivnosti:	Razvijanje organizacionih veština, međuljudskih odnosa i prilagodljivosti
Tip aktivnosti:	Igra
Učesnici:	10 (ili 20 u parovima)
Vreme:	45 min.
Instrukcije:	Učesnicima će biti objašnjeno da se nalaze u veoma prestižnoj radionici za dizajn, gde imaju zadatak da razviju logo i brend proizvoda baziranog na lekovitim biljkama, koristeći materijal (geometrijske figure u dve dimenzije) i instrukcije koje će im biti dostavljene. Kreacije će biti predstavljene klijentu kada on dođe u radionicu. Instrukcije će biti postavljene na zidu u prostoriji, a učesnici će morati da ih pročitaju kako bi izvršili dodeljeni zadatak. Instrukcije su sledeće: CILJ: KREIRANJE FIGURE 1. Pregledajte materijal koji vam je dat. 2. Za početak kreiranja figure, morate imati ovih 7 delova. 3. Rešite sa svojim kolegama probleme koji vam otežavaju početak zadatka. Odlučite da li više volite raditi sami ili u grupi. 4. Napravite figuru koja sadrži minimum 6 delova. Možete razmenjivati delove sa svojim kolegama. 5. Kreirana figura mora biti objekat koji se može prepoznati.

PRILAGODLJIVOST 3	
Instrukcije:	6. Ako ste završili izradu svoje figure, možete otići da pomognete kolegi. 7. Kada voditelj aktivnosti završi, predstavimo figuru klijentu koji će doći i biti zainteresovan za nju. 8. Tokom razvoja figure, voditelj aktivnosti može predložiti promene koje morate pratiti. 9. Ako imate bilo kakve nedoumice, obratite se voditelju aktivnosti i pitajte. 10. Imate 10 minuta za obavljanje aktivnosti. Nakon pola vremena, biće uvedena promena lozinke koja će vas naterati da promenite kreaciju: "figura koju morate napraviti mora biti reprodukcija biljke i morate pronaći ime za brend proizvoda."
Potreban materijal:	Nekoliko koverti sa 7 komada geometrijskih oblika (Tangram), Sto za svakog učesnika kako bi mogli manipulirati komadima i napraviti figuru.
Diskusija i zaključak:	Posmatra se ponašanje učesnika: • Trudi se da postigne cilj u određenom vremenskom roku. • Vodi računa da je razumeo zadatke koje mora obaviti informišući se i pregledavajući uputstva/postupak. • Saradnički, asertivan je i pomaže svojim kolegama. • Prihvata promene s pozitivnim stavom, bez znakova prigovora. • Ne pokazuje otpor prema promenama u instrukcijama, rešavajući zadatke s jednakom efikasnošću.



PRILAGODLJIVOST 4	
Naziv aktivnosti:	Bojkotovana narudžbina
Cilj aktivnosti:	Posmatrajte i ocenjujte prilagodljivost i odgovornost, koje se smatraju ključnim faktorima u razvoju radnog mesta proizvođača biljaka lekovitog i aromatičnog bilja koji razvija finalne proizvode.
Tip aktivnosti:	Pisani test
Učesnici:	do 20
Vreme:	1 sat
Instrukcije:	Učesnicima će biti prosleđen list na kojem će biti opisana sledeća situacija: "Na vašem imanju gajite i destilišete lavandin (Lavandula x intermedia var. Grosso), veoma aromatičnu sortu koja se koristi za pravljenje parfema. Veoma važna kompanija za parfeme koju želite privući kao klijenta, naručila je od vas da napravite vrećicu sa cvećem obogaćenom esencijalnim uljem. To je izazov za vas, jer morate odvojiti deo proizvodnje kako biste pažljivo brali i sušili cveće (obično berete u većim količinama). Već ste počeli pripremu proizvoda, a klijent menja neke uslove: rečeno mu je da potrošači više cene cvet lavande (Lavandula angustifolia) zbog njenih sedativnih lekovitih svojstava i plavije boje. Suočeni sa ovom situacijom, objasnite kako biste delovali kako biste uredili aktivnost i ispunili obaveze, a da pritom ne izgubite puno novca, pošto ne proizvodite lavandu." Učesnici treba da pruže, pisanim putem, rešenja za kritičnu situaciju koja može nastati tokom razvoja njihovog rada.



PRILAGODLJIVOST 4	
Instrukcije:	Preostaje 30 minuta za razmišljanje i pisanje mogućih rešenja na papirićima (post-it). Nakon završetka, svako će redom predstaviti rešenja i zalepiti ih na tablu ili zid, grupišući ih zajedno sa sličnim rešenjima (moderator može pomoći). Na kraju će se videti koje opcije su najpopularnije, a biće razmotrene prednosti i mane svih rešenja.
Potreban materijal:	Olovke, papirići (post-it), tapet/ploča za pisanje, papir sa uputstvima
Diskusija i zaključak:	Aktivnost bi trebalo da izazove: Jasnu prezentaciju ideja, Kreativnost u odgovoru, Indukciju na razmišljanje, Obnavljanje zadatka bez potrebe da se suspenduje ili zameni drugim

PRILAGODLJIVOST 5	
Naziv aktivnosti:	SALATA
Cilj aktivnosti:	Posmatrajte i ocenjujte kod učesnika sledeće kompetencije: Međuljudski odnosi i komunikacija među kolegama, Spremnost za učenje i kontinuirano unapređenje, Prilagodljivost i kontrola emocija, Organizacija i planiranje rada. Takođe, testiraće se znanje o različitim modelima poljoprivrednih poslovnih modela.
Tip aktivnosti:	Grupna dinamika
Učesnici:	maksimalno 20 (po parovima)
Vreme:	1,5 sat
Instrukcije:	Mnogi sastojci mogu se koristiti za pravljenje salate, i u zavisnosti od njihove dostupnosti, mogu se dobiti veoma različiti recepti. U slučaju proizvodnje lekovitog i aromatičnog bilja, veliki broj vrsta, sirovina, sektora korisnika, kao i uslovi proizvodnje i marketinga do kojih imamo pristup, primoraće nas da odlučimo koji će poljoprivredni model biti najprikladniji. Učesnici će biti podeljeni u parove i dobiće karticu sa instrukcijama za zadatak koji treba da obave. Imaju maksimalno 30 minuta da odluče koji poljoprivredni model će biti najprikladniji za uspostavljene uslove, pri čemu će imati računar kako bi mogli da konsultuju kurs materijal i traže informacije na internetu. Međutim, poljoprivredni model će imati neke obavezne elemente, a zadatak će biti otežan dobrovoljnom eliminacijom jedne od karakteristika utvrđenih u početnim instrukcijama, što će dovesti u pitanje prilagodljivost učesnika na neočekivano, kao i njihovu kreativnost.

PRILAGODLJIVOST 5

Instrukcije:

Na kraju će učesnicima biti postavljeno pitanje da predviđaju koje investicije treba da obave ili koje kapacitete treba da promene kako bi povećali proizvodnju i nosili se s većom prodajom proizvoda prilikom pokretanja izvoza, uz navođenje vrste informacija koje bi trebalo da pretraže.

Nakon toga, svaki par će izvršiti prezentaciju svog poljoprivrednog modela i strategije za povećanje razmera.

Uputstva za učesnike: „Nasledili ste poljoprivredno imanje s kućom i vidite mogućnost pokretanja posla s lekovitim i aromatičnim biljkama. Farma ima 50 hektara, od kojih se trenutno obrađuje samo 3. Ostatak farme ima parcele koje su nekada bile obrađivane, ali sada su prekrivene šibljem, većinom aromatičnim biljkama (oko 17 hektara) ili šumom na najpristupačnijim područjima (30 hektara). Parcele koje su najbliže kući imaju sistem za navodnjavanje, koji bi mogao obuhvatiti još oko 2 hektara. Takođe postoji bunar blizu parcela koje su nekada bile obrađivane, ali nema sistema za navodnjavanje. Prirodno prisutne vrste kao što su majčina dušica, ruzmarin, origano, čubar i lavanda. Klima područja je polu-sušna (oko 600 mm godišnje, s sezonskim padavinama, i kontinentalna klima, s prosečnom godišnjom temperaturom od 20°C, varirajući između -10°C zimi i 35°C leti). Kuća ima veliku šupu i poljoprivrednu mehanizaciju iz prethodnog useva (mali traktor, alati za setvu i oranje, ali nema sejalice i kosačice, jer se ova usluga obično iznajmljivala). Postoje i neki torovi i neki srušeni pomoćni objekti za alat. Pored toga, zajedno s imanjem, nasleđe vam je obezbedilo 15.000 evra u banci.“



PRILAGODLJIVOST 5

Instrukcije:

Na kraju, učesnici će biti zamoljeni da naprave prognozu o tome koje investicije treba da obave ili koje kapacitete treba promeniti kako bi povećali proizvodnju i nosili se sa većom prodajom proizvoda kada počnu sa izvozom, navodeći kakve informacije bi im bilo potrebno potražiti.

Nakon toga, svaki par će održati prezentaciju svog poljoprivrednog modela i strategije za proširenje poslovanja.

Uputstva za učesnike: "Vi ste nasledili poljoprivredno imanje sa kućom i vidite mogućnost pokretanja posla sa lekovitim i aromatičnim biljkama. Poljoprivredno imanje ima 50 hektara, od kojih se trenutno obrađuje samo 3 hektara. Ostatak imanja ima parcele koje su nekada bile obrađivane, ali sada su većinom obrasle žbunjem, većinom aromatičnim biljkama (oko 17 hektara) ili su šume u najnedostupnijim područjima (30 hektara). Parcele bliže kući imaju sistem za navodnjavanje, što bi moglo obuhvatiti još oko 2 hektara. Takođe postoji bunar blizu starih obradivih parcela, ali nema sistema za navodnjavanje. Prirodno se pojavljuju vrste poput majčine dušice, ruzmarina, origana, čubra i lavande. Klima u području je polusuv tip (oko 600 mm godišnje, sa sezonskim kišama i kontinentalnom klimom, sa prosečnom godišnjom temperaturom od 20°C, varirajući između -10°C zimi i 35°C ljeti). Kuća ima veliki magacin i poljoprivrednu mehanizaciju iz prethodnog useva (mali traktor, alati za setvu i oranje, ali nema setvospremača i kosačice jer se ova usluga obično iznajmljivala). Takođe postoje neki torovi i nekoliko srušenih šupa za alat. Pored imanja, nasleđe vam je dalo 15.000 evra na računu."

PRILAGODLJIVOST 5	
Potreban materijal:	Olovke, papirići (post-it), tapet/ploča za pisanje, papir sa uputstvima
Diskusija i zaključak:	Aktivnost bi trebalo da izazove: Jasnu prezentaciju ideja, Kreativnost u odgovoru, Indukciju na razmišljanje, Obnavljanje zadatka bez potrebe da se suspenduje ili zameni drugim





PRILAGODLJIVOST 6	
Naziv aktivnosti:	DIZAJN AMBALAŽE
Cilj aktivnosti:	Radite na mekoj veštini prilagodljivosti i kreativnosti kako biste posmatrali kako se predlažu rešenja pred izazovima i stav prema pritisku vremena.
Tip aktivnosti:	Grupna dinamika
Učesnici:	12 - 21
Vreme:	1 sat
Instrukcije:	Učesnici će biti podeljeni u tri tima, od kojih će svaki predstavljati radni tim marketinške kompanije koja će dobiti zadatak od kompanije parfema da razvije pakovanje za novi parfem. Instrukcije koje su dobili su sledeće: "Kompanija BIOPARFUM, specijalizovana za organsku i održivu parfimeriju (veliki značaj pridaje proizvodnji koja je prijateljska prema životnoj sredini, etičkom i lokalnom nabavkom, i upotrebi malih količina vode), treba da razvije privlačno pakovanje bazirano na recikliranim materijalima koje će moći da se koristi za druge namene, a neće biti bačeno u smeće. Klijent vas, pre nego što odobri budžet, traži dizajn za pakovanje. Morate ga nacrtati, uključujući sve elemente u što većem detalju. Dogovorili ste se da će klijent doći da preuzme predlog za 30 minuta". Kada zadatak počne, biće uvedene modifikacije na koje će učesnici morati da odgovore. Konkretno, biće potrebne promene u zadatku, promene u grupama i dodavanje vremenskog pritiska, sledeći sledeće instrukcije:



PRILAGODLJIVOST 6	
Instrukcije:	• Nakon 10 minuta: "Tehnički direktor kompanije je pozvao da upozori da se ne radi o tečnom parfemu, već o parfemu u čvrstom obliku poput kreme za usne". • Na 15 minuta: "Menadžer kompanije je obavestio da ne želi samo dizajn primarnog pakovanja (onog koji dolazi u kontaktu sa parfemom), već i sekundarnog pakovanja (onog koje štiti prethodno), i da bi bilo dobro imati model da se bolje razume". • Na 20 minuta, biće dodat vremenski pritisak: "ostalo je samo 10 minuta do kraja, 5, itd." Kada istekne vreme, predstavnik svakog tima će predstaviti predlog pakovanja, prikazujući pakovanje i njegove funkcije. Vođa radionice mora biti pažljiv prilikom uvođenja modifikacija, prilagođavajući ih tempu učesnika. Ovo je kreativan zadatak i, stoga, uloga vođe će biti samo indikativna i/ili za pojašnjenje nedoumica.
Potreban materijal:	Listovi i karton, olovke i markeri, razni materijali za reciklažu (kutije od cipela, karton, rolne od toalet papira, plastične i staklene boce, limenke različitih veličina, žica, kabli, plastični čepovi, itd.).
Diskusija i zaključak:	Učesnici: • Brinu se o postizanju cilja u predviđenom vremenu (kontrola vremena, radni tempo), • Daju doprinose za preuzimanje novih pravaca, • Ne izražavaju pritužbe ili sumnje kada se uvede pritisak vremena, • Predlažu alternativu u trenucima blokade ili sumnje, • Obavljaju različite zadatke i/ili preuzimaju različite uloge tokom aktivnosti.

E-KREATIVNOST

Kreativnost je ljudska osobina, ali nije nešto što je urođeno, već se može razvijati kroz jednostavne vežbe. Kreativnost se definiše kao sposobnost izbegavanja očiglednog, sigurnog i predvidljivog radi stvaranja nečeg novog. Kreativnost u suženom smislu odnosi se na sposobnosti koje su karakteristične za kreativne individue.

Karakteristike kreativnosti: fluentnost, osetljivost, fleksibilnost, originalnost.

KREATIVNOST 1	
Naziv aktivnosti:	SLOGAN
Cilj aktivnosti:	Ovde se radi o promovisanju fluidnosti kako bi se generisao veliki broj ideja, veza između izraza, ali i razvijanju osetljivosti kako bi se otkrile razlike.
Tip aktivnosti:	Grupna dinamika
Učesnici:	9-20
Vreme:	30 min.
Instrukcije:	Nekoliko reči je prikazano, a studenti prave smislene rečenice ili pasuse. Oni moraju da izgrade duhovit materijal koji može poslužiti kao slogan kompanije. Savet za vođe radionica: Možete koristiti "Tag cloud" sajtove poput Tagcrowd (https://tagcrowd.com/) gde unesete odlomak iz knjige ili teksta, a on automatski generiše "tag cloud". Svaki učesnik će individualno napisati slogan tokom 10 minuta. Zatim će učesnici biti grupisani u 3-4 grupe, i svaka grupa će izabrati najbolju rečenicu.
Potreban materijal:	Listovi papira, olovke, bela tabla ili papir za zamatanje, markeri
Diskusija i zaključak:	Nakon 10 minuta, svaka grupa će napisati izabranu rečenicu na tabli, a zatim će zajedno odlučiti koje su rečenice najkreativnije.



KREATIVNOST 2	
Naziv aktivnosti:	PROCES PROIZVODNJE
Cilj aktivnosti:	Dizajnirajte dobro strukturiran proces proizvodnje i upravljanja nabavkom i lancem snabdevanja, predstavljajući ga crtežom. Ova aktivnost će pomoći u razvijanju fleksibilnosti (sposobnost transformacije, promene ili reinterpretacije, bilo spontano ili prilagođavanje strategije kako bi se postigao cilj) i osetljivosti (sposobnost otkrivanja razlika ili grešaka i kreiranje protokola akcija za njihovo rešavanje).
Tip aktivnosti:	Grupna dinamika
Učesnici:	10-20
Vreme:	30-45 min
Instrukcije:	Učesnici će morati grafički predstaviti proizvodni proces poljoprivrednog preduzeća koje se bavi uzgojem i trgovinom proizvoda baziranih na lekovitim i aromatičnim biljkama. Ne bi trebalo da bude dijagram, već prezentacija sa crtežima. Ovo je kolaborativni rad u kojem, na osnovu onoga što je prvi učesnik nacrtao, ostali će nastaviti crtež onim što im prvo padne na pamet, i tako redom. Preporučuje se formiranje grupa od 5 do 8 ljudi. Jedna od grupa može biti van prostorije, obavljajući drugu aktivnost (ili drugi ljudi bez znanja o temi).
Potreban materijal:	Papir ili bela tabla, markeri ili obojene olovke
Diskusija i zaključak:	Na kraju aktivnosti, učesnici koji su spolja trebaju ući i objasniti šta vide i koju imaju interpretaciju. Na taj način, učesnici će moći proveriti da li prezentacija koju su napravili može biti interpretirana od strane svih prisutnih.



KREATIVNOST 3	
Naziv aktivnosti:	NEOBIČNE PRIMENE
Cilj aktivnosti:	Radi se o promovisanju originalnosti (sposobnosti davanja neobičnih, novih ili izvanrednih odgovora).
Tip aktivnosti:	Kreativno razmišljanje
Učesnici:	10-15
Vreme:	45 min.
Instrukcije:	Različite slike predmeta se prikazuju i lepe na tablu ili zid. Svaki student ima list sa odštampanim slikama i prostorom za pisanje (videti primer u DODATKU). Studentima se traži da u prvoj koloni, tokom 5 minuta, napišu upotrebe koje se mogu dati svakom objektu, a koje nisu uobičajene, i da ih zabeleže na samolepljivim papirićima (post-it). Kada istekne vreme, izgovaraju naglas upotrebe za svaki objekat i lepe samolepljive papiriće ispod svakog objekta na tabli (voditelj može usmeriti grupisanje sličnih upotreba). Zatim je potrebno fokusirati se na objekat koji ima najmanji broj novih upotreba i brainstormingom u drugoj koloni zapisati sve reči na koje možete da pomislite. Nije važno da li su pojmovi koji vam padaju na pamet direktno ili indirektno povezani. Nakon 5 minuta, završite sa rečima i frazama koje su iskočile, zapišite ih na samolepljive papiriće i zalepite ih na drugo mesto na tabli. Došlo je vreme da se grupišu pojmovi, analiziraju i odaberu neka nova upotreba. Ovu dinamiku mogu zajedno raditi: studenti daju instrukcije vodi kako grupisati pojmove i predlažu upotrebe, a vođa ih zalepi na prethodnu listu.



KREATIVNOST 3	
Potreban materijal:	10 kartica sa slikama proizvoda od lekovitog i aromatičnog bilja (možete ih potražiti na Vikikomonsu; videti primer u PRILOGU), samolepljivi papirići, tabla, lepljiva traka, papir sa listom odštampanih slika (jedna po učesniku).
Diskusija i zaključak:	Na kraju, možete videti kako saradnja i organizacija olakšavaju tumačenje ideja.

Creative





KREATIVNOST 4	
Naziv aktivnosti:	ŠEŠIRI RAZMIŠLJANJA
Cilj aktivnosti:	Ova tehnika psihologa Edwarda de Bona stavlja rad ljudskog uma na scenu, stvarajući metaforu sa 6 šešira koji služe da posmatraju stvarnost iz različitih prizmi. Na taj način, svakom tipu vizije pridodaje se drugačija boja, a ideje se vrednuju iz svih perspektiva. U poslovnom svetu, ova tehnika se primenjuje kako bi se generisale kreativne ideje.
Tip aktivnosti:	Grupna dinamika
Učesnici:	6 - 24
Vreme:	1 sat
Instrukcije:	Učesnici će biti podeljeni u grupe od 6 i zamoljeni da smisle ideju za štand na najvažnijem međunarodnom sajmu esencijalnih ulja gde će promovisati udruženje proizvođača aromatičnih biljaka, koja su deo, kako bi privukli potencijalne kupce. Za razvijanje ideje, pratiće proces šest šešira gde će svaki imati svoju ulogu. Biće im nasumično podeljene 6 kartica različitih boja koje odgovaraju svakom šeširu. Tehnika podrazumeva prolazak koncepta kroz različite šešire (maksimum 10 minuta za svaki korak): 1. Beli šešir, morate početi s početnom idejom. 2. Žuti šešir, analiziraćete koristi koje ta ideja nosi. 3. Crni šešir, treba da otkrijete nedostatke početne ideje. 4. Zeleni šešir, predložićete alternative za koncept koji razvijate.

KREATIVNOST 4	
Instrukcije:	1. Crveni šešir, morate odrediti osećanja koja izaziva ideja. 2. Plavi šešir, morate kontrolisati i sažeti korake koje treba preduzeti kako biste postigli uspeh zadatka. Svaki učesnik treba da zabeleži ideje na papiru kako bi ih proverili, ako je potrebno, tokom procesa.
Potreban materijal:	kartice različitih boja sa rednim brojem i instrukcijama napisanim na drugoj strani, prazan papir, olovke.
Diskusija i zaključak:	Na kraju, beli i plavi šešir svake grupe će objasniti početnu i završnu ideju ostalim učesnicima, kako bi se videlo kako ljudski um funkcioniše u generisanju kreativnih ideja.





KREATIVNOST 5	
Naziv aktivnosti:	VEDI VINCI (UOČI I POBEDI)
Cilj aktivnosti:	Jedan od genijalaca koji je obeležio istoriju čovečanstva je Leonardo da Vinči. On je takođe ostavio primenjivo nasleđe za stvaranje dobrih poslovnih ideja. Da Vinči je preporučivao korišćenje koncentracije kako bi se izbeglo i apstrahovalo od posla na 10 minuta. Od tog trenutka ključ je crtati sve što vam padne na pamet dok razmišljate o svojoj kompaniji, projektu ili sektoru rada.
Tip aktivnosti:	Kreativno razmišljanje
Učesnici:	individualni rad
Vreme:	30 min.
Instrukcije:	Prvo će biti prikazan video trajanja 10–15 minuta (na primer, vezan za korišćenje novih tehnologija u poljoprivredi). Nakon toga, studenti će morati da nacrtaju sve što im padne na pamet, ne razmišljajući ni o čemu, puštajući svoju maštu da ih vodi u trenutku opuštanja. Aktivnost se mora obaviti u tišini i može biti praćena nekom mirnom muzikom (možete odabrati onu koja traje 10 minuta). Nakon ovih 10 minuta, svako će morati da uzme vremena i analizira razlog za svaki crtež.
Potreban materijal:	prazan papir, marker
Diskusija i zaključak:	Pokušaj pronalaženja veza između crteža je interesantan način da se izrazi ono što niste uspeali da izrazite rečima. Ova metodologija se visoko preporučuje za one koji teško iznose ideje. Dakle, ako ste preduzetnik sklon manjku reči, ova metodologija će biti korisna za razvijanje vašeg budućeg pokretanja.



KREATIVNOST 6	
Naziv aktivnosti:	KUTIJA SA ALATOM
Cilj aktivnosti:	Moramo biti sposobni da pridamo značenje onome što želimo da postignemo. Moramo donositi odluke. Moramo imati otvoren um kako bismo tražili alternative kako bi odluka koju donesemo bila najefikasnija.
Tip aktivnosti:	Igra
Učesnici:	individualni rad
Vreme:	30 min
Instrukcije:	Napišite ideju koja je povezana sa poslom oko aromatičnih i lekovitih biljaka, razložite je na osnovne elemente i analizirajte karakteristike svakog elementa. Za kraj, trebate napraviti kombinacije: nasumično izaberite 4 broja. Povežite svaki osnovni element strelicama prema redosledu izabranih brojeva, i to će biti karakteristike vašeg poslovanja. Razvijajte ideje prema ovim pretpostavkama.
Potreban materijal:	List sa tabelom za osnovne elemente, veliki list sa primerom (vidi PRILOG), olovke
Diskusija i zaključak:	Što više fokusirate informacije, to ste kreativniji. Morate izaći iz zone komfora i izazvati kreativnost.



PRIMER	IDEJA: Napravite vizuelnu kopiju uputstava za proizvodnju			
	boje	slike	oblici	prostorna lokacija
1	jedna	kućne fotografije	geometrijske figure	Desno / Levo
2	dve	internet fotografije	oblaci	Gore / Dole
3	mnoge	šematski crteži	strele	Unutra / Spolja
4	nijedna	slike	linije	Veliko / Malo
5	markeri	simboli	dijagrami	Napred / Nazad
6	boja	logoi		Daleko / Blizu



F-RADNA ETIKA

Etika rada je stav odlučnosti i posvećenosti prema svom poslu. Oni sa snažnom etikom rada cene visoko svoj profesionalni uspeh. Pokazuju moralne principe koji ih čine izuzetnim zaposlenicima na bilo kojoj poziciji. Ako imate snažnu etiku rada, verujete u važnost svog posla i obično smatrate da je naporno raditi ključno za održavanje jakog karaktera.

Karakteristike etike rada obuhvataju: pouzdanost, posvećenost, disciplinu, produktivnost, saradnju, integritet, odgovornost, profesionalizam.

WORK ETHIC 1	
Naziv aktivnosti:	NIZANJE REČI ZAJEDNO
Cilj aktivnosti:	Reflektujte u grupama o konceptima etičkog rada.
Tip aktivnosti:	Igra
Učesnici:	5-20
Vreme:	20-30 min.
Instrukcije:	Razdelićemo učesnike u male grupe od 5-10 ljudi. Svaka mala grupa će imati komad ukrasnog papira, a svaki učesnik marker. Svaki učesnik mora stati oko svog ukrasnog papira, gde će biti napisana velika reč. Kada pročita veliku reč, svaki učesnik će morati da razmišlja o novom konceptu (može biti nova reč, fraza, ideja... koja mu padne na pamet). Ova dinamika ima za cilj da bude brainstorming; stoga je važno da kada počne, tempo bude brz. Kada svaki učesnik napiše reč, staje na mesto svog partnera sa desne strane, tako da mu naspram sebe stoji reč koju je njegov partner prvobitno napisao. Zatim mora napisati reč koja mu padne na pamet kada pročita veliku početnu reč plus reč svog partnera.



RADNA ETIKA 1	
Instrukcije:	Na ovaj način ćemo nastaviti rotirati dok se ne vratimo na prvu reč koju smo napisali. Zatim je potrebno da glasno pročitamo sve reči koje je svaka grupa napisala i vidimo da li mogu biti povezane, da li su suprotnosti i kako doprinose početnom konceptu. Male grupe mogu raditi na istoj reči ili različitim rečima. Reči koje predlažemo za rad su: • pouzdanost, • posvećenost, • disciplina, • produktivnost, • saradnja, • integritet, • odgovornost, • profesionalizam, • održivost, • osiguranje kvaliteta, • zahtevi, • dobre prakse, • traserljivost, • poverenje, • društvena odgovornost, • bezbednost hrane, • konkurencija, • ekološka prihvatljivost, • propisi, • administrativni rad. Možemo ponovo predložiti aktivnost nakon što smo radili na temi sa istom grupom i uporediti dve verzije.
Potreban materijal:	Pak-papir, debeli flomasteri
Diskusija i zaključak:	Kada se završi aktivnost, možemo je zatvoriti postavljajući sledeće pitanje kao način refleksije: Da li negativno vrednujem nejednakost, a pozitivno različitost? Ili imam tendenciju da mešam ove pojmove?



WORK ETHIC 2	
Naziv aktivnosti:	JA ODLUČUJEM ZA TEBE, TI ODLUČUJEŠ ZA MENE
Cilj aktivnosti:	Razumeti kako odlučujemo o pravima i obavezama zasnovanim na tome da li su za nas ili za nekog drugog. Razmisliti o aspektima koje treba uzeti u obzir prilikom procene prava i obaveza.
Tip aktivnosti:	Grupna dinamika
Učesnici:	9-21
Vreme:	1 sat
Instrukcije:	Grupa je podeljena na 3 zainteresovane strane: A. Poljoprivrednici, B. Industrija i C. Potrošači (videti karakteristike svake grupe u priloženim listovima), a objašnjenja razvoja aktivnosti data su svakoj podgrupi zasebno. Prvi deo aktivnosti će raditi svaka podgrupa u različitoj prostoriji. Moderator objašnjava svakoj grupi šta je opisano na svakom listu. Razvoj: Grupa ima 15 minuta da pripremi pravila suživota sektora biljnih lekovitih sirovina (npr. proizvodnja biljnih čajeva) koja su morali da zakonodavaju. Zapišuće na kartici pet prava i pet obaveza sektora koji zakonodavaju. Kada završe, tri grupe se sastaju u istoj učionici i objašnjavaju članovima drugih grupa koja su njihova pravila suživota. Takođe će objasniti glavne karakteristike grupa sektora ("A" će objasniti one za "B", a zatim će objasniti karakteristike "A"; B će objasniti C, pa C će objasniti B; A će objasniti C, a zatim C će objasniti A).

RADNA ETIKA 2	
Instrukcije:	Kada su prezentacije završene, objašnjava se da pravila suživota koja su napravili za drugu grupu treba primeniti na sopstvenu grupu. List 1. Karakteristike poljoprivrednika. To su porodična gazdinstva, u vlasništvu i pod vođstvom jedne porodice ili manje grupe pojedinaca. Često su mali do srednje veličine i oslanjaju se na tradicionalne metode poljoprivrede. List 2. Karakteristike industrije. To su preduzeća srednje veličine koja prerađuju prirodne proizvode bazirane na lekovitom i aromatičnom bilju. Pravila za nabavku su "imati najbolji kvalitet po najnižoj ceni i postizati maksimalnu prodaju ekonomskih proizvoda na tržištu uz dobru marketinšku strategiju". List 3. Karakteristike potrošača. Što se tiče prirodnih proizvoda, cilj im je imati kvalitetne i pouzdane proizvode, sigurne i efikasne, a sve više se brinu o promeni klime i očuvanju biodiverziteta.
Potreban materijal:	Karton, markeri
Diskusija i zaključak:	Kada se završi aktivnost, nastavnik pita da li bi bilo koji prava ili obaveze promenili ako bi znali da se primenjuju na njih same. Takođe pita da li je potrebno napraviti različita prava, obaveze i norme suživota za A, B i C, imajući u vidu da su veoma različite sociološke stvarnosti. Možete podstaknuti diskusiju ovim pitanjima: Koji elementi se uzimaju u obzir kada odlučujemo o pravima i obavezama za "druge"? Da li mislite da oni koji trenutno odlučuju o pravima i obavezama uzimaju u obzir različite sociološke realnosti? Kako možemo garantovati da će ova pravila suživota biti poštovana i ispunjavana istovremeno, ako ne uzimamo u obzir razlike među društvenim klasama? Da li se moj pogled menja ako moram primeniti prava i obaveze koje zagovaram za sebe, za svoju grupu ili za drugu grupu?



RADNA ETIKA 3	
Naziv aktivnosti:	Zajedničko crtanje
Cilj aktivnosti:	Istražite nove načine komunikacije osim usmene. Stvarajte kompliciranosti među članovima grupe.
Tip aktivnosti:	Igra
Učesnici:	2-20
Vreme:	30 min.
Instrukcije:	Radi se o formiranju parova u grupi, kojima ćemo dati po jedan list papira i flomaster. U svakom paru će biti jedna osoba koja će voditi crtanje dok će druga biti vođena; na kraju crtanja, zamenićemo uloge. Pozvani su da unapred odluče koju sliku žele nacrtati, povezanu s lekovitim i aromatičnim biljkama. Moramo stajati jedno nasuprot drugome s papirom između nas. Uzimamo flomaster zajedno: onaj ko vodi će preuzeti inicijativu, dok će onaj ko se vodi crtati s pogledom usmerenim na oči svog partnera i bez gledanja u papir u bilo kom trenutku. Ova aktivnost može se raditi uz opuštajuću muziku u pozadini.
Potreban materijal:	Papir i markeri
Diskusija i zaključak:	Nakon završetka ovog dela aktivnosti, kada su svi bili vođeni i vodili, komentarišaćemo kako su se osećali u svakom trenutku. • Da li smo zamišljali ono što smo crtali? • Da li smo osećali želju da verbalno podelimo svoja osećanja? • Šta nam se više dopalo, vođenje ili biti vođen? • Da li je gest vredniji od hiljadu reči? • Da li mi je teško da stvorim iskrene komplikovane situacije? • Da li se osećam komforno kada sam veoma blizu neke druge osobe?



RADNA ETIKA 4	
Naziv aktivnosti:	GLAVNI PROIZVOD
Cilj aktivnosti:	Oceni posledice nepopustljivih individualnih stavova na funkcionisanje grupe. Pronađi strategije pregovaranja za razvoj zajedničkog cilja. Simulaciona igra koja reprodukuje sukob u realizaciji zajedničkog projekta. Učesnici moraju rešiti sukob kroz dijalog, pregovaranje i druge alate, a zatim razmisliti o tome. Aktivnost omogućava procenu posledica nepopustljivih individualnih stavova i razmišljanje o tome kako postići zajednički cilj putem saradnje.
Tip aktivnosti:	Grupna dinamika
Učesnici:	12-24
Vreme:	1 sat
Instrukcije:	Preliminarna faza: (10 minuta) Pre početka aktivnosti, nastavnik objašnjava učenicima da su dobili zadatak u kojem moraju pripremiti rad za najvažniji proizvod prirodnog parka zasnovan na lekovitim i aromatičnim biljkama. U parku rastu nekoliko vrsta biljaka (lavanda, majčina dušica i gospina trava). Razvoj mora biti kolektivan među različitim delovima lanca vrednosti, ali svi imaju neke zahteve ili ograničenja. Zatim se nasumično raspoređuju uloge koje će učesnici imati tokom igre. Nastavnik obezbeđuje materijale (ako je primenjivo) i objašnjenja za svaku ulogu. Uloge koje će biti raspoređene su:



RADNA ETIKA 4

Instrukcije:

- Vi ste sakupljač divljih biljaka u parku i samo sakupljate majčinu dušicu i gospinu travu.
- Vi ste organski farmer smešten u parku koji gaji origano i neven.
- Vi ste farmer van parka koji gaji vrstu lavande koja je mirisnija od divlje.
- Vi ste kreativac u grupi i želite razviti svoju ideju.
- Vi ste vlasnik sušare, ali zauzeta je tokom celog leta za vaše lične potrebe.
- Vi ste vlasnik destilacione jedinice i ne želite je iznajmiti.
- Vi ste ekolog i ne želite da divlje sakupljanje dovede do prekomernog iskorišćavanja i da se poveća broj useva u parku koji uzgajaju druge vrste koje nisu prisutne u divljini.
- Vi ste formulator kozmetike i imate svoje ideje o vrsti proizvoda.
- Vi ste dobavljač ambalaže i radite samo sa papirom.
- Pokazujete otvoren dijaloški pristup.
- Sve vam se čini fantastično.
- Često postanete nervozni.
- Teško vam je da prihvatite predloge drugih koji nisu stručnjaci.
- Uvek ste "u dobrom raspoloženju".
- Često ste u lošem raspoloženju ili "ne zanima vas" sve.
- Volite da komandujete.
- Želite brzo završiti i postići dogovor među svima. Važne napomene: Da biste sproveli ovu aktivnost, bolje je podeliti razred u 2 ili 3 podgrupe od 6-8 učenika. Faza igre: (35 minuta) Grupa ulazi u prostor igre i počinje da diskutuje o tome šta žele da naprave i kako će to sprovesti.

RADNA ETIKA 4	
Instrukcije:	Izvođenje rasprave (10 minuta): Zajedno odlučuju da žele razviti proizvod, bez razmene prethodno dobijenih uputstava. Nalažemo im da moraju početi razvoj proizvoda crtanjem, navođenjem sastojaka, određivanjem upotrebe, odlučivanjem o brendiranju i objašnjavanjem zašto ovaj proizvod predstavlja park. Realizacija proizvoda (25 minuta): Proizvod se razvija među svim učenicima koji počinju da deluju prema ulogama koje su prethodno dobili. U početku, nastavnik ih usmerava da odluče kako će se organizovati. Neki važni saveti: Nastavnik treba da se udalji od pojedinačnih odluka i ponašanja. Moguće je da mladi ljudi neće postići kompromis oko svojih početnih stavova, moguće je da ostanu inertni i da ne obave "zajednički rad". Tada, u zavisnosti od vremena, ili se podstiče da pregovaraju, ili se to shvata kao prilika da se zaustave i započne završna refleksija.
Potreban materijal:	Kartice s ulogama, makaze, obojani karton, listovi papira, lepak u stiku, flomasteri u boji.
Diskusija i zaključak:	Temeljem sukoba koji je nastao i njegovog rešavanja ili nedostatka istog, provodimo malu raspravu koja nas dovodi do razgovora koji ćemo kasnije imati o tome šta je saradnički rad i koje karakteristike grupa trebaju imati kako bi ga mogle provesti. Neke početne debate mogu biti: Da li je bilo teško raditi? S kojim sukobom smo se suočili? Jesu li sukobi rešeni ispravno? Kako bi se sukob mogao rešiti? Na koji način sukobi ne bi trebali biti rešeni? Kako su individualni i nepopustljivi stavovi uticali na grupu? Jesu li znali pregovarati?



RADNA ETIKA 5	
Naziv aktivnosti:	ORGANIZACIJA GRUPA
Cilj aktivnosti:	Upoznavanje sebe unutar grupe. Posmatranje funkcionisanja grupe. Prioritetizacija zadataka i stvaranje sistema za održavanje organizovanosti.
Tip aktivnosti:	Dinamika grupe
Učesnici:	10-20
Vreme:	1 sat
Instrukcije:	Predlaže se grupi da, u maksimalnom vremenu od 3 minuta, slobodno se organizuju u podgrupe od 5 osoba. Prva grupa: Objasni se učesnicima da imaju 15 minuta vremena da budu sa grupom. Tokom tog vremena, trebaju da organizuju tim za novi agrobiznis sa lekovitim i aromatičnim biljkama (od proizvodnje do prodaje), pod uslovom da to učine u maloj grupi i ne napuštaju prostor. Prva promena grupa: Nakon 15 minuta se obaveštava da dve osobe iz svake grupe treba da promene grupe i odmah postanu deo neke druge grupe. Važno je da se ne daju dodatne uputstva. Kada se formiraju nove grupe, imaju 15 minuta da ponovo organizuju radni tim u maloj grupi. Druga promena grupa: Nakon nekog vremena im se ponovo saopštava ista stvar. Dve osobe iz svake grupe moraju da napuste grupu i pređu u drugu. Imaju 15 minuta da budu u maloj grupi.
Potreban materijal:	--

RADNA ETIKA 5

Diskusija i zaključak:

Razmena doživljaja započinje na osnovu sledećih pitanja:

- Formiranje grupa: Kako su prvobitno formirane grupe: prema ličnim afinitetima, nasumično, prema fizičkoj blizini...? Zašto je to urađeno na taj način? Koje su prednosti i nedostaci različitih metoda formiranja grupa? Da li se svako osećao prijatno? Da li je neko osećao da je isključen?
- Vođstvo: Koja je bila uloga svakog od vas unutar grupa: da li ste preuzimali aktivnu ili pasivnu ulogu...? Da li je to bilo isto za dečake i devojčice? Kada je bilo potrebno promeniti grupe, koja je bila vaša uloga (dobrovoljno sam se prijavio, čekao sam da drugi odluče umesto mene...)? Da li ste zadržali istu ulogu u svim grupama kojima ste pripadali? Da li je to bilo funkcionalno? Da li ste smatrali da je uloga koju je svako preuzeo bila ispravna? Da li je došlo do promene vođstva grupe kada su se menjali članovi?
- Osećaj pripadnosti grupi: Da li su se stvarale savezništva i osećaji pripadnosti unutar grupe? Kako je rešena promena grupa? Koja su bila merila koja su se koristila da se odluči ko mora da napusti grupu? Da li su promene bile prihvaćene ili su izazivale otpor? Kako su se osećali oni koji su napustili grupu? Kako su novajlije bile dočekane? Da li je bilo nekoga ko je ostao u istoj grupi tokom cele aktivnosti? A neko ko se uvek menjao?



RADNA ETIKA 6	
Naziv aktivnosti:	Od linije do kruga
Cilj aktivnosti:	Posmatrajte složenost ljudi, izvan stereotipa. Raspravljajte i postavljajte pitanja o stereotipima "ženstvenosti" i "muškosti".
Tip aktivnosti:	Grupna dinamika
Učesnici:	20 maksimalno
Vreme:	1 sat
Instrukcije:	Definišite likove: Majstor umetnica je zalepljena sa desne strane u odnosu na papir za umotavanje, a Biznismen sa leve strane. Učesnici i učesnice traže prideve koji definišu Majstoricu umetnicu i prideve koji definišu Biznismena. Zatim traže njihove omiljene aktivnosti i na kraju neke buduće projekte ova dva lika (venčaće se, imati decu...). Sve se zapisuje u obliku liste ispod. Identifikacija na liniji: Crtate liniju između Majstoriće i Biznismena, a od učesnika i učesnica se traži da napišu svoje ime na tački na liniji, u zavisnosti od toga kojem od dva lika se osećaju bližim. Kreiranje kruga: Na drugom komadu papira za umotavanje, crtate veliki krug. Unutar njega, informacije iz prethodnih lista se upisuju, raspoređene na različitim tačkama i na neuredan način. Identifikacija u krugu: Učesnici i učesnice pišu svoje ime spoljašnjem delu kruga, a markerom crtaju linije koje povezuju njihovo ime sa svim onim elementima kruga koji ih identifikuju. Napomena: Umesto likova Majstoriće umetnice i Biznismena, mogli bi se koristiti i drugi likovi poput Viteza i Princeze, Fudbalskog igrača i Modela, itd.

RADNA ETIKA 6	
Potreban materijal:	Crtež umetnice zanata i poslovnog čoveka, papir za pakovanje, flomasteri.
Diskusija i zaključak	Rezultat identifikacije se posmatra u liniji i krugu. Pita se u kom od ova dva vežbanja se osobe osećaju bolje objašnjenima. Zašto? Zašto se umetnici smatraju "ženskim" a biznismeni "muškarcima"? I šta smo mi, "ženska žena / ženski muškarac / muška žena / muški muškarac"? Da li se "ženstvenost" vrednuje na isti način kao i "muškost"? Da li nam ovi stereotipi pomažu ili komplikuju naše živote?





G-PREDUZETNIŠTVO

PREDUZETNIŠTVO 1	
Naziv aktivnosti:	LJUDSKI BINGO
Cilj aktivnosti:	Ova aktivnost ima za cilj da pokaže značaj komunikacije u rešavanju problema, jačanju tima i razvijanju efikasne komunikacije unutar tima.
Tip aktivnosti:	Komunikacija i Tim Building
Učesnici:	10-20
Vreme:	15 - 30 min.
Instrukcije:	Dodelite unapred pripremljene tablice Ljudski Bingo svakom učesniku. Instruirajte učesnike da razgovaraju jedni s drugima, pokušavajući pronaći osobu sa karakteristikama navedenim u pitanjima, i zapisujući ime te osobe preko odgovarajućeg polja. Upozorenja: Ime iste osobe ne može biti zapisano tri puta na tablici. Cilj je da svaki učesnik razgovara sa što više drugih, sazna neke lične karakteristike. Prvi koji završi tablicu više "Bingo" i osvaja igru.
Potreban materijal:	Bingo šablon Olovka



Postavite ova pitanja svima u prostoriji i napišite imena pojedinaca koji su obavili ili trenutno obavljaju navedene aktivnosti ili situacije u njihovim životima ispod svakog okvira. Osoba koja najbrže popuni sve okvire pobeđuje u igri.

PRIMER	IDEJA: Napravite vizuelnu kopiju uputstava za proizvodnju			
	Neko ko peva dobro	Neko ko ima više od 6 slova u imenu	Neko ko može da igra stoni tenis	Osoba koja je iz Španije
1	Osoba iz Turske	Osoba koja može govoriti više od jednog stranog jezika (osim engleskog)	Osoba koja zna svirati muzički instrument	Osoba koja voli da pijucka čaj od nane.
2	Osoba koja je učestvovala u preduzetničkom programu.	Osoba koja je gledala film "Socijalna mreža"	Učestvovao/la u dobrovoljnom aktivizmu	Osoba koja voli igrati video igre.
3	Osoba iz Poljske	Osoba koja zna da pleše	Osoba koja je bila u Južnoj Americi	Osoba koja dobro slika
4	Osoba koja voli miris lavande	Osoba koja igra šah	Osoba koja je već bila u Turskoj	Osoba iz Srbije



PREDUZETNIŠTVO 2	
Naziv aktivnosti:	PRATI ME (KREIRANJE PRIČE)
Cilj aktivnosti:	Kreativno razmišljanje
Tip aktivnosti:	Zajedničko pripovedanje
Učesnici:	5-20
Vreme:	10 - 15 min.
Instrukcije:	Okupite učesnike u krug i započnite priču kreirajući jednu rečenicu. Svaki učesnik, redom, nastavlja priču sa svojom rečenicom. Na primer, priča se može započeti jednom rečenicom kako bi se saznale misli i očekivanja učesnika u vezi sa tom izjavom. Alternativno, u zavisnosti od teme obuke ili sesije, može se koristiti izjava empatije ili primer slučaja vezan za temu.
Potreban materijal:	-



PREDUZETNIŠTVO 3	
Naziv aktivnosti:	MEŠALICA DVE ISTINE I LAŽI
Cilj aktivnosti:	Cilj ove aktivnosti je podsticanje osećaja povezanosti pozivajući učesnike da podele svoja lična i profesionalna iskustva.
Tip aktivnosti:	Ledolomac
Učesnici:	5-20
Vreme:	20 - 25 min.
Instrukcije:	Svaki učesnik generiše dve istinite izjave i jednu lažnu izjavu vezanu za ono što su naučili tokom preduzetničke obuke. U krugu, učesnici redom dele svoje tri izjave. Nakon svakog deljenja, grupa pogađa koja izjava je lažna. Nakon otkrivanja, ohrabrite kratka objašnjenja kako bi se pružili uvidi u pozadinu svakog učesnika.
Potreban materijal:	-





PREDUZETNIŠTVO 4	
Naziv aktivnosti:	BIZNIS RAZGOVOR IGRA BACANJA LOPTE
Cilj aktivnosti:	Cilj ove aktivnosti je promovisanje angažmana i interakcije prilikom diskusije o B2B i B2C preduzetničkim primerima.
Tip aktivnosti:	Prezentacija i Dobacivanje
Učesnici:	10-20
Vreme:	15-20 min.
Instrukcije:	Rasporedite učesnike u krug, osiguravajući da svako jasno vidi svakog drugog. Počnite sa mekom loptom, koja će se nazivati "BizTalk lopta". Osoba koja drži BizTalk loptu počinje deljenjem primera B2B (poslovanje s poslovnim korisnicima) preduzetničkog poduhvata ili koncepta. Trebalo bi da pruži kratak opis ili objašnjenje. Nakon deljenja primera, učesnik baca loptu drugom učesniku u krugu, pozivajući ih da podele drugi B2B primer ili odgovore na prethodni. Nastavite proces, omogućavajući svakom učesniku da podeli primer i baci loptu sledećoj osobi. Ponovite ciklus za B2C (poslovanje sa potrošačima) primere, obezbeđujući da svaki učesnik doprinese diskusiji. Ohrabrite učesnike da postavljaju pitanja ili pruže uvide nakon što svaki primer bude podeljen. Igra se nastavlja dok svi ne dobiju priliku da podele i učestvuju u diskusiji.
Potreban materijal:	-Lopta -Tajmer ili štoperica

H-POSLOVNI MODEL

POSLOVNI MODEL 1	
Naziv aktivnosti:	AROMA MIKSER
Cilj aktivnosti:	Cilj ove aktivnosti je da se predstavi koncept modifikacije aromatičnih biljaka za poslovne prilike.
Tip aktivnosti:	Aktivnost preduzetništva u oblasti mirisa
Učesnici:	5-20
Vreme:	30-35 min.
Instrukcije:	Stavite različite aromatične biljke ili esencijalna ulja u kontejnere. Zavezati učesnicima oči i dozvoliti im da pomirišu svaki uzorak jedan po jedan. Podstičite učesnike da diskutuju i da razmišljaju o potencijalnim poslovnim idejama povezanim sa ovim mirisima. Naglasite kreativnost i podstaknite učesnike da razmišljaju izvan tradicionalne upotrebe aromatičnih biljaka. Svaki učesnik treba da podeli svoju poslovnu ideju sa grupom, ističući jedinstvene aspekte inspirisane mirisima.
Potreban materijal:	Različite aromatične biljke ili esencijalna ulja Povez za oči



POSLOVNI MODEL 2	
Naziv aktivnosti:	AKTIVNOST SA ČETIRI KVADRANTA
Cilj aktivnosti:	Cilj ove igre za upoznavanje je da posluži kao efikasna aktivnost za izgradnju tima.
Tip aktivnosti:	Interaktivni Tim Building
Učesnici:	5-20
Vreme:	30 - 40 min.
Instrukcije:	Dajte svakom učesniku list flipchart papira i marker. Instruirajte učesnike da podele svoje listove flipchart papira na četiri kvadranta. Zatim ih zamolite da nacrtaju svoje odgovore na četiri pitanja. Dajte im oko 5-10 minuta za individualni rad. Nakon toga, ponovo se okupite i dozvolite svakoj osobi 5-10 minuta (u zavisnosti od vremenskog okvira) da podeli svoje grafike i odgovore sa grupom. Primeri pitanja mogu biti: Kako mogu doprineti uspehu ovog tima? Kakvu podršku ili pomoć zahtevam od tima? Koje su vaše interesovanja ili hobiji koji bi mogli doprineti našim naporima? Šta očekujete od ovog tima? Korisnici mogu da nacrtaju svoje kvadrante na papiru i okače ih na zidove.
Potreban materijal:	Flipchart papir i marker Plavi lepak



POSLOVNI MODEL 3	
Naziv aktivnosti:	ŠETNJA GALERIJOM
Cilj aktivnosti:	Cilj ove aktivnosti je da podstakne aktivnu diskusiju i posmatranje različitih poslovnih modela.
Tip aktivnosti:	Istraživanje Business Model Canvas-a
Učesnici:	5-20
Vreme:	20-40 min.
Instrukcije:	Učesnici se dele u grupe, i svaka grupa dobija određeni poslovni model kako bi popunila Business Model Canvas. Postavljaju obojene samolepljive beleške u odgovarajuće sekcije Business Model Canvas šablona (ključni partneri, ključne aktivnosti, ključni resursi, vrednosna ponuda, odnos sa kupcima, kanali, segmenti kupaca, struktura troškova, izvori prihoda). Nakon toga, popunjeni platna se postavljaju po sobi. Učesnici prolaze kroz "galeriju" pažljivo posmatrajući i praveći beleške o različitim poslovnim modelima koji su predstavljeni. Aktivnost se završava grupnom diskusijom.
Potreban materijal:	Štampani šabloni Business Model Canvas-a Veliki papir ili flipchart za prikazivanje popunjenih platna Samolepljive beleške



POSLOVNI MODEL 4	
Naziv aktivnosti:	PREZENTOVATI I ULOVITI
Cilj aktivnosti:	Cilj ove aktivnosti je unapređenje veština komunikacije i podsticanje učesnika da ukratko prenesu svoje preduzetničke ideje.
Tip aktivnosti:	Vežba prezentacije ideje
Učesnici:	5-20
Vreme:	15-20 min.
Instrukcije:	Učesnici trebaju tajmer ili štopericu kako bi merili vreme svog izlaganja. Učesnici se uparuju i dobijaju vreme da razviju svoju poslovnu prezentaciju. Prva osoba ima određeno vreme (npr. 1 minut) da prezentuje svoju poslovnu ideju svom partneru. Partner aktivno sluša i sumira ključne tačke koje su prikupili tokom prezentacije. Partneri zatim menjaju uloge i proces se ponavlja. Nakon svake prezentacije, učesnici menjaju partnere. Kada su oba učesnika prezentovala svoje ideje, predstavljaju ih široj grupi, ističući ključne tačke. Na kraju, pitajte učesnike šta su naučili tokom aktivnosti.
Potreban materijal:	Tajmer ili štoperica





I-DIZAJN RAZMIŠLJANJE

DIZAJN RAZMIŠLJANJE 1	
Naziv aktivnosti:	PROBLEM SA SADNJOM
Cilj aktivnosti:	Cilj ove aktivnosti je da se uvede aspekt rešavanja problema u dizajn razmišljanju i da se podstakne empatija prema potrebama korisnika.
Tip aktivnosti:	Aktivnost koja se realizuje kroz praktičan rad
Učesnici:	10-20
Vreme:	30-40 min.
Instrukcije:	Dajte svakom učesniku malu biljku i karticu. Instruirajte učesnike da personifikuju biljku, posmatrajući je kao korisnika sa jedinstvenim "problemima" i potrebama. Mogu pretraživati informacije na internetu. Ostavite vremena za individualno razmišljanje. Učesnici zapisuju identifikovane probleme i potrebe svojih "biljnih persona" na pruženim karticama. Formirajte male grupe i olakšajte diskusiju u kojoj učesnici dele identifikovane probleme svojih biljnih persona. Završite sa grupnom diskusijom.
Potreban materijal:	Male aromatične biljke ili reznice biljaka Materijali za sadnju (zemlja, male saksije) Markeri i kartice



DIZAJN RAZMIŠLJANJE 2	
Naziv aktivnosti:	IZRADA VIZUELNE REPREZENTACIJE
Cilj aktivnosti:	Cilj ove aktivnosti je upoznavanje učesnika sa vizuelnim razmišljanjem i ilustracija značaja komunikacije.
Tip aktivnosti:	Vizuelna komunikacija
Učesnici:	10-20
Vreme:	15-20 min.
Instrukcije:	Podelite papir i markere svakom učesniku. Zamolite učesnike da ilustruju korak-po-korak predstavljanje određene radnje (npr. kako nacrtati tost, kako posaditi drvo...). Učesnici imaju 5 minuta da rade na svom dijagramu. Kada završe svoje crteže, postavljaju ih na zid da ih svi vide. Zamolite učesnike da podele bilo kakva zapažanja ili uvide koje imaju o različitim crtežima i da vode diskusiju o sličnostima i razlikama u njihovim prikazima procesa.
Potreban materijal:	Prazni listovi papira Flomasteri ili drvene bojice Plavi lepak





DIZAJN RAZMIŠLJANJE 3	
Naziv aktivnosti:	ŠEST ŠEŠIRA RAZMIŠLJANJA
Cilj aktivnosti:	Cilj ove aktivnosti je unapređenje saradnje, komunikacije i veština rešavanja problema unutar grupe.
Tip aktivnosti:	Saradničko rešavanje problema
Učesnici:	10-20
Vreme:	20-30 min.
Instrukcije:	Dajte kartice koje predstavljaju različite tipove ličnosti učesnicima (npr. vođa, analitički mislilac, kreativni mislilac, timski igrač, orijentisan na detalje, itd.). Prikazati sliku kamiona zaglavljenog ispod mosta. U skladu sa dodeljenim ulogama ličnosti, učesnici trebaju da osmisle strategiju za oslobađanje zaglavljenog kamiona i naprave plan za uklanjanje ispod mosta. Svaki tip ličnosti doprinosi na jedinstven način oslobađanju zaglavljenog kamiona. Na primer, vođa može voditi tim, analitički mislilac može analizirati problem, kreativni mislilac može predložiti alternativna rešenja, timski igrač može podsticati saradnju, osoba orijentisana na detalje može se fokusirati na određene detalje, i tako dalje. Kada grupa uspešno oslobodi zaglavljeni kamion nakon određenog vremena, diskutuju o doprinosu svakog tipa ličnosti i dinamici unutar tima.
Potreban materijal:	Kartice koje predstavljaju različite tipove ličnosti Slika zaglavljenog kamiona

DIZAJN RAZMIŠLJANJE 4	
Naziv aktivnosti:	PROTOTIPNI MIKSER ZA PARFEME
Cilj aktivnosti:	Cilj ove aktivnosti je podsticanje saradnje i ideacija kreiranjem prototipnog parfema koji je rezultat grupnog doprinosa.
Tip aktivnosti:	Eksperimentalna aktivnost
Učesnici:	5-20
Vreme:	20-30 min.
Instrukcije:	Učesnici dobijaju različite aromatične elemente. U malim grupama sarađuju kako bi kreirali jedinstvenu prototipnu mešavinu parfema. Svaka grupa predstavlja svoju mešavinu, objašnjavajući izbore napravljene tokom procesa mešanja.
Potreban materijal:	Aromatične biljke ili esencijalna ulja Materijali za mešanje (male posude, pipete)



DIZAJN RAZMIŠLJANJE 5	
Naziv aktivnosti:	STORIBORDING MIRISA
Cilj aktivnosti:	Cilj ove aktivnosti je integrisati pripovedanje u proces dizajna kreiranjem storyboarda inspirisanog mirisima.
Tip aktivnosti:	Pripovedanje
Učesnici:	5-20
Vreme:	15-30 min.
Instrukcije:	Učesnici dobijaju svoj uzorak prototipa parfema iz prethodne aktivnosti. Koristeći materijale za storyboard, kreiraju vizuelni storyboard koji uključuje dodeljeni miris u korisničko iskustvo ili dizajn proizvoda kao što su oblik i materijal boce, boje koje koriste, slogan kojim žele privući svoje kupce. Grupe dele svoje storyboardove, naglašavajući emocionalni uticaj mirisa.
Potreban materijal:	Prototip mešavine parfema Materijali za storibord (papir, markeri)





DIZAJN RAZMIŠLJANJE 6	
Naziv aktivnosti:	IZRAZ AKROSTIHA
Cilj aktivnosti:	Cilj ove aktivnosti je motivisati učesnike da razmišljaju o ključnim terminima vezanim za preduzetništvo i izraze svoje misli kreativno kroz akrostih pesme.
Tip aktivnosti:	Kreativan izraz
Učesnici:	5-20
Vreme:	20-30 min.
Instrukcije:	Započnite aktivnost uz energičnu muziku. Zamolite učesnike da napišu termine/fraze koje se odnose na "preduzetništvo". Podelite učesnike u male timove od 3-4 člana svaki. Pružite svakom timu velike listove papira. Zamolite svaki tim da izabere jedan pojam/izraz vezan za preduzetništvo sa njihove liste. Neka kreiraju akrostih pesmu koristeći izabrani pojam/izraz. Ohrabrite učesnike da koriste maštu i da se zabave tokom procesa. Učesnici dele svoje akrostih pesme sa drugim grupama. Nakon prezentacija, organizujte grupnu diskusiju. Pitajte učesnike kako su se osećali dok su pokušavali da izraze preduzetničke termine/izraze kroz akrostih poeziju.
Potreban materijal:	Veliki listovi papira Flomasteri ili drvene bojice



DIZAJN RAZMIŠLJANJE 7	
Naziv aktivnosti:	MAPIRANJE EMPATIJE
Cilj aktivnosti:	Cilj ove aktivnosti je omogućiti učesnicima da steknu duboko razumevanje perspektive korisnika, njihovih potreba i emocija vezanih za određeni problem.
Tip aktivnosti:	Sesija mapiranja empatije
Učesnici:	10-20
Vreme:	15-20 min.
Instrukcije:	Dajte učesnicima šablone mapa empatije koji imaju strukturu sa 4 kvadranta, sa određenim područjima za "Vidi," "Misli," "Oseća," i "Radi." Pružite specifične korisničke personae zajedno sa izjavama problema. Dajte informacije učesnicima o ovim personama, uključujući demografske karakteristike, ponašanja i ciljeve. Zatražite od učesnika da popune svaki kvadrant fokusirajući se na izjavu problema. Učesnici dele svoje mape empatije jedni sa drugima.
Potreban materijal:	A3 papir Markeri



J – STRATEGIJE PRODAJE ZA STARTAPE

STRATEGIJE PRODAJE ZA STARTAPE 1	
Naziv aktivnosti:	VELIKA JENGA
Cilj aktivnosti:	Cilj ove aktivnosti je podstaći aktivno učešće i razvijati međuljudsku interakciju.
Tip aktivnosti:	Igra angažovanja
Učesnici:	5-20
Vreme:	20 - 25 min.
Instrukcije:	Kreirajte veliki Jenga set i priložite broj na svaki blok. Pripremite listu pitanja koja su označena brojevima. Kako učesnici vuku blok, odgovaraju na odgovarajuće pitanje. Pitanje će uključivati smešan predmet koji učesnik mora kreativno prodati. Cilj je sprečiti da se Jenga kula sruši dok odgovaraju na pitanja.
Potreban materijal:	Jenga olovka i papir





STRATEGIJE PRODAJE ZA STARTAPE 2	
Naziv aktivnosti:	PROTOTIP MEŠAVINE BILJNOG ČAJA
Cilj aktivnosti:	Cilj ove aktivnosti je podsticanje saradnje i omogućavanje učesnicima da istraže prototip mešavine biljnog čaja koji su zajedno kreirali u malim grupama.
Tip aktivnosti:	Eksperimentalna aktivnost
Učesnici:	5-20
Vreme:	30 - 45 min.
Instrukcije:	Dajte učesnicima različite lekovite i aromatične biljke (MAP). U malim grupama (svaka grupa sa 3-4 člana), učesnici sarađuju kako bi kreirali jedinstveni prototip mešavine biljnog čaja. Timovi, isključujući svoje sopstvene mešavine, učestvuju u sesiji degustacije kako bi ocenili aromu, ukus i opšte senzorno iskustvo biljnih čajeva pripremljenih od strane drugih timova. Učesnici zapisuju svoje zapažanja i preferencije za svaku mešavinu čaja, uzimajući u obzir faktore kao što su intenzitet arome, kompleksnost ukusa i opšta ravnoteža. Nakon degustacione sesije, održava se grupna diskusija. Timovi dele svoja saznanja i zajedno identifikuju najbolju mešavinu biljnog čaja na osnovu senzorne analize.
Potreban materijal:	Različite lekovite i aromatične biljke (MAP) Čaše za degustaciju, pribor i cediljka za čaj Listići za evaluaciju za beleženje senzornih opservacija



STRATEGIJE PRODAJE ZA STARTAPE 3	
Naziv aktivnosti:	PROFILISANJE KUPACA
Cilj aktivnosti:	Cilj ove aktivnosti je omogućiti učesnicima da razviju detaljne prezentacije idealnih kupaca za posao i steknu dublje razumevanje njihove ciljne publike.
Tip aktivnosti:	Razvoj persone
Učesnici:	5-20
Vreme:	15-20 min.
Instrukcije:	Organizujte učesnike u grupe od po tri člana, pri čemu svaka grupa dobija informacije koje se odnose na određeni proizvod (npr. lekovite i aromatične biljke), zajedno sa obrascem za izradu korisničkih personi. Ovaj obrazac uključuje sekcije za demografske podatke, ciljeve, izazove, ponašanja i preferencije. Unutar svojih grupa, učesnici kreiraju detaljne i specifične korisničke persone na osnovu pruženih informacija. Timovi zapisuju svoje opise u predviđeni obrazac. Nakon toga, svaka grupa predstavlja razvijene korisničke persone ostalim članovima učionice.
Potreban materijal:	Papir formata A3 Markeri i hemijske olovke Štampani obrasci za kreiranje korisničkih persona



STRATEGIJE PRODAJE ZA STARTAPE 4	
Naziv aktivnosti:	IGRA ANALIZE KONKURENCIJE
Cilj aktivnosti:	Cilj ove aktivnosti je omogućiti učesnicima da razumeju konkurenciju na tržištu i podstaći strateško razmišljanje.
Tip aktivnosti:	Analitičko razmišljanje
Učesnici:	5-20
Vreme:	15-20 min.
Instrukcije:	Podelite učesnike u timove. Pružite svakom timu jednu aromatičnu biljku. Zamolite ih da pronađu barem tri proizvođača koji proizvode isti proizvod i istaknu prednosti i mane za svakog konkurenta. Svaki tim predstavlja svoju analizu konkurencije. Razgovarajte o tome kako duboko razumevanje konkurenata može biti ključno za ulazak na tržište.
Potreban materijal:	Tabla za preokretanje ili bela tabla Markeri Alati za prezentaciju (opciono)



K-SWOT ANALIZE

SWOT ANALIZA 1	
Naziv aktivnosti:	GRADJENJE KULE OD TESTENINE
Cilj aktivnosti:	Cilj ove aktivnosti je promovisanje timskog rada, kreativnosti i veština rešavanja problema među učesnicima.
Tip aktivnosti:	Izgradnja tima i kreativnost
Učesnici:	15-20
Vreme:	20-25 min.
Instrukcije:	Podelite učesnike u male timove od 3-4 člana. Pružite svakom timu set od testenine, selotejpa, konca i plavog lepka. Zamolite ih da naprave najvišu slobodnostojeću strukturu koristeći date materijale. Podstaknite timove da diskutuju i planiraju svoju strukturu pre početka izgradnje. Svaki tim predstavlja svoju strukturu ostalim učesnicima. Timovi dele uvide u svoj proces donošenja odluka i bilo kakve izazove sa kojima su se suočili tokom izgradnje.
Potreban materijal:	Testenina, selotejp, konac i plavi lepak Tajmer Nagrade za najvišu strukturu i najkreativniji dizajn (opciono)





SWOT ANALIZA 2	
Naziv aktivnosti:	BOTANIČKI ŠPIJUN
Cilj aktivnosti:	Cilj ove igre je unaprediti znanje učesnika o lekovitim i aromatičnim biljkama.
Tip aktivnosti:	Timski rad i kreativnost
Učesnici:	15-20
Vreme:	15-20 min.
Instrukcije:	Okačite slike lekovitih i aromatičnih biljaka (MAPs) na zidove. Pripremite listu koja odgovara slikama biljaka MAPs. Odaberite jednog učesnika da bude "Botanički špijun" za prvo kolo. Botanički špijun tiho bira jednu biljku sa liste i daje trag o njoj na osnovu vizuelnog. Na primer, "Ja špijuniram svojim malim okom biljku koja se često koristi u kulinarstvu." Ostali učesnici naizmenično pokušavaju da pogode biljku na osnovu datog traga. U slučaju da grupi trebaju dodatne informacije, Botanički špijun može dati još jedan trag, kao što je "Ja špijuniram svojim malim okom nešto što počinje sa slovom G." Kada se tačna biljka pogodi, počinje novo kolo sa drugim učesnikom.
Potreban materijal:	Slike lekovitih i aromatičnih biljaka Lista lekovitih i aromatičnih biljaka napisana na tabli za preokretanje.





SWOT ANALIZA 3	
Naziv aktivnosti:	AROMA POTRAGA ZA BLAGOM
Cilj aktivnosti:	Cilj Aroma potrage za blagom je kombinovanje tradicionalne potrage za blagom sa senzornim iskustvom otkrivanja i identifikacije biljaka medicinskih aromatičnih biljaka (MAPs).
Tip aktivnosti:	Spoljni lov na blago uz botaničko istraživanje
Učesnici:	5-20
Vreme:	30-60 min.
Instrukcije:	Podelite učesnike u timove i pružite svakom timu mapu označenog područja. Objasnite bilo kakve simbole ili markere na mapi koji će ih voditi. Dajte svakom timu sliku aromatičnih biljaka koje trebaju pronaći, kao i vodič za identifikaciju ili listove sa informacijama o svakoj biljci. Instruirajte učesnike da pronađu skrivene slike određenih aromatičnih biljaka na određenim lokacijama unutar datog područja. Timovi koriste mape kako bi se kretali ka različitim lokacijama gde se nalaze slike aromatičnih biljaka. Identifikuju ih i prikupljaju uzorke koristeći se vodičem za identifikaciju. Kada timovi završe Aroma potragu, učesnici se okupljaju, i određuje se učesnik koji je pronašao najviše skrivenih objekata.
Potreban materijal:	Slike aromatičnih biljaka koje treba pronaći Vodič za identifikaciju ili listovi sa informacijama o aromatičnim biljkama Mape označenog područja (fizičke ili digitalne) Štoperica ili tajmer



SWOT ANALIZA 4	
Naziv aktivnosti:	ZAVRŠNA KVIZ IGRA
Cilj aktivnosti:	Cilj ove aktivnosti je da ojača znanje učesnika o ključnim konceptima koji se odnose na teme obuke.
Tip aktivnosti:	Jačanje znanja
Učesnici:	3-10
Vreme:	5-10 min.
Instrukcije:	Pripremite set pitanja iz opsega tema koje su učesnici obuhvatili tokom njihove obuke. Učesnici će rešavati kviz pomoću jednog od alata navedenih u nastavku. Nakon što odgovore na pitanja, pružite objašnjenja i uvide vezane za tačne odgovore.
Potreban materijal:	Aplikacije, npr. 1. Mentimeter 2. Slido 3. Kahoot



**PRILOZI**

PRILAGODLJIVOST 2			
Biljke	Proizvodnja	Trgovina	Proizvod
majčina dušica	uzgoj	GACP	prilog
bazilika	razmnožavanje	GMP	biljni čaj
origano	sejanje	sertifikacija	ulje sa dodatkom aroma
lavanda	sađenje	regulacija	lek
kantarion	navodnjavanje	carina	biljni liker
neven	nađubrivanje	održivost	začin
arnika	kontrola korova	etičko snabdevanje	nutraecutika
kleka	fumigacija	odgovornost prema životnoj sredini	aromatizovano sirće
komorač	žetva	eksportna dokumentacija	hidratantna krema

**PRILOZI**

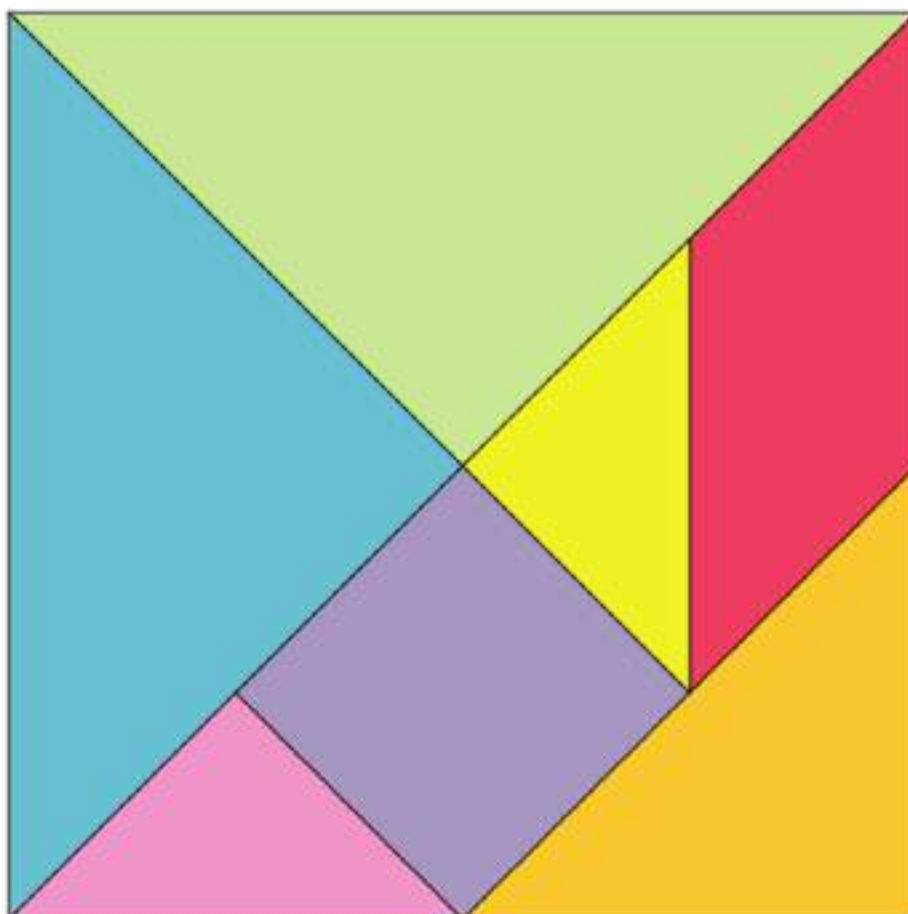
PRILAGODLJIVOST 2			
Biljke	Proizvodnja	Trgovina	Proizvod
matičnjak	oranje	kontrola kvaliteta	ekstrakt
crna zova	upravljanje zemljištem	pravična trgovina	miris
menta	sušenje	CITES	ukus
crni biber	destilovanje	logistika isporuke	eterično ulje
kardamon	ekstraktovanje	e-prodaja	esencija
vanila	mešanje	egzibicija	hidrolat
mate	dekontaminacija	pakovanje	sminka
muškatni oraščić	pakovanje	brendiranje	sapun
zvezdasti anis	označavanje	prodavac na malo	parfem



PRILAGODLJIVOST 2			
Biljke	Proizvodnja	Trgovina	Proizvod
kajen	skladištenje	veleprodaja	šampon
šafran	čišćenje	distribucija	balzam
kurkuma	usitnjavanje	trendovi	dekocija
muštradi	mlevenje	kupac	maceracija
đumbir	prosejavanje	potražnja	tinktura
kumin	sečenje	prodavnica	eliksir

PRILOZI

PRILAGODLJIVOST 3





PRILOZI

KREATIVNOST 3

Slike	Neuobičajene upotrebe	Brainstorming
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Salt,_sugar_and_pepper_shakers.jpg		
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:A_tea_pot.jpg		
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Perfume_set_from_Sovjetunio_cca_1965.jpg		
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Risipolept_tablets.jpg		



PRILOZI

KREATIVNOST 3

Slike	Neuobičajene upotrebe	Brainstorming
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Hawea_co%C3%B8Bteure.jpg		
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Knitted_basket1.jpg		
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Straw_Harvest_Hat,_International_Hat,_ca._1960s_(2).jpg		
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Joachim_Fr%C3%A9d%C3%A9ric_Kirstein_I-Fourchette_vers_1750.jpg		



PRILOZI

KREATIVNOST 3

Slike	Neuobičajene upotrebe	Brainstorming
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Red_Umbrella_1.jpg		
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:BMX_glove_-_top.jpg		

**PRILOZI****KREATIVNOST 6**

PRIMER	IDEJA: Napravi vizualnu kopiju proizvodnih instrukcija			
	OSNOVNI ELEMENTI			
	boje	slike	oblici	prostorna lokacija
1	jedna	kućne fotografije	geometrijske figure	Desno / Levo
2	dve	internet fotografije	oblaci	Gore / Dole
3	mnogo	šematski crteži	strelice	Unutra / Spolja
4	nijedna	slike	linije	Veliko / Malo
5	markeri	simboli	dijagrami	spreda / pozadi
6	slikarska boja	logoi		daleko / blizu



PRILOZI

KREATIVNOST 6

TABELA ZA UČESNIKE

PRIMER	IDEJA:			
	OSNOVNI ELEMENTI			
1				
2				
3				
4				
5				
6				



OTKLJUČAVANJE USPEHA U PREDUZETNIŠTVU VEZANOM ZA MEDICINSKE AROMATIČNE BILJKE (MAPS).

Predstavljamo priručnik prilagođen mladim preduzetnicima i osobama koje nisu uključene u obrazovanje, zaposlenje ili obuku (NEETs) koje teže da se upuste u oblast medicinskih aromatičnih biljaka (MAPs). Ovaj vodič ide dalje od uobičajene preduzetničke mudrosti i nudi svež i inovativan pogled na osnivanje uspešnog poslovanja u industriji MAPs biljaka.

Business Model Canvas: Ponovno definisanje poslovnih strategija: Ovaj segment istražuje detalje izrade robustnog poslovnog modela koristeći metodologiju Business Model Canvas. Učesnici će dobiti uvid u razjašnjavanje svojih vrednosnih predloga, identifikaciju segmenta kupaca, dizajniranje izvora prihoda i strukturiranje finansijskih okvira. Ovaj segment oprema preduzetnike da razvijaju ne samo profitabilne, već i održive poslovne modele.

Kreativno razmišljanje: Umetnost pretvaranja problema u prilike: Istražite moć kreativnog razmišljanja u pretvaranju izazova u inovativne prilike. Osnovane na principima dizajna usmerenog ka čoveku, ovaj modul vodi učesnike kroz empatiju prema korisnicima, analizu problema, generisanje inovativnih rešenja, prototipovanje koncepta i evaluaciju povratnih informacija korisnika. Prihvatanje principa kreativnog razmišljanja osnažuje preduzetnike da razvijaju proizvode i usluge povezane sa MAP-ovima koji duboko rezonuju sa njihovom ciljnom publikom.

Dizajn proizvoda orijentisan ka korisniku: Ovaj modul otkriva suštinske elemente dizajna proizvoda, naglašavajući funkcionalnost, estetiku i korisničko iskustvo. Kroz primere iz stvarnog života i interaktivne aktivnosti, učesnici uče kako da prevedu ideje u opipljive proizvode. Fokusiranjem na zadovoljstvo korisnika, preduzetnici mogu stvoriti proizvode koji ne samo da zadovoljavaju zahteve tržišta, već i neguju jaku lojalnost korisnika, obezbeđujući održivi rast i uspeh brenda.

Prodajne strategije za startape: Savladajte veštinu efikasnih prodajnih strategija ključnih za uspeh startapa. Učesnici će naučiti kako da kreiraju ubedljive prodajne prezentacije, elegantno rešavaju prigovore, pregovaraju o poslovima i razvijaju trajne odnose sa korisnicima. Ovaj segment istražuje različite pristupe prodaji, osnažujući preduzetnike da prilagode svoje strategije jedinstvenim zahtevima industrije MAP-ova, bilo kroz tradicionalne ili digitalne kanale.



SWOT analiza: Strateško planiranje kroz internu i eksternu evaluaciju: Ovaj segment uvodi preduzetnike u stratešku moć SWOT analize. Procenom internih snaga, slabosti, kao i spoljnih prilika i pretnji, učesnici mogu donositi informisane odluke, umanjiti rizike i iskoristiti prilike. SWOT analiza služi kao temelj za svesno donošenje odluka, omogućavajući preduzetnicima da sa samopouzdanjem i strateškim umećem navigiraju kroz industriju MAP-ova.



**OVAJ PRIRUČNIK SLUŽI KAO VODIČ ZA BUDUĆE PREDUZETNIKE
PRUŽAJUĆI IM ZNANJE I VEŠTINE POTREBNE ZA USPEH U
KONKURENTNOM OKRUŽENJU PREDUZETNIŠTVA MAP-A. SPREMNI
SMO DA VAS PODRŽIMO NA VAŠEM PUTOVANJU KA USPEHU!**

