



Co-funded by the
European Union

TIBBİ VE AROMATİK BİTKİLER GİRİŞİMCİLİĞİ EL KİTABI

2022-2-ES02-KA220-YOU-000102299



MAP4N



**TIBBİ VE AROMATİK BİTKİLERİN (TAB) TARIM GİRİŞİMCİLİĞİ
(NEET – EĞİTİM VEYA İSTİHDAMDA OLMAYAN GENÇLER İÇİN)**

map4nproject@gmail.com



'MAPs Girişimciliği için Gayri-Resmi Araç Seti' – Agrigirişimcilik! NEET'ler için MAPs – "MAP4N" projesi, Academia Barcelona, Yıldız Teknik Üniversitesi, Polonya Tarım Danışmanlık ve Eğitim Merkezi, Katalonya Orman Bilimleri ve Teknolojisi Konsorsiyum Merkezi ve Belgrad Uygulamalı Teknik Çalışmalar Akademisi tarafından yürütülmekte olup CCO 1.0 Universal lisansı ile işaretlenmiştir. Bu lisansın bir kopyasını görüntülemek için şu adresi ziyaret edin: <https://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/>



Co-funded by the
European Union



Avrupa Birliği Erasmus+ Programı tarafından eş finanse edilmiştir. Ancak, Avrupa Komisyonu ve İspanya Ulusal Gençlik Ajansı, burada yer alan bilgilerin herhangi bir şekilde kullanılmasından sorumlu tutulamaz.

Bu kaynak, Erasmus+ Programı kapsamında hazırlanmış olup tüm içeriğe herkese ücretsiz olarak erişilebilir ve serbestçe kullanılabilir. Bu kaynağın amacı, bilgiyi yaymak ve topluma fayda sağlamaktır. Bu kaynak sorumlu ve etik bir şekilde kullanılmalıdır.



İÇİNDEKİLER TABLOSU

GİRİŞ

BÖLÜM – 1: FORMAL EĞİTİM

1.1- TARIMSAL İŞLETMELER VE TAB SEKTÖRÜNÜN MODELLERİ

1.1.1- TARIMSAL İŞLETME MODELLERİ

1.1.2- TAB SEKTÖRÜ

2. KARAR VERME SÜREÇLERİ

3. TARIMSAL İŞLETMEYE SIFIRDAN NASIL BAŞLANIR

3.1. PAZAR ARAŞTIRMASI VE UYGULANABİLİRLİK ÇALIŞMASI

3.2. İŞ HEDEFLERİNİ VE AMAÇLARINI BELİRLEME

3.3. DOĞRU TARIM İŞLETME MODELİNİ SEÇME

3.4. FİNANSAL PLANLAMA VE BÜTÇELEME

4. PAZARLAMA VE MÜZAKERELER

4.1. TARIMDA PAZARLAMANIN ROLÜNÜ ANLAMA

4.2. TARIMSAL İŞLEMLERDE MÜZAKERELERİN ÖNEMİ

4.3. TARIMDA ETKİLİ PAZARLAMA VE MÜZAKERELER İÇİN İPUÇLARI

4.4. PAZARLAMANIN VE MÜZAKERELERİN SİNERJİSİ

5. İHRACAT VE İTHALAT

5.1. TARIMSAL İHRACAT

5.2. TARIMSAL İTHALAT

5.3. FIRSATLAR VE ZORLUKLAR

6. ULUSAL VE ULUSLARARASI FONLARA ERİŞİM

6.1. ULUSAL FONLARA ERİŞİM

6.2. ULUSLARARASI FONLARA ERİŞİM

7. İŞİN BÜYÜTÜLMESİ

8. DİJİTAL FIRSATLAR

8.1. ÇEVİRİMİÇİ ÖĞRENME PLATFORMLARI

8.2. MOBİL UYGULAMALAR

8.3. SOSYAL MEDYA VE ÇEVİRİMİÇİ TOPLULUKLAR

8.4. DİJİTAL PAZARLAMA VE E-TİCARET

8.5. TARIMSAL UYGULAMALAR VE İOT CİHAZLARI

8.6. DİJİTAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK UYGULAMALARI

BÖLÜM – 2: FORMAL OLMAYAN ETKİNLİKLER

A- İLETİŞİM

B- KİŞİLERARASI BECERİLER

C- TAKIM ÇALIŞMASI

D- DEĞİŞİME UYUM SAĞLAMA BECERİSİ

E- YARATICILIK

F- İŞ ETİĞİ

G-GİRİŞİMCİLİK

H-İŞ MODELİ

I-TASARIM ODAKLI DÜŞÜNME

J-STARTUP'LAR İÇİN SATIŞ STRATEJİLERİ

K-SWOT ANALİZİ

GİRİŞ

Bu el kitabı, hem TAB üretimine ilişkin formal eğitim bileşenlerinden hem de TAB girişimciliğine ilişkin formal olmayan etkinliklerden oluşmaktadır. El kitabının amacı tarımsal girişimcilik ruhunu artırmak ve gençlere gerekli sosyal becerileri ve sektör bilgisini kazandırmaktır.

NEET'lerin sayısı her geçen gün artmakta ve işsizlik sorunları ortaya çıkmaktadır. Bilgi ve iletişim çağında sektörlerin iç içe olması nedeniyle tek bir alanda uzmanlığa sahip olmak yeterli olmadığından çapraz/sosyal beceriler daha da önem kazanmaktadır. Bizim durumumuzda genç işsizlerin dikkatini çekmek ve onlara TAB üretimi gibi tarım sektörünün sağladığı fırsatları göstermek ancak girişimciliğin sunumuyla mümkün olabilir.

Hale hazırda mevcut olan materyaller yalnızca girişimcilikle ilgili olup spesifik yönü içermemektedir. Dolayısıyla sektöre etkileri sınırlıdır. Bu etkiyi artırmak için "TAB Girişimciliği"nin çeşitli yönlerini içeren özel bir girişimcilik eğitiminin oluşturulmasına gereksinim vardır.

Tarım sektörünün kârlı olmadığına dair yaygın bir yanlış inanış vardır. Bu gibi ön yargıları kırmak için girişimci bakış açısı geliştirilmeli ve gençlerin ilgisi çekilmelidir.



Bunu gerçekleştirebilmek için NEET'lere etkili öğrenme materyalleri sağlanmalı ve NEET'ler gençlik çalışanları tarafından yönlendirilmelidir. Ayrıca bu denkleme NEET'lerin de eklenmesi ve bundan en iyi şekilde faydalanılması sıklıkla karşılaşılan bir durum değildir. NEET'lere yönelik, tarım veya girişimcilik alanında yeterlilik kazanmalarını sağlayan çeşitli programlar olmakla birlikte her ikisinin bir birleşimi yaygın değildir.

Bu birleşimin olası başarısı daha yenilikçi yaklaşımların önünü açacaktır. Ayrıca, "TAB Girişimciliği" konusunda formal olmayan etkinlikler daha önce üretilmemiştir. Bu çıktı aracılığıyla yeni yenilikçi formal olmayan faaliyetler üretilecektir.



Co-funded by
the European Union

BÖLÜM – 1

FORMAL EĞİTİM

2022-2-ES02-KA220-YOU-000102299



MAP4N

NEET İÇİN TAB TARIM GİRİŞİMCİLİĞİ





1- TARIMSAL İŞLETME MODELLERİ VE TAB SEKTÖRÜ

1. TARIMSAL İŞLETME MODELLERİ

Tarımsal işletmeler, çiftçilik ve tarımsal üretimle ilgili çeşitli faaliyetlerde bulunan işletmeleri ifade eder. Bu işletmeler kapsamlarına, ölçeklerine ve uzmanlıklarına göre önemli farklılıklar gösterebilir. Bazı yaygın tarımsal işletme modelleri aşağıda sunulmuştur.

A. AİLE ÇİFTLİKLERİ

Aile çiftlikleri tek bir aile veya küçük bir grup bireyleri tarafından sahiplenilir ve işletilir. Genellikle küçük ila orta büyüklükte olup geleneksel tarım yöntemlerine dayanırlar.

Aile çiftlikleri dünyanın birçok yerinde yaygındır ve yerel ve bölgesel gıda üretiminde önemli bir rol oynarlar.

B. KURUMSAL ÇİFTLİKLER

Kurumsal çiftlikler, şirketlerin veya tarım şirketlerinin sahip olduğu ve işlettiği büyük ölçekli tarım işletmeleridir. Modern tarım teknolojilerini, ölçek ekonomilerini ve verimli yönetim uygulamalarını kullanırlar.

Kurumsal çiftlikler genellikle belirli mahsullere veya besi hayvanlarına odaklanır ve daha ticari bir yönelime sahip olabilirler.



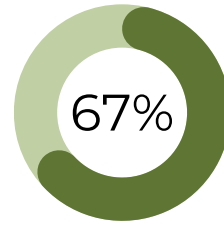
C. KOOPERATİF ÇİFTLİKLER

Kooperatif çiftlikler, çiftçilerin kaynaklarını bir araya getirdikleri ve verimliliği ve kârlılığı en üst düzeye çıkarmak için birlikte çalıştıkları kolektif tarım işletmeleridir. Kooperatif çiftçiliği, küçük çiftçilerin bireysel olarak karşılayamayacakları makine, toplu satın alma ve pazarlama hizmetleri gibi ortak kaynaklara erişmelerini sağlar.

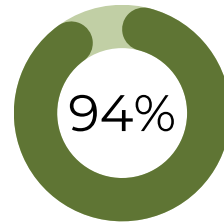


D. SÖZLEŞMELİ ÇİFTÇİLİK

Sözleşmeli çiftçilikte, çiftçiler önceden belirlenmiş koşul ve durumlara göre belirli bir mahsul veya çiftlik hayvanı üretmek için tarım şirketleri veya işleyicilerle anlaşmalar yapar. Şirket gerekli girdileri, teknik desteği ve pazarlama yardımını sağlar ve çiftçiler şirketin gereksinimlerine göre mahsul veya besi hayvanı yetiştirir.



KOOPERATİF ÇİFTLİKLER



SÖZLEŞMELİ ÇİFTÇİLİK

Sözleşmeli tarım genellikle çiftçiler ve tarımsal işletme arasında risk paylaşımını içerir. Örneğin, eğer ürün doğal afetler veya diğer öngörülemez durumlar nedeniyle başarısız olursa, sözleşme şartlarına bağlı olarak tarımsal işletme zararın bir kısmını üstlenebilir.

Tarım şirketleri genellikle ürünler için belirli kalite standartları belirler. Bu, nihai ürünün gerekli pazar şartlarını karşılamasını sağlar ve böylelikle ürünler seçkin pazarlara erişebilir.

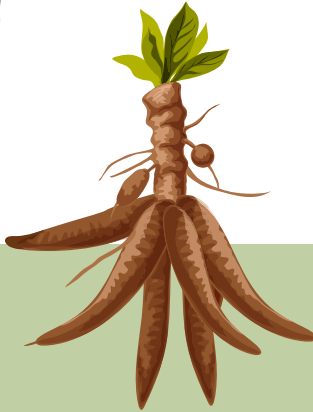
E. ORGANİK ÇİFTLİKLER

Organik tarım, doğal ve sürdürülebilir yöntemler kullanarak gıda ve diğer tarımsal ürünleri üretmeye odaklanan bir tarımsal uygulama türüdür. Sentetik kimyasalların, genetiği değiştirilmiş organizmaların (GDO'lar) ve yapay girdilerin kullanımından kaçınır. Organik çiftçiler toprak sağlığına, biyoçeşitliliğe ve hayvan refahına öncelik vererek doğayla uyum içinde çalışmayı hedeflerken çevrenin korunmasını ve sürdürülebilir kaynak yönetimini teşvik eder. Organik tarım, organik standartlara uygunluğu sağlamak için ilgili merciler tarafından sertifikalandırılır ve tüketicilere organik ürünlerin orijinalliği ve kalitesi konusunda güvence verilir. Organik tarım, sağlık açısından faydalar sunar, kimyasallara maruz kalmayı azaltır, doğal kaynakları korur ve uzun vadeli tarımsal sürdürülebilirliğe katkıda bulunur.



F. DİKEY TARIM

Dikey tarım, genellikle kapalı hidroponik veya aeroponik sistemler gibi kontrollü ortamlarda, üst üste katmanlar halinde veya dikey olarak eğimli yüzeylerde mahsul yetiştirmeyi içeren yenilikçi bir modeldir. Bu yaklaşım, alan kullanımını en üst düzeye çıkarır ve dış hava koşullarından bağımsız olarak yıl boyunca üretime olanak tanır.





Permakültür: Permakültür, doğal ekosistemlerde bulunan örüntüleri ve ilişkileri taklit ederken sürdürülebilir ve kendi kendine yeten insan yaşam alanları yaratmayı amaçlayan bir tasarım felsefesi ve sistemidir. "Kalıcı tarım" veya "kalıcı kültür" anlamına gelir. Permakültür ilkeleri kaynakları verimli kullanmaya, atıkları en aza indirmeye ve ekolojik dengeyi teşvik etmeye odaklanır. Permakültür tasarımları genellikle yenilebilir peyzaj, organik bahçecilik, su hasadı, yenilenebilir enerji sistemleri ve entegre atık yönetimi gibi unsurları içerir. Dirençli ve yenileyici insan çevreleri yaratmak için doğanın örüntülerini gözlemlemenin ve anlamının önemini vurgular. Permakültür, küçük kentsel bahçelerden büyük kırsal çiftliklere kadar çeşitli ortamlara uygulanabilir ve topluluk katılımını ve işbirliğini teşvik eder.

G. TARIMSAL ORMANCILIK VE PERMAKÜLTÜR

Tarımsal ormancılık, ağaçları ve çalıları mahsuller ve besli hayvanlarıyla bütünleştirerek sürdürülebilir ve dayanıklı tarım sistemleri yaratır. Permakültür benzer ilkeleri takip ederek sürdürülebilir tasarım ve ekolojik dengeyi vurgularken atık ve dış girdileri en aza indirir.

Tarımsal ormancılık: Tarımsal ormancılık, tarımı aynı arazi parçası üzerinde ağaç ve çalı ekimi ile birleştiren sürdürülebilir bir arazi kullanım sistemidir. Çeşitli ve üretken bir ekosistem yaratarak ağaçların veya çok yıllık odunsu bitkilerin mahsuller ve/veya hayvanlarla kasıtlı olarak entegrasyonunu içerir. Tarımsal ormancılık uygulamaları, sıra dikimi (ekin alanları boyunca sıralı ağaç dikimi), ormanlı mera (ağaçların hayvan otlatmayla bütünleştirilmesi) ve orman çiftçiliği (orman gölgesi altında ürün yetiştirilmesi) gibi çeşitli biçimlerde gerçekleştirilebilir. Tarımsal ormancılık, biyolojik çeşitliliğin artırılması, toprak sağlığının iyileştirilmesi, iklim direncinin artırılması ve çiftçilerin gelir akışlarının çeşitlendirilmesi dahil olmak üzere çok sayıda fayda sağlar.





2. TAB SEKTÖRÜ:

TAB "Tıbbi ve Aromatik Bitkiler" anlamına gelir. TAB sektörü tıbbi, aromatik veya mutfak değeri olan bitkilerin yetiştirilmesi, toplanması, işlenmesi ve pazarlanmasıyla ilgilidir. Bu bitkiler genellikle bitkisel ilaçların, uçucu yağların, doğal kozmetiklerin ve mutfak bitkilerinin üretiminde kullanılır. TAB sektörü, doğal ilaçlara ve sağlıklı yaşam ürünlerine olan küresel ilginin artması nedeniyle büyük önem kazanmıştır. TAB sektörünün bazı önemli yönleri aşağıda açıklanmıştır.

A. YETİŞTİRME VE HASAT:

Çiftçiler ve yetiştiriciler TAB'yi ya geleneksel tarım yoluyla ya da özel tıbbi bitki fidanlıklarında yetiştirmektedir. Bitkilerin en yüksek kalite ve etki gücüne sahip olmasını sağlamak için hasat uygulamalarının dikkatle yönetilmesi gerekir.



B. İŞLEME VE KATMA DEĞERLİ ÜRÜNLER:

Doğal ve tıbbi aromatik bitkiler, çeşitli hastalıkların tedavisinde kullanılan veya insan sağlığını destekleyen özelliklere sahip bitkilerdir. Bu bitkilerin işlenmesi ve katma değerli ürünler yaratılması, tıp ve kozmetik endüstrilerinde kullanılan değerli bileşenlerin çıkarılmasını ve bu bitkilerin sağlık ve güzellik faydalarının en üst düzeye çıkarılmasını amaçlamaktadır.



İŞLEME VE KATMA DEĞERLİ ÜRÜN YARATMA AŞAĞIDAKİ ADIMLARI İÇERİR:

Hasat ve Toplama: Tıbbi ve aromatik bitkiler, aktif bileşenlerin zirvede olduğu doğru zamanda hasat edilmelidir. Uygun hasat yöntemleri kalite ve verim sağlar.

Kurutma: Hasat edilen bitkiler nem içeriğini azaltmak için kurutulur. Kurutma raf ömrünü uzatır ve bozulmayı önleyerek daha uzun süre depolanmasını sağlar.

Öğütme ve Ekstraksiyon: Kurutulmuş bitkiler öğütülerek toz haline getirilebilir veya aktif bileşenlerin ekstraksiyonu için kullanılabilir. Bu adımlar, bitkilerde bulunan aktif bileşenlerin ekstraksiyonunu kolaylaştırır.

Bileşen Ayırıştırma: Aktif bitkilerdeki bileşenler ayırıştırılır ve kimyasal ve fiziksel işlemlerle saflaştırılır. Bu adım, yüksek kaliteli ve etkili nihai ürünler elde etmek için çok önemlidir.

Formülasyon ve Ürün Geliştirme: Aktif bileşenler ilaçların, kozmetik ürünlerin, sağlık takviyelerinin ve diğer tıbbi ürünlerin formüle edilmesinde kullanılabilir. Bitkilerin faydalarını en üst düzeye çıkarmak için doğru kombinasyonlar ve dozajlar esastır.

Kalite Kontrol ve Sertifikasyon: İşlenen ürünler kalite kontrol denetimlerinden geçer ve uygun sertifikasyon süreçleri ürünlerin kalite standartlarını doğrular.



C. DÜZENLEME VE KALİTE KONTROL:

TAB sektörü, ürün güvenliği ve etkinliğini sağlamak için katı düzenlemelere tabidir. Bitkisel ürünlerin gücünü ve orijinallliğini korumak için kalite kontrol önlemleri esastır.

Tıbbi ve Aromatik Bitkiler (TAB) sektörünün Düzenlenmesi ve Kalite Kontrolü, TAB ürünlerinin güvenliğini, etkinliğini ve kalitesini sağlamanın yanı sıra sürdürülebilir kullanımlarını yönetmek için çeşitli önlemler ve standartlar içerir. Bu düzenlemeler ve kontrol mekanizmaları tüketicileri korumak, adil ticareti teşvik etmek ve çevreyi korumak için uygulamaya konmuştur.



D. PAZARLAMA VE İHRACAT:

Tıbbi ve aromatik bitkiler (TAB) sektöründe pazarlama ve ihracat, doğal ve bitki bazlı ürünlere yönelik artan küresel talep göz önüne alındığında umut verici bir girişim olabilir. Tıbbi ve aromatik bitkiler yüzyıllardır tedavi edici ve aromatik özelliklerinden dolayı kullanılmakta ve bu da onları ilaç, kozmetik, gıda ve içecek gibi çeşitli sektörlerde değerli ürünler haline getirmektedir.

**Uyumluluk ve Yönetmelikler:**

Farklı ülkelerdeki TAB'ye yönelik özel düzenlemelerin ve ithalat/ihracat gerekliliklerinin farkında olun. Bu düzenlemelere uyulmaması gümrüklerde gecikmelere veya reddedilmelere yol açabilir.

Kültürel Hususlar: Özellikle uluslararası pazarlara ihracat yaparken kültürel farklılıklara ve tercihlere karşı duyarlı olun. Ürünlerin yerel zevk ve tercihlere uyacak şekilde özelleştirilmesi kabulü artırabilir.

Kalite ve Sertifikasyon: İş yaptığınız TAB'nin yüksek kalitede olduğundan ve uluslararası standartları karşıladığından emin olun. İyi Tarım ve Toplama Uygulamaları (İTTU), İyi Üretim Uygulamaları (İÜU) veya organik sertifikalar gibi sertifikalar almak ürünlerinizin pazarlanabilirliğini artırabilir.

Pazar Araştırması: Potansiyel hedef pazarları ve müşterileri belirlemek için kapsamlı bir pazar araştırması yapın. Ürünleriniz için en uygun pazarları belirlemek için farklı bölgelerdeki talebi, mevcut eğilimleri ve rekabeti analiz edin.

Dağıtım Kanalları: Hedef pazarlarınıza verimli bir şekilde ulaşmak için güçlü dağıtım kanalları kurun. Bu, yerel distribütörlerle, toptancılarla veya perakendecilerle ortaklıklar kurmayı veya hatta kendi dağıtım ağınıza oluşturmayı içerebilir.

Markalaşma ve Ambalajlama: Ürünleriniz için benzersizliğini ve kalitesini vurgulayan güçlü bir marka kimliği oluşturun. Göz alıcı ve bilgilendirici ambalajlar, hem yerel hem de uluslararası pazarlarda müşteri çekmede önemli bir rol oynayabilir.



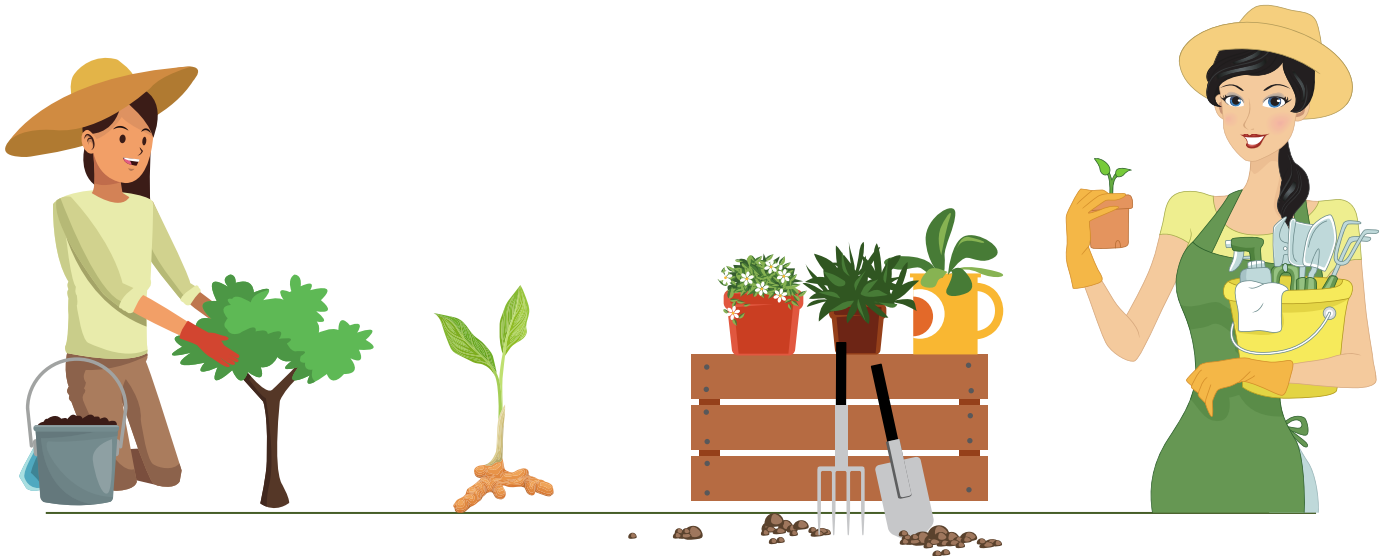


Ticaret Fuarları ve Sergiler: ;Ürünlerinizi sergilemek, potansiyel alıcılarla ağ kurmak ve sektör trendlerinden haberdar olmak için ilgili uluslararası ticaret fuarlarına ve sergilere katılın

Pazara Giriş Stratejileri: Uygun pazara giriş stratejisine karar verin. Bu doğrudan ihracat, yerel distribütörlerle ortaklık veya hedef pazarlarda bayiler kurmak şeklinde olabilir.

E-ticaret ve Online Pazarlama: Daha geniş bir kitleye ulaşmak ve pazar görünürlüğünüzü artırmak için e-ticaret platformlarından ve çevrimiçi pazarlamadan yararlanın.

Sürdürülebilirlik ve Sorumlu Kaynak Kullanımı: TAB'nin yetiştirilmesi ve tedarik edilmesinde sürdürülebilir uygulamaları teşvik edin. Birçok tüketici, satın aldıkları ürünlerin çevresel ve etik yönleri konusunda giderek daha bilinçli hale gelmektedir.



Pazar Bölümlendirmesi: Ürünlerinizi farklı pazarlar için bölümlere ayırmayı düşünün. Örneğin, uçucu yağlar ve aromaterapi ürünleri, bitkisel takviyeler veya çaylara kıyasla farklı hedef kitlelere sahip olabilir.

İhracat Belgeleri ve Lojistik: İhracat dokümantasyonu gereklilikleri ve nakliye lojistiği hakkında bilgi edinin. Evrak işlerinin ve sevkiyatın verimli bir şekilde yürütülmesi, teslimatların zamanında yapılmasını ve müşteri memnuniyetini sağlayabilir.



Unutulmamalıdır ki TAB sektöründe başarılı pazarlama ve ihracat; kaliteli ürünler, etkili pazarlama stratejileri, yönetmeliklere uyma ve farklı pazar taleplerine uyum sağlamanın birleşimini gerektirir. Bilinçli iş kararları almak için sektör eğilimleri ve tüketici tercihleri hakkında bilgi sahibi olmak çok önemlidir.

E. ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRME:

Bitkilerin tıbbi ve aromatik özellikleri üzerine devam eden araştırmalar TAB sektöründe inovasyonu teşvik etmektedir. Bu bitkilerin yeni uygulamalarının ve potansiyel sağlık faydalarının belirlenmesi sektörün büyümesi için çok önemlidir.

Tıbbi aromatik bitkiler alanındaki araştırma ve geliştirme (AR-GE), bu bitkilerin tam potansiyelini ortaya çıkarmak ve tıp, sağlık ve çeşitli endüstrilerdeki uygulamalarını genişletmek için çok önemlidir. Ar-Ge'nin bu alanda önemli bir rol oynadığı bazı temel alanlar şu şekilde açıklanabilir.



Fitokimyasal Analiz: Araştırma, tıbbi aromatik bitkilerde bulunan aktif bileşenleri tanımlamayı ve izole etmeyi amaçlamaktadır. Kimyasal bileşimin anlaşılması, terapötik özelliklerin ve potansiyel uygulamaların belirlenmesine yardımcı olur.

Farmakolojik Çalışmalar: Ar-Ge, tıbbi aromatik bitki özlerinin veya izole edilmiş bileşenlerin biyolojik aktivitelerinin araştırılmasını içerir. Bu çalışmalar etkinliğin, güvenliğin ve diğer ilaçlarla potansiyel etkileşimlerin belirlenmesine yardımcı olur.





Tıbbi Özellikler ve Terapötik Potansiyel: Bilim insanları aromatik bitkilerin tıbbi özelliklerini keşfetmek için çalışmalar yürütmekte ve çeşitli sağlık durumları için potansiyel tedaviler aramaktadır. Bu, antimikrobiyal, anti-enflamatuar, antioksidan, analjezik ve diğer biyoaktiviteleri içerebilir.

Formülasyon Geliştirme: Araştırmacılar, tıbbi aromatik bitki özlerinin veya bileşiklerinin dağıtımını ve biyoyararlanımını artırmak için kremler, merhemler, şuruplar veya kapsüller gibi formülasyonların geliştirilmesi üzerinde çalışırlar.

Klinik Araştırmalar: İnsan denekleri içeren klinik deneyler, tıbbi aromatik bitki bazlı tedavilerin güvenliğini ve etkinliğini değerlendirir. Bu deneyler, terapötik iddiaları doğrulamak ve mevzuata ilişkin onayları almak için gereklidir.

İlaç Endüstrisi Uygulamaları: Ar-Ge çalışmaları, tıbbi aromatik bitkilerin farmasötiklerde kullanım potansiyelini araştırarak yeni ilaçların veya tamamlayıcı tedavilerin geliştirilmesine yol açar.

Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri:

Araştırmalar, aromatik bitki özlerinin faydalı özellikleri ve çekici kokuları nedeniyle kozmetik, cilt bakımı ve kişisel bakım ürünlerinde potansiyel kullanımını araştırmaktadır.

Aromaterapi ve Sağlık: Çalışmalar, aromatik bitki uçucu yağlarının zihinsel ve duygusal iyi oluş üzerindeki etkilerini araştırmakta ve aromaterapi uygulamalarının geliştirilmesine yol açmaktadır.

Ürün İyileştirme ve Yetiştirme Teknikleri: Ar-Ge, tıbbi aromatik bitkilerin yetiştirme yöntemlerini geliştirmeyi, verimi, kaliteyi ve sürdürülebilirliği artırmayı amaçlamaktadır.

Genetik Çalışmalar ve Geliştirme

Programları: Genetik araştırmalar, aromatik bitkilerde aktif bileşiklerin üretiminden sorumlu genlerin tanımlanmasına ve karakterize edilmesine yardımcı olur. Daha sonra yüksek verimli ve güçlü çeşitler oluşturmak için geliştirme programları başlatılabilir.

Tağış ve Kalite Kontrol: Araştırmalar, aromatik bitki ürünlerindeki taşıdığı tespit etmek ve bunların kalite ve orijinalliğini sağlamak için yöntemler geliştirmeye odaklanmaktadır.

Biyoformatik ve Veri Analizi: Hesaplama araçları ve biyoformatik tıbbi aromatik bitkilerle ilgili büyük veri kümelerini analiz etmek, yeni bileşiklerin keşfedilmesine yardımcı olmak ve özelliklerini tahmin etmek için kullanılır.

Araştırmacılar, botanikçiler, farmakologlar, kimyagerler ve endüstri paydaşları arasındaki işbirliği, tıbbi aromatik bitkiler alanında Ar-Ge'yi ilerletmek için hayati önem taşımaktadır. Bu disiplinler arası yaklaşım, hem insan sağlığına hem de çeşitli endüstrilere fayda sağlayan yenilikçi ürünlerin ve tedavilerin geliştirilmesine yol açacaktır.

F. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE KORUMA:

Sürdürülebilirlik ve koruma, tıbbi aromatik bitkilerin uzun vadede bulunabilirliğini sağlamak, biyolojik çeşitliliği korumak ve bu bitkilerin yetiştirilmesi ve hasadıyla uğraşan toplumların geçim kaynaklarını desteklemek için bu alanda kritik bir rol oynamaktadır. Bu alanda sürdürülebilirlik ve koruma ile ilgili bazı temel hususlar aşağıda açıklanmıştır.

Yetiştirme Uygulamaları: Çevresel etkiyi en aza indiren sürdürülebilir yetiştirme uygulamalarını teşvik edin. Bu, kimyasal girdi kullanımını azaltmak için organik tarım yöntemlerinin, ürün rotasyonunun ve entegre haşere yönetiminin kullanılmasını içerir.

Yabani Hasat ve Toplama: Aromatik bitkiler doğadan elde ediliyorsa, aşırı kullanımı önlemek için sürdürülebilir hasat uygulamaları gerçekleştirin. Bitki popülasyonlarının yenilenmesini sağlayan yönergelere bağlı olarak sorumlu toplama ve hasadı teşvik edin.

Biyolojik Çeşitliliğin Korunması: Tıbbi aromatik bitkilerin doğal olarak bulunduğu bölgeler de dahil olmak üzere yüksek biyoçeşitliliğe sahip alanları belirleyin ve koruyun. Koruma çabaları, bu bitkileri destekleyen doğal habitatları ve ekosistemleri muhafaza etmeyi amaçlamalıdır.



Etik Kaynak Kullanımı ve Adil Ticaret:

Yerel toplumlar ve küçük ölçekli çiftçiler için adil ücretlendirme sağlayarak tıbbi aromatik bitkilerin etik kaynak kullanımını teşvik edin. Sürdürülebilir geçim kaynaklarını desteklemek için adil ticaret uygulamalarının kullanılmasını sağlayın.

CITES Uyumluluğu: Nesli Tehlike Altında Olan Yabani Hayvan ve Bitki Türlerinin Uluslararası Ticaretine İlişkin Sözleşme (CITES) kapsamında listelenen aromatik bitki türleri için, yasadışı ticareti önlemeye ve tehdit altındaki türleri korumaya yönelik düzenlemelere uyulmasını sağlayın.



Tıbbi aromatik bitkiler alanında sürdürülebilirlik ve korumaya öncelik vererek çevreyi koruyabilir, biyoçeşitliliği muhafaza edebilir ve gelecek nesiller için bu değerli kaynakların sürdürülebilir bir şekilde tedarik edilmesini sağlayabiliriz. Bu yaklaşım aynı zamanda yerel toplumların refahına katkıda bulunur ve bu bitki türlerine dayanan endüstrilerin sorumlu bir şekilde büyümesini destekler.



Farkındalık Yaratmak: Yerel topluluklara, çiftçilere ve paydaşlara sürdürülebilir uygulamaların önemi ve tıbbi aromatik bitkilerin korunmasının değeri konusunda eğitim verin.

Ağaçlandırma ve Habitat Restorasyonu: Aromatik bitki türlerinin büyümesi için elverişli ortamlar yaratmak amacıyla yeniden ağaçlandırma çalışmalarını ve bozulmuş habitatların restorasyonunu destekleyin.

Tohum Bankaları ve Gen Kaynaklarının Korunması: Gelecek nesiller için tıbbi aromatik bitkilerin genetik çeşitliliğini muhafaza etmek amacıyla tohum bankaları ve gen kaynakları koruma tesisleri kurun.

Sertifikasyon ve Etiketleme: Sürdürülebilir ve sorumlu bir şekilde yönetilen kaynaklardan elde edilen ürünleri ayırt etmek için sürdürülebilirlik sertifikalarının ve eko-etiketlerin kullanımını teşvik edin.

Araştırma ve İzleme: Tıbbi aromatik bitki türlerinin durumunu ve popülasyon eğilimlerini izlemek için araştırmalara yatırım yapın. Bu, popülasyonlardaki herhangi bir düşüşün belirlenmesine yardımcı olur ve zamanında koruma eylemlerini kolaylaştırır.

Topluluk Katılımı: Tıbbi aromatik bitkilerle ilgili geleneksel bilgi ve uygulamaları dikkate alarak yerel toplulukları koruma çalışmalarına dahil edin.

Endüstri İşbirliği: Sürdürülebilir tedarik zincirleri ve uygulamaları geliştirmek için endüstriler, hükümetler, STK'lar ve yerel toplumlar arasında işbirliğini teşvik edin.

İklim Değişikliğine Dayanıklılık: İklim değişikliğinin tıbbi aromatik bitki popülasyonları üzerindeki etkisini değerlendirin ve bu bitkilerin dayanıklılığını ve uyum yeteneğini artıracak önlemleri uygulayın.



2.KARAR VERME SÜREÇLERİ

Tarımsal iş dünyasına ve Tıbbi ve Aromatik Bitkiler (TAB) sektöründe yer alan heyecan verici fırsatlara hoş geldiniz. El kitapçığının bu bölümünde, girişimci ruhunuzu ateşleyebilecek çeşitli tarımsal iş modellerini ve karar verme süreçlerini inceleyeceğiz. İster sürdürülebilirlik, ister inovasyon, ister toplumun sağlık ve zindeliğine katkıda bulunma konusunda tutkulu olun, TAB sektörü büyüme için dinamik bir platform sunuyor.

TARIMSAL İŞLETME MODELLERİNİ ANLAMA:

Tarımsal iş modelleri, tarım operasyonlarının ve ilgili faaliyetlerin değer ürettiği yapı ve stratejileri tanımlar. TAB sektöründe birkaç iş modeli öne çıkmaktadır:

GELENEKSEL ÇİFTÇİLİK:

Bu model, geleneksel yöntemler kullanılarak TAB'nin yetiştirilmesini ve hasat edilmesini içerir. Birçok işletme için bir temel oluşturur ve büyüme için istikrarlı bir platform sağlar.

ORGANİK TARIM:

Sürdürülebilirlik ve çevre sağlığına odaklanan organik tarım, sentetik kimyasalların kullanımını en aza indirir. Doğal ve pestisit içermeyen ürünlere yönelik artan talebi karşılar.





3.TARIM İŞLETMESİNE SIFIRDAN NASIL BAŞLANIR?

GİRİŞ

Sıfırdan bir tarımsal işletme kurmak ödüllendirici ve tatmin edici bir çaba olabilir, ancak dikkatli bir planlama ve yürütme gerektirir. İster mahsul yetiştirmeyi, ister hayvan yetiştirmeyi veya katma değerli ürünlere girmeyi hayal edin, iyi tasarlanmış bir iş planına sahip olmak başarı için çok önemlidir. Bu bölüm, tarım işinizi kurmak ve uzun vadeli büyüme ve karlılığın yolunu açmak için etkili bir iş planı oluşturma adımlarında size rehberlik edecektir.

3.1. PAZAR ARAŞTIRMASI VE FİZİBİLİTE ÇALIŞMASI

Herhangi bir tarımsal işletme girişimine başlamadan önce, kapsamlı bir pazar araştırması ve fizibilite çalışması şarttır. Potansiyel müşterileri, rakipleri ve pazar eğilimlerini belirleyin. Seçtiğiniz ürün veya hizmet için talep ve arz dinamiklerini analiz edin. Seçtiğiniz yerde tarımsal işletmeniz için uygun bir pazar olup olmadığını belirleyin. Bu hususları anlamak, bilinçli kararlar almanıza ve girişiminiz için gerçekçi bir vizyon geliştirmenize yardımcı olacaktır.

3.2. İŞ HEDEFLERİNİ VE AMAÇLARI TANIMLAMA

Açık ve ölçülebilir iş hedefleri ve amaçları belirleyin. Bunlar belirli üretim hedeflerini, gelir amaçlarını veya genişleme planlarını içerebilir. İyi tanımlanmış hedeflere sahip olmak, ilerlerken odaklanmanıza ve motive olmanıza yardımcı olacaktır.

Hedeflerinizin kaynaklarınıza, yeteneklerinize ve pazar potansiyeline göre gerçekçi ve ulaşılabilir olduğundan emin olun.



3.3. DOĞRU TARIMSAL İŞLETME MODELİNİN SEÇİLMESİ

İlgi alanlarınıza, uzmanlığınıza ve kaynaklarınıza uygun tarımsal işletme türüne karar verin. Mahsul çiftçiliği, hayvancılık üretimi, su ürünleri yetiştiriciliği, tarımsal işleme ve hatta bunların bir kombinasyonu gibi çeşitli modeller arasından seçim yapabilirsiniz. Her model kendine özgü zorluklar ve fırsatlarla birlikte gelir; bu nedenle hangisinin vizyonunuza ve hedeflerinize en uygun olduğunu dikkatlice değerlendirin.

Girişimcilerin kaynaklarına, hedeflerine ve ilgi alanlarına göre değerlendirebilecekleri çeşitli tarımsal işletme modelleri vardır.

Küçük Ölçekli Organik Tarım: Bu model, daha küçük bir arazide organik meyve, sebze veya şifalı bitkiler üretmeye odaklanır. Sürdürülebilirliğe vurgu yaparak, doğal tarım yöntemleri ve yerel pazarlara veya organik ürünlere öncelik veren niş tüketicilere hizmet verir.

Özel Mahsul Üretimi: Bu model, şifalı otlar, baharatlar, egzotik meyveler veya niş sebzeler gibi belirli yüksek değerli mahsullerin yetiştirilmesine odaklanmayı içerir. Özel mahsul üretimi, ürünlerin benzersiz ve talep gören doğası nedeniyle daha yüksek karlara yol açabilir.

Hayvancılık: Hayvancılık, süt hayvancılığı, kümes hayvancılığı veya et üretimi gibi çeşitli amaçlarla hayvan yetiştirmeyi içerir. Bu model hayvan sağlığı, beslenmesi ve refahının dikkatli bir şekilde yönetilmesini gerektirir.



Su Ürünleri Yetiştiriciliği: Su ürünleri, kontrollü ortamlarda balık, kabuklu deniz ürünleri veya su bitkilerinin yetiştirilmesini içerir. Havuzlarda, tanklarda ve hatta açık deniz tesislerinde yapılabilir. Su ürünleri yetiştiriciliği, deniz ürünlerine yönelik artan talebin karşılanması açısından önemli ve sürdürülebilir bir yöntemdir.

Tarımsal ormancılık: Tarımsal ormancılık, tarımı ağaç yetiştiriciliği ile birleştirir. Toprak sağlığını iyileştirmek, suyu korumak, kereste veya kereste dışı orman ürünlerinden ek gelir elde etmek gibi çeşitli faydalar sağlayabilecek ağaçların yanı sıra mahsul üretimine de olanak tanır.

Dikey Tarım: Dikey tarım, genellikle kontrollü iç ortamlarda, istiflenmiş katmanlar halinde mahsul yetiştirmek için dikey alanı kullanır. Bu model, alan verimliliğini en üst düzeye çıkarır ve kentsel alanlarda yıl boyunca üretim yapılmasına olanak tanır.



Hidroponik ve Aeroponik: Hem hidroponik hem de aeroponik, topraksız tarım teknikleridir. Hidroponik, besin açısından zengin suda bitki yetiştirmeyi içerirken, aeroponik bitki köklerini havada asılı tutar ve onları ince bir besin solüsyonu sisi ile besler. Bu yöntemler bitki beslenmesi ve su kullanımı üzerinde hassas kontrol sağlar.

Sözleşmeli Çiftçilik: Sözleşmeli çiftçilik, çiftçiler ve alıcılar, genellikle işleyiciler, perakendeciler veya ihracatçılar arasındaki anlaşmaları içerir. Çiftçiler, ürünleri alıcının spesifikasyonlarına göre yetiştirir ve alıcı, ürünü önceden anlaşılan fiyatlarla satın almayı taahhüt eder.

Tarım turizmi: Tarım turizmi, tarımı turizmle birleştirerek ziyaretçilere çiftlik yaşamını deneyimleme, tarımsal faaliyetlere katılma ve çiftlik ürünleri satın alma şansı sunar. Bu model gelir akışlarını çeşitlendirir ve kırsal kalkınmayı destekler.

Topluluk Destekli Tarım (TDT): TDT, tüketicilere çiftliğin hasadından pay sunarak çiftçilerle doğrudan bağlantı kurar. Tüketiciler bir sezonluk ürün için ön ödeme yaparak çiftçiye ön sermaye sağlarken tüketicilerin taze, yerel olarak yetiştirilen ürünleri düzenli olarak almasını sağlar.





3.4.MALİ PLANLAMA VE BÜTÇELEME

Tarımsal faaliyetlerin başarısını ve sürdürülebilirliğini sağlamak için tarımda finansal planlama çok önemlidir. Diğer tüm işlerde olduğu gibi tarım da çeşitli maliyetler, riskler ve gelir akışları içerir. Etkili finansal planlama, çiftçilerin bilinçli kararlar almasına, kaynak tahsisini optimize etmesine ve finansal hedeflerine ulaşmasına yardımcı olur. Tarımda finansal planlamanın bazı önemli yönleri şunlardır:

Bütçeleme: Ayrıntılı bir bütçe oluşturmak finansal planlamanın temelidir. Mahsul satışlarından, hayvancılıktan veya diğer tarım ürünlerinden elde edilen gelirin tahmin edilmesini ve tohum, gübre, böcek ilacı, işçilik, ekipman ve bakım gibi girdi giderlerinin ön görülmesini içerir. Bütçenin fiili performansına göre düzenli olarak güncellenmesi, sapmaların tespit edilmesine ve zamanında düzenlemeler yapılmasına yardımcı olur.

Nakit Akışı Yönetimi: Nakit akışını yönetmek, özellikle gelirin yıl boyunca eşit olarak dağıtılamayabileceği tarımda kritik öneme sahiptir. Günlük operasyonlar, kredi geri ödemeleri ve diğer mali taahhütler için yeterli nakit akışını sağlamak amacıyla giderleri ve gelirleri dengelemek çok önemlidir.

Risk Yönetimi: Tarım, hava durumuyla ilgili olaylar, piyasa dalgalanmaları ve haşere istilası dahil olmak üzere çeşitli risklere maruz kalmaktadır. Çiftçiler bu riskleri sigorta poliçeleri, riskten korunma stratejileri, mahsul çeşitlendirmesi ve dayanıklı tarım uygulamalarını benimseyerek azaltabilirler.



Yatırım Planlaması: Büyüme ve gelişme fırsatlarının belirlenmesi önemlidir. Çiftlik yatırımları, yeni makinelerin satın alınmasını, altyapının iyileştirilmesini veya yenilikçi teknolojilerin benimsenmesini içerebilir. Yatırım getirisinin ve geri ödeme süresinin değerlendirilmesi, doğru yatırım kararlarının alınmasına yardımcı olur.

Borç Yönetimi: Birçok çiftçi, ilk yatırımlar veya işletme sermayesi için kredilere güvenir. Geri ödeme planları ve faiz oranları da dahil olmak üzere borcun doğru yönetimi, mali sıkıntıdan kaçınmak ve iyi bir kredi durumunu sürdürmek için çok önemlidir.

Vergi Planlaması: Farklı tarımsal faaliyetlerin vergi sonuçlarını anlamak ve mevcut vergi teşviklerinden yararlanmak, bir çiftliğin kârlılığını önemli ölçüde etkileyebilir. Tarım konusunda bilgi sahibi bir vergi danışmanı ile çalışmak, vergi planlama stratejilerinin optimize edilmesine yardımcı olabilir.

Kayıt Tutma: Etkin finansal planlama için doğru ve kapsamlı kayıt tutma şarttır. Gelir, gider, envanter ve varlık amortismanının takip edilmesi, analiz ve karar verme için değerli veriler sağlar.

Kıyaslama: Çiftliğin mali performansını sektör kıyaslamalarıyla veya benzer operasyonlarla karşılaştırmak, iyileştirme alanlarının ve en iyi uygulamaların belirlenmesine yardımcı olur.

Sürdürülebilirlik ve Çevresel Etki: Tarımdaki modern finansal planlama aynı zamanda sürdürülebilirlik ve çevresel hususları da içermektedir. Çevre dostu uygulamaların uygulanması maliyet tasarrufunu sağlayabilir ve eko-etiketleme programlarına katılım için fırsatlar yaratabilir.

Acil Durum Planlaması: Doğal afetler veya piyasadaki gerilemeler gibi öngörülemeyen olaylar için acil durum planlarına sahip olmak çok önemlidir. Bu, acil durum fonlarına sahip olmayı veya alternatif gelir kaynaklarının belirlenmesini içerebilir.



Tarımda finansal planlama, değişen piyasa koşullarına ve dış faktörlere uyum sağlamayı ve yanıt vermeyi gerektiren devam eden bir süreçtir. Çiftçiler finansal planlamaya öncelik vererek daha iyi finansal istikrar elde edebilir, kaynak kullanımını optimize edebilir ve tarımsal işletmelerinin geleceğini güvence altına almak için bilinçli kararlar alabilir.

Arazi ve Altyapı Edinimi

Mali planınızı hazırladıktan sonra, tarım işletmeniz için gerekli araziye ve altyapıyı edinin. Toprak kalitesi, su mevcudiyeti, iklim koşulları ve pazarlara yakınlık gibi faktörleri göz önünde bulundurarak konumun seçtiğiniz aktiviteye uygun olduğundan emin olun. İş modelinize bağlı olarak seralara, ahırlara, depolama tesislerine veya işleme birimlerine yatırım yapmanız gerekebilir.

Üretim Sürecinin Kurulması

Kaynak kullanımını ve verimliliği optimize eden iyi yapılandırılmış bir üretim süreci tasarlayın. Yerel koşullara çok uygun olan uygun mahsulleri veya hayvan türlerini seçin. Çevresel etkiyi en aza indirmek ve tarımsal işletmenizin uzun vadeli sürdürülebilirliğini sağlamak için sürdürülebilir tarım uygulamalarını uygulayın.

Tedarik ve Tedarik Zinciri Yönetimi

Sürekli gelişen tarım dünyasında, satın alma ve tedarik zinciri faaliyetlerinin eksiksiz yönetimi, tarımsal işletmelerin başarısında ve sürdürülebilirliğinde kritik bir faktör haline gelmiştir. Kaliteli girdilerin tedarik edilmesinden pazara taze ürünlerin sunulmasına kadar verimli ve iyi organize edilmiş bir tedarik zinciri, operasyonların sorunsuz akışını, kaynakların optimize edilmesini ve tüketici taleplerinin karşılanmasını sağlar. Tarımda etkili satın alma ve tedarik zinciri yönetiminin temel yönlerini ve faydalarını keşfedelim.

Girdilerin Kaynak Kullanımı - Tarımda Mükemmeliyetin Temeli:

Çiftçiler için güvenilir ve kaliteli tarımsal girdilerin sağlanması esastır. Tedarik, saygın tedarikçilerden tohum, gübre, böcek ilacı ve makine tedarikiyle başlar. Güçlü ortaklıklar kurmak ve uygun koşulları müzakere etmek yalnızca temel kaynaklara zamanında erişim sağlamakla kalmaz, aynı zamanda maliyet etkinliğine de katkıda bulunur.

Envanter Yönetiminin Optimize Edilmesi - Verimlilik ve Maliyetin Dengelenmesi:

Envanter yönetimi tarımda hassas bir dengeleme eylemidir. Girdi ve kaynakların optimal düzeyde tutulması, israfı ve stok tükenmesini önleyerek sorunsuz ve kesintisiz üretim döngülerine olanak tanır. Etkili envanter yönetimi, işletme sermayesini doğrudan etkileyerek kaynakların verimli kullanılmasını sağlar.

Verimli Lojistik ve Taşımacılık - Tarladan Pazara:

Tarımsal tedarik zinciri çiftlik kapılarının ötesine uzanır. Ürünlerin çiftliklerden işleme tesislerine, pazarlara veya ihracat noktalarına taşınması dikkatli planlama ve lojistik gerektirir. Kolay bozulabilen ürünler için soğutmalı araçlar da dahil olmak üzere taşıma yöntemlerinin doğru seçimi, uzun mesafelerde bile ürün kalitesini ve tazeliğini garanti eder.

Kalite Kontrol - Standartların ve Tüketici Beklentilerinin

Karşılanması: Nihai ürünlerin endüstri standartlarını ve tüketici beklentilerini karşılamasını sağlayan kalite kontrolü, tarımda son derece önemlidir. Tedarik zincirinin çeşitli aşamalarında yapılan sıkı denetimler, testler ve sertifikalar, alıcılara ürünün orijinalliği ve mevzuata uygunluğu konusunda güvence verir.

Çiftlikten Sofraya İzlenebilirlik - Tüketici Güvenini Artırmak:

Gıda güvenliği endişelerinin arttığı bir dönemde izlenebilirlik değerli bir araç olarak ortaya çıkmaktadır. İzlenebilirlik sistemlerinin uygulanması, tarımsal işletmelerin, ürünlerinin çiftlikten sofraya olan yolculuğunu takip ederek şeffaflık ve hesap verebilirlik sunmasına olanak tanır ve bu süreçte tüketiciye güven aşılar.

Pazar Araştırması ve Talep Tahmini - Üretim ve Tüketimi

Hizalama: Pazar talebini ve tüketici eğilimlerini anlamak, tarımsal işletmelere, üretimlerini müşteri tercihlerine göre düzenleme konusunda güçlendirir. Doğru talep tahmini, aşırı üretim ve eksik üretim risklerini en aza indirerek kaynak tahsisini optimize eder.

**İşbirliği ve Ortaklıklar - Başarı için Sinerji Oluşturma:**

Tedarik zinciri boyunca işleyiciler, distribütörler ve perakendeciler gibi paydaşlarla işbirliği yapmak operasyonel verimliliği ve pazar erişimini artırır. Ortaklıklar, ortak markalaşma, tanıtım ve paylaşılan kaynaklara yol açarak büyümeyi ve karşılıklı faydaları teşvik edebilir.

Sürdürülebilirlik ve Etik Kaynak Kullanımı - Sorumlu Bir Şekilde Yetiştirmek:

Sürdürülebilir ve etik kaynak kullanımı uygulamalarını benimsemek yalnızca şirketin saygınlığını güçlendirmekle kalmaz, aynı zamanda etik olarak üretilen ürünlere yönelik artan tüketici talebini de karşılar. Sorumlu tarım uygulamaları, doğal kaynakların korunmasına katkıda bulunur ve uzun vadeli sürdürülebilirliği teşvik eder.

Veri ve Teknoloji - Bilginin Gücünün Ortaya Çıkarılması:

Veri analitiği ile teknolojinin entegre edilmesi, tarım işletmelerini paha biçilmez içgörülerle güçlendirir. Verilerden yararlanmak, tedarik zinciri performansının optimize edilmesine, verimsizliklerin belirlenmesine ve gelişmiş üretkenlik için veriye dayalı kararlar alınmasına yardımcı olur.

Risk Yönetimi - Belirsizliklerin Azaltılması:

Tedarik zinciri kesintileri, iklim olayları, piyasa dalgalanmaları veya jeopolitik değişimler dahil olmak üzere sayısız faktörden kaynaklanabilir. Risk yönetimi stratejilerini ve acil durum planlarını uygulayarak tarımsal işletmeler belirsizliklerin üstesinden gelebilir ve operasyonel esnekliği koruyabilir.

Pazarlama ve Satış Stratejisi

Tarımsal ürünlerinizi tanıtmak için güçlü bir pazarlama ve satış stratejisi geliştirin. Potansiyel müşterilere ulaşmak için hem geleneksel hem de dijital pazarlama kanallarını kullanın. Pazar erişiminizi genişletmek için perakendeciler, toptancılar ve distribütörlerle bağlantılar kurun. Marka kimliğinizi sürdürülebilir ve kalite odaklı uygulamalar etrafında oluşturun.

Uyumluluk ve Düzenlemeler

Tarım ve tarımsal işletmeyle ilgili tüm yerel ve ulusal düzenlemeleri anlayın ve bunlara uyun. Yasal olarak faaliyet göstermek için gerekli lisansları, izinleri ve sertifikaları alın. Bu kurallara bağlı kalmak, işletmenizi olası yasal sorunlardan koruyacak ve müşteriler arasında güveni artıracaktır.

İzleme ve değerlendirme

Tarımsal işletmenizin önceden belirlediğiniz hedeflere göre ilerleyişini düzenli olarak izleyin. Üretim getirileri, satış rakamları ve kârlılık gibi performans göstergelerini analiz edin. Bilgiye dayalı kararlar vermek, stratejilerinizi uyarlamak ve operasyonlarınızı sürekli iyileştirmek için bu verileri kullanın.





4. PAZARLAMA VE MÜZAKERELER

Günümüzün rekabetçi küresel pazarında, etkili pazarlama ve müzakereler tarımsal işletmelerin başarısında çok önemli bir rol oynamaktadır. Tarım sektörünün pazar dinamiklerine, tüketici tercihlerine ve değişen eğilimlere karşı bağıışıklığı yoktur. Bu ortamda başarılı olmak için çiftçilerin ve tarım işletmelerinin müşterilerle bağlantı kurmalarına, değer yaratmalarına ve kârlı anlaşmalar sağlamalarına yardımcı olacak stratejik pazarlama yaklaşımlarını ve müzakere becerilerini benimsemeleri gerekir. Bu makale, tarımda pazarlama ve müzakerelerin önemini incelemekte ve çiftçileri başarı için güçlendirecek değerli bilgiler sunmaktadır.

4.1. TARIMDA PAZARLAMANIN ROLÜNÜ ANLAMAK

Pazarlama, tarım sektöründe çok önemli bir rol oynar ve büyüme, kârlılık ve sürdürülebilir kalkınma için bir katalizör görevi görür. Gıda ve tarım ürünlerine olan talep artmaya devam ettikçe, tarımsal işletmelerin rekabetçi ve dinamik bir pazarda başarılı olabilmesi için etkili pazarlama stratejileri elzem hale gelmektedir. Tarımda pazarlamanın temel yönlerini ve önemini inceleyelim.

Çiftçileri Tüketicilerle Buluşturmak:

Pazarlama, çiftçiler ile tüketiciler arasında köprü kurarak tarımsal ürünlerin son kullanıcılara etkin bir şekilde ulaşmasını sağlar. Pazarlama, ürünlerin etkin bir şekilde tanıtılması ve dağıtılması yoluyla çiftçilerin geniş ve çeşitli bir müşteri tabanıyla bağlantı kurabilmesini sağlayarak pazara erişimi ve satış fırsatlarını artırır.



Ürün Tanıtımı ve Görünürlük:

Etkili pazarlama, tarımsal ürünler hakkında farkındalık yaratır ve benzersiz özelliklerini ve faydalarını vurgular. Reklam, sosyal medya ve diğer pazarlama kanalları aracılığıyla çiftçiler ürünlerinin kalitesini, sürdürülebilirliğini ve sağlığa faydalarını sergileyerek pazarda rekabet avantajı elde edebilirler.

Değer Katma ve Markalaşma:

Pazarlama, ham tarımsal ürünleri markalı ve işlenmiş ürünlere dönüştürerek değer katmayı kolaylaştırır. Bu, ürünlerin algılanan değerini artırır ve çiftçilerin yüksek fiyatlar talep etmesini sağlayarak kârlılığı artırır.

Pazar Araştırması ve Tüketici

İçgörüler: Pazarlama faaliyetleri, tüketici tercihlerini, eğilimlerini ve taleplerini anlamak için sürekli pazar araştırmasını içerir. Bu bilgi, çiftçilerin üretimlerini tüketici ihtiyaçlarıyla uyumlu hale getirmelerine, ürün tekliflerini ve pazar kabulünü iyileştirmelerine yardımcı olur.

**Çeşitlendirme ve Niş Pazarlar:**

Pazarlama, çeşitlendirmeyi ve niş pazarların keşfini sağlar. Çiftçiler organik, adil ticaret veya yerel kaynaklı ürünler gibi özel pazar segmentlerini belirleyebilir ve bunlara hitap edebilir, böylece daha yüksek kar marjları ve daha düşük fiyat duyarlılığı elde edebilirler.

Sürdürülebilir Uygulamaların Teşvik Edilmesi:

Sürdürülebilir tarım uygulamaları bilinçli tüketiciler tarafından giderek daha fazla rağbet görmektedir. Pazarlama, tüketicileri çiftçilerin organik tarım, koruma çabaları ve azaltılmış karbon ayak izi gibi çevre dostu girişimleri hakkında eğiterek sürdürülebilir tüketim kavramını teşvik edebilir.

Tüketici Güveni ve Sadakati

Oluşturmak: Şeffaf ve özgün pazarlama tüketici güvenini ve sadakatini artırır. Çiftçiler üretim süreçleri, sertifikalar ve kalite standartları hakkında bilgi paylaşarak şeffaflığa ve etik uygulamalara değer veren müşterilerle kalıcı ilişkiler geliştirebilir.

İnovasyon ve Teknolojinin Benimsenmesini Teşvik Etmek: Pazarlama, tarımda yenilikçi teknolojilerin ve uygulamaların benimsenmesinin faydalarını vurgulayabilir. Çiftçiler modern araçları benimseyerek üretkenliği artırabilir, kaynak kullanımını optimize edebilir ve genel verimliliği artırabilir.

Pazar Geliştirme ve İhracat Fırsatları: Etkili pazarlama, pazar erişimini yerel sınırların ötesine genişleterek ihracat için fırsatlar yaratır. Uluslararası pazarlara erişim, çiftçilerin gelir akışlarını çeşitlendirmelerini ve ekonomik büyümeye katkıda bulunmalarını sağlar.

Tarım Politikaları için Savunuculuk: Pazarlama çabaları, tarım politikaları ve yönetmelikleri hakkında savunuculuk ve farkındalık yaratmayı da kapsayabilir. Çiftçiler, dernekler ve kooperatifler aracılığıyla toplu olarak politika yapıcılarını etkileyebilir ve sürdürülebilir tarımı destekleyen ve sektördeki zorluklara değinen politikaları savunabilirler.



Sonuç olarak, tarımda pazarlama çiftçileri güçlendiren, pazarlanabilirliği artıran ve sürdürülebilir uygulamaları teşvik eden itici bir güçtür. Çiftçiler yenilikçi pazarlama stratejileri benimseyerek tüketicilerle bağlantı kurabilir, ürünlerini tanıtabilir ve pazar taleplerine etkili bir şekilde yanıt verebilir. Pazarlama sadece tarımsal işletmelerin finansal beklentilerini iyileştirmekle kalmaz, aynı zamanda tarımın dünyayı beslemedeki önemini daha fazla takdir edilmesini sağlar. Tarım sektörü gelişmeye devam ederken, pazarlamayı stratejik bir araç olarak benimsemek, çiftçilerin büyümeyi geliştirmesi, sürdürülebilirliği teşvik etmesi ve küresel gıda ekosistemine katkıda bulunması için hayati önem taşımaktadır.

4.2. TARIMSAL İŞLEMLERDE MÜZAKERELERİN ÖNEMİ

Müzakereler, ürün alım satımı, tedarikçilerle veya distribütörlerle sözleşme yapılması ve ortaklıklar kurulması gibi çeşitli bağlamlarda gerçekleştiği için tarım sektörünün ayrılmaz bir parçasıdır.

Etkili müzakere becerileri çiftçilere aşağıdaki şekillerde fayda sağlayabilir:

Fiyat Optimizasyonu - Ustalıkla gerçekleştirilen müzakereler tarımsal ürünler için daha iyi fiyatlar elde edilmesini sağlayarak çiftçilerin krlılığını artırabilir.

Sözleşmeye Dayalı Anlaşmalar - Alıcılar, tedarikçiler ve ortaklarla yapılan sözleşmelerin müzakere edilmesi, ilgili tüm tarafların rollerini, sorumluluklarını ve beklentilerini anlamalarını sağlar.

Risk Azaltma - Uygun koşulların müzakere edilmesi, çiftçilerin fiyat dalgalanmaları, hava koşulları ve piyasa belirsizlikleriyle ilişkili riskleri azaltmasına yardımcı olabilir.

Sürdürülebilir İlişkiler - Olumlu müzakere deneyimleri, alıcılar ve tedarikçilerle uzun vadeli ilişkileri teşvik ederek sürekli iş fırsatlarının ortaya çıkmasını sağlayabilir.

Değer Yaratma - Etkili müzakereler ortak girişimler, işbirlikleri veya yeni pazarlara erişim gibi katma değerli fırsatlara yol açabilir.



4.3. TARIMDA ETKİN PAZARLAMA VE MÜZAKERELER İÇİN İPUÇLARI

Pazarınızı Tanıyın: Tüketici tercihlerini, eğilimleri ve rakiplerin tekliflerini anlamak için kapsamlı bir pazar araştırması yapın. Pazarlama stratejilerinizi hedef kitlenizin özel ihtiyaç ve tercihlerine göre uyarlayın.

Kalite ve Sürdürülebilirliğe Odaklanın: Tarımsal ürünlerinizin kalitesini vurgulayın ve çevre bilincine sahip tüketicilere hitap etmek için sürdürülebilir tarım uygulamalarını öne çıkarın.

Güçlü Bir Marka Oluşturun: Çiftliğinizin veya tarımsal işletmenizin değerlerini ve görüşünü yansıtan ayırt edici bir marka kimliği oluşturun. Güçlü bir marka tüketicilere güven ve sadakat aşılayabilir.



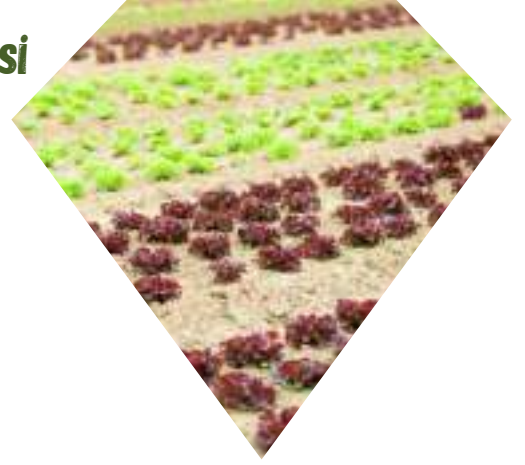
Müzakere Becerilerinizi Geliştirin: Atölye çalışmaları, kurslar veya uzmanlara danışarak müzakere becerilerinizi geliştirmeye yatırım yapın. Karşılıklı fayda sağlayan sonuçlar bulmak için müzakereler sırasında aktif dinleme, empati ve esneklik uygulayın.

Net Hedefler Belirleyin: Herhangi bir müzakereye girmeden önce hedeflerinizi ve arzu ettiğiniz sonuçları tanımlayın. Bu netlik yaklaşımınıza rehberlik edecek ve olumlu sonuçlara ulaşma şansınızı artıracaktır.

İşbirliğine Açık Olun: Tarımsal değer zincirindeki diğer paydaşlarla işbirliği fırsatlarını araştırın. İşbirlikleri kaynakların paylaşılmasını ve pazara erişimin artmasını sağlayabilir.

4.4.PAZARLAMA VE MÜZAKERELERİN SİNERJİSİ

Tarım alanında, pazarlama ve müzakerelerin sinerjisi, büyüme ve refah için hayati bir katalizör olarak ortaya çıkmıştır. Birbiriyle bağlantılı bu iki disiplin, ürün ve hizmetlerin tanıtımından paydaşlarla işbirliğine dayalı ilişkiler kurmaya kadar tarım sektörünün karmaşıklığını aşmak için el ele çalışmaktadır. Pazarlama ve müzakerelerin yakınlaşmasının tarımda başarı ve sürdürülebilir kalkınmayı nasıl geliştirdiğini inceleyelim. Tarımda etkili pazarlama ve müzakerelerin temelinde güçlü ilişkiler kurma ve güveni teşvik etme sanatı yatar. Stratejik pazarlama çabaları sayesinde çiftçiler ürünleri hakkında olumlu algılar yaratarak potansiyel alıcıların ve ortakların ilgisini artırabilir. Müzakerelerde, karşılıklı fayda sağlayan anlaşmalara varmak ve uzun vadeli ortaklıklar sağlamak için paydaşlarla güven ve uyum esastır.



Tarımda pazarlama, tüketici ihtiyaç ve tercihlerinin anlaşılmasında çok önemli bir rol oynar. Pazar araştırması ve analizi sayesinde çiftçiler yeni ortaya çıkan eğilimleri, müşteri taleplerini ve değişen pazar dinamiklerini belirleyebilir. Bu değerli bilgilerle donanmış olarak, ürün ve hizmetlerini tüketici beklentilerini karşılayacak şekilde uyarlayabilir ve kendilerini pazarda avantajlı bir şekilde konumlandırabilirler.

- Etkili pazarlama iletişimi, çiftçilerin tarımsal ürünlerinin benzersiz değer önerilerini vurgulamalarını sağlar. Sürdürülebilirlik, kalite ve etik uygulamalar gibi faktörleri sergileyerek kendilerini rakiplerinden farklılaştırabilir ve ilgi çekici bir marka kimliği oluşturabilirler. Müzakereler sırasında bu değer önermeleri, uygun şartların güvence altına alınmasında ve alıcıların ve ortakların tekliflerinin yararları konusunda ikna edilmesinde kilit unsurlar haline gelir.
- Tarımda pazarlama ve müzakereler arasındaki sinerji, büyüme fırsatlarını yakalamaya da uzanır. Başarılı pazarlama kampanyaları ilgi uyandırır ve potansiyel müşterileri çekerek müzakereler için bir temel oluşturur. Yetenekli müzakereciler bu fırsatlardan yararlanarak dağıtım anlaşmaları, sözleşmeler veya ortaklıklar yoluyla işlerini büyütebilir ve gelir elde edebilirler.
- Müzakereler, girdilerin tedarik edilmesinden satış ve dağıtım anlaşmalarının güvence altına alınmasına kadar tarımın çeşitli yönlerinde çok önemlidir. Başarılı müzakereler çiftçilerin tarımsal girdiler için rekabetçi fiyatlar elde etmesine, distribütörlerle adil şartlar sağlamasına ve karmaşık sözleşme düzenlemelerinde yol almasına olanak tanır. Etkili müzakereler, ihracat pazarlarına erişimde de kritik bir rol oynayarak tarım ürünlerinin küresel erişimini artırır.
- Hızla gelişen tarımsal ortamda, çeviklik ve uyumluluk çok önemlidir. Pazarlama ve müzakereler arasındaki sinerji, çiftçilerin değişen piyasa koşullarına, ortaya çıkan trendlere ve mevzuat değişikliklerine proaktif bir şekilde yanıt vermelerini sağlar. Bu uyumluluk, eğrinin önünde kalmalarını ve büyüme ve yenilik için yeni fırsatları yakalamalarını sağlar.
- Sonuç olarak, tarımda pazarlama ve müzakerelerin sinerjisi, sürdürülebilir kalkınma için uyumlu bir strateji oluşturur. Çiftçiler güçlü ilişkiler kurarak, tüketici ihtiyaçlarını anlayarak, değer önerilerini sergileyerek, fırsatları değerlendirerek ve çevik kalarak sürekli değişen bir sektörde başarı ve dayanıklılık elde edebilirler.





5.İHRACAT VE İTHALAT

Tarımda ihracat ve ithalat, artan küresel nüfusun çeşitli taleplerinin karşılanmasında ve gıda güvenliğinin sağlanmasında çok önemli bir rol oynamaktadır. Bu süreçler, tarımsal ürünlerin ve emtiaların ülkeler arasında ticaretini içerir ve her biri uluslararası pazarlardan yararlanmak için kendi benzersiz güçlerinden ve kaynaklarından yararlanır.

5.1. . TARIMSAL İHRACAT

Tarımsal ihracat, birçok ülkenin ekonomik kalkınmasında ve sürdürülebilirliğinde önemli bir rol oynamaktadır. Tarım üreticileri, uluslararası ticaretin gücünden yararlanarak pazar erişimlerini genişletebilir, karşılaştırmalı avantajlardan faydalanabilir ve önemli miktarda gelir elde edebilirler. Tarımsal ürünlerin sınır ötesi alışverişi sadece ihracatçı ülkelere fayda sağlamakla kalmaz, aynı zamanda küresel gıda güvenliğine katkıda bulunur ve uluslar arasında karşılıklı bağımlılığı teşvik eder. Tarımsal ihracatın önemini ve sürdürülebilir büyüme ve kalkınmayı nasıl beslediğini inceleyelim.

Karşılaştırmalı

Avantajlardan

Yararlanma: Tarımsal ihracat, ülkelerin benzersiz doğal kaynaklarından, iklimlerinden ve belirli mahsuller veya hayvancılık üretimindeki uzmanlıklarından yararlanmalarına olanak tanır. Ülkeler göreceli üstünlüğe sahip oldukları tarımsal ürünlerin üretiminde uzmanlaşabilir, bu da küresel pazarda verimlilik ve rekabet gücünün artmasına yol açar.

Gelir Akışlarının Çeşitlendirilmesi:

Tarımsal ekonomiler için gelir akışlarının çeşitlendirilmesi istikrar ve büyüme için çok önemlidir. Tarımsal üreticiler uluslararası pazarlara açılarak iç talepteki dalgalanmalara ve fiyat oynaklığına olan bağımlılıklarını azaltabilirler. Çeşitlendirme, yerel ekonomik gerilemelere karşı tampon oluşturmaya yardımcı olur ve genel dayanıklılığı artırır.

Ekonomik Büyüme Katkı: Tarımsal ihracat, ihracatçı ülkelerin ekonomisi üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Artan ihracat, tarım, işleme, paketleme ve lojistik dahil olmak üzere tarımsal değer zinciri boyunca istihdam yaratılmasına yol açar. Bu istihdam artışı kırsal toplulukları canlandırır ve ekonomik kalkınmayı destekler.

Gıda Güvenliğinin Artırılması: Küresel tarım ticareti, gıda fazlası ve açığı olan bölgeler arasında gıda ürünlerinin akışını kolaylaştırır. Üretim fazlası olan ihracatçı ülkeler, kıtlık yaşayan bölgelere gıda tedarik ederek küresel gıda güvenliğine katkıda bulunabilir ve gıda krizlerinin etkisini hafifletebilir.

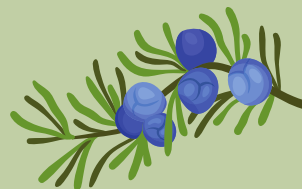
Teknoloji ve Bilgi Transferi: Uluslararası ticarete katılmak, tarım üreticilerini ithalatçı ülkelerin yeni teknolojilerine, uygulamalarına ve bilgilerine maruz bırakır. Bu bilgi alışverişi, tarımsal üretimde inovasyonu ve iyileştirmeleri teşvik ederek hem ihracatçı hem de ithalatçı ülkelere fayda sağlar.

Uluslararası Ortaklıklar Kurmak: Tarımsal ihracat, diplomatik ve ekonomik ortaklıklar kurmak için fırsatlar yaratır. İhracatçı ülkeler, ithalatçı ülkelerle ilişkiler kurarak araştırma, geliştirme projeleri ve ortak tarımsal yatırımlarda işbirliklerine yol açar.



Sürdürülebilir Uygulamaların Teşvik Edilmesi: Tarımsal ihracat, sürdürülebilir uygulamaların benimsenmesini teşvik eder. Uluslararası pazarlar genellikle çevre dostu ve sosyal açıdan sorumlu yöntemlerle üretilen ürünler talep etmektedir. İhracat yapan ülkeler bu standartları karşılamak için çaba göstererek çevre yönetiminin ve etik üretim uygulamalarının gelişmesini sağlar.

Pazar Mevsimselliğinin Üstesinden Gelme: Mevsimlik tarımsal üretim yapan ülkeler için ihracat pazarları yıl boyunca satış fırsatı avantajı sunar. Üretim döngülerini farklı bölgelerdeki değişen hasat mevsimleriyle uyumlu hale getirerek, tarım üreticileri yıl boyunca istikrarlı gelir akışlarını sürdürebilirler.



5.2. TARIMSAL İTHALAT

Tarımsal ithalat, yerli üretimde zorluklarla karşılaşan ülkelerin taleplerinin karşılanmasında, gıda güvenliğinin sağlanmasında ve ekonomik büyümenin teşvik edilmesinde çok önemli bir rol oynamaktadır. Sınırlı tarımsal kaynaklara, olumsuz iklim koşullarına veya mevsimsel üretim değişikliklerine sahip ülkeler için tarımsal ürün ithalatı, istikrarlı bir gıda arzı sağlamak ve nüfuslarının ihtiyaçlarını karşılamak için elzem hale gelmektedir. Tarımsal ithalatın önemini ve gıda güvenliğini sağlarken uluslar arasında karşılıklı bağımlılığı nasıl teşvik ettiğini inceleyelim.

Gıda Talebinin Karşılanması: Tarımsal ithalat, ülkelerin yerel gıda üretimi ile talep arasındaki açığı kapatmasına olanak tanır. Nüfus arttıkça ve kentleşme arttıkça, tarım ürünlerine olan talep genellikle yerel üretim kapasitesini aşmaktadır. Önemli malların ithal edilmesi gıda kıtlığının önlenmesine yardımcı olur ve temel malların istikrarlı bir şekilde tedarik edilmesini sağlar.

Gıda Çeşitliliğinin Artırılması: Tarımsal ithalat, piyasada bulunan gıda çeşitliliğini artırır. Farklı ülkelerden çeşitli ürünlere erişerek, ithalatçı ülkeler tüketicilerine daha geniş bir gıda yelpazesi sunabilir, daha sağlıklı beslenmeye ve mutfak deneyimlerine katkıda bulunabilir.



Mevsimlik

Üretimin

Tamamlanması: Mevsimlik tarımsal üretim yapan ülkeler için, mevsim dışı dönemlerde belirli ürünlerin ithal edilmesi istikrarlı bir gıda arzının sürdürülmesi için gereklidir. İthalat, tüketicilerin yılın belirli zamanlarında yerel olarak bulunmayan ürünlere erişebilmelerini sağlar.

Kaynak

Sınırlamalarının

Ele

Alınması: Sınırlı ekilebilir arazi, su kaynakları veya iklimsel kısıtlamalarla karşı karşıya olan ülkeler, gıda ihtiyaçlarını karşılamak için genellikle tarımsal ithalata güvenmektedir. Temel malların ithal edilmesi bu ülkelerin kaynaklarını verimli bir şekilde kullanmalarını ve diğer ekonomik faaliyetlere öncelik vermelerini sağlar.



Ekonomik Büyüme ve Destekleme: Tarımsal ithalat uluslararası ticareti canlandırır ve ekonomik büyümeyi destekler. İhracatçı ülkeler tarımsal ürünlerine yönelik artan talepten faydalanırken, ithalatçı ülkeler de rekabetçi fiyatlarla kaliteli ürünlere erişim sağlayarak hem yerel hem de küresel ekonomileri destekler.

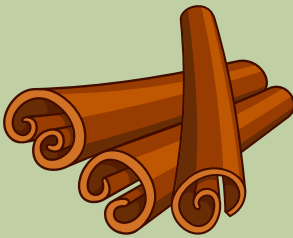
Arz Kaynaklarının Çeşitlendirilmesi: Sadece yerli üretime güvenmek, özellikle olumsuz hava olayları veya haşere salgınları gibi beklenmedik aksaklıklarla karşılaşıldığında riskli olabilir. Tarımsal ithalat yoluyla arz kaynaklarının çeşitlendirilmesi bu tür şoklara karşı kırılganlığı azaltır ve gıda güvenliğini güçlendirir.

Karşılıklı Bağımlılık ve Diplomasinin Geliştirilmesi: Tarımsal ithalatla uğraşmak uluslar arasında karşılıklı bağımlılığı teşvik eder. Ülkeler tarımsal ürün alışverişi için birbirlerine güvenerek ekonomik ve diplomatik bağlar kurar, işbirliğini ve barışçıl ilişkileri teşvik eder.

Uzmanlaşmış Ürünlere Erişim: Bazı ülkeler, kendilerine özgü coğrafi veya iklimsel koşulları nedeniyle belirli tarımsal ürünlerin üretiminde uzmanlaşmıştır. Bu uzmanlaşmış ürünlerin ithal edilmesi, diğer ülkelerin yerel olarak üretilmesi mümkün olmayan yüksek kaliteli ürünlere erişmesini sağlar.

Tüketici Tercihlerine Uygunluk: Tarımsal ithalat, ülkelerin kültürel veya bölgesel öneme sahip olabilecek belirli ürünlere yönelik tüketici tercihlerini karşılamasına olanak tanır. Tüketici taleplerine bu şekilde yanıt verilmesi, tüketici memnuniyetini artırır ve pazar rekabetçiliğini güçlendirir.

Acil Yardım Çabalarının Desteklenmesi: Tarımsal ithalat özellikle doğal afetler veya insani acil durumlar gibi kriz dönemlerinde hayati önem kazanır. Temel gıda maddelerinin ithal edilmesi acil gıda ihtiyaçlarının karşılanmasına ve acil yardım çabalarına yardımcı olur.



5.3. FIRSATLAR VE ZORLUKLAR

Tarımsal ihracat ve ithalat, uluslararası ticaretle uğraşan ülkeler için çok sayıda fırsat ve zorluk sunmaktadır. Tarımsal ticaretin bu iki yönü, küresel gıda taleplerinin karşılanmasında, ekonomik büyümenin desteklenmesinde ve uluslar arasında karşılıklı bağımlılığın teşvik edilmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Bununla birlikte, sürdürülebilir kalkınma ve gıda güvenliğini sağlamak için dikkatli bir değerlendirme, stratejik planlama ve risk yönetimi de gerektirmektedir.

Tarımsal İhracat Fırsatları:

Uluslararası Pazarlara Erişim: Tarımsal ihracat, çok çeşitli uluslararası pazarlara kapı açarak çiftçilerin ve üreticilerin daha geniş bir müşteri tabanına ulaşmasına ve ürünlerine yönelik küresel talepten yararlanmasına olanak tanır.

Ekonomik Büyüme ve Dış Gelir: Başarılı tarımsal ihracat yabancı gelir yaratır ve ekonomik büyümeyi destekler. Artan ihracat, istihdam yaratılmasına, yatırımların artmasına ve genel ekonomi üzerinde olumlu bir etkiye yol açar.

Uzmanlaşma ve Rekabet Avantajı: Tarımsal ürün ihracatı genellikle ülkelerin verimli bir şekilde ürettikleri mahsullerde veya canlı hayvanlarda uzmanlaşmalarını sağlayarak küresel pazardaki rekabet avantajlarını güçlendirir.



Teknolojik Değişim ve İnovasyon:

Uluslararası ticaretle uğraşmak, tarım üreticilerini yeni teknolojilere, yenilikçi uygulamalara ve diğer ülkelerden gelen araştırmalara maruz bırakarak teknolojik alışverişi teşvik eder ve inovasyonu artırır.

Gelir Akışlarının Çeşitlendirilmesi:

Tarımsal ihracat, büyük ölçüde tarıma dayalı ülkeler için gelir akışlarının çeşitlendirilmesine yardımcı olarak yerel piyasalardaki dalgalanmalara karşı ekonomik kırılganlığı azaltır.

Tarımsal İhracatın Zorlukları:

Pazara Erişim ve Ticaret Engelleri:

Uluslararası pazarlara erişim, ticaret engelleri, tarifeler ve sıkı düzenlemeler nedeniyle engellenebilir ve bu da küçük ölçekli çiftçilerin küresel ticarete katılmasını zorlaştırır.

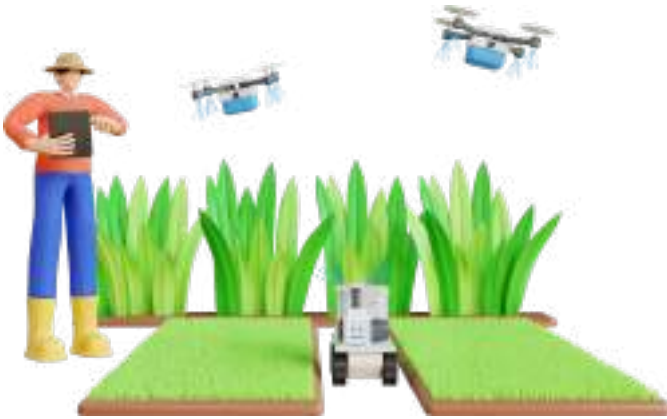


Oynaklık ve Fiyat Dalgalanmaları: Tarımsal ihracat, iklim olayları, jeopolitik gerilimler ve değişen tüketici tercihleri gibi faktörlerden etkilenen fiyat oynaklığına karşı hassastır.

Nakliye ve Lojistik: Etkili nakliye ve lojistik, zamanında teslimat ve ihracat sırasında ürün kalitesinin korunması için çok önemlidir, ancak yetersiz altyapı zorluklar yaratabilir.

Döviz Kurları: Döviz kurlarındaki dalgalanmalar tarımsal ihracatın kârlılığını etkileyerek geliri ve küresel pazarlardaki rekabet gücünü etkileyebilir.

Kalite ve Güvenlik Uyumluluğu: Uluslararası kalite ve güvenlik standartlarını karşılamak ihracat için gereklidir, ancak uyumluluğu sağlamak küçük üreticiler için yoğun kaynak gerektirebilir.



Tarımsal İthalat Fırsatları:

Gıda Güvenliği ve Tüketici Tercihi: Tarımsal ithalat, kıtlık veya sezon dışı dönemlerde yerli üretimi destekleyerek gıda güvenliğinin sağlanmasına yardımcı olur ve tüketicilere çok çeşitli gıda seçenekleri sunar.

Uzmanlaşmış Ürünlere Erişim: Benzersiz uzmanlık ve kaynaklara sahip ülkelerden uzmanlaşmış tarım ürünleri ithal etmek, ulusların yerli üretim için uygun olmayan ürünlere erişmesini sağlar.

Ekonomik İşbirliği ve Diplomasi: Tarımsal ithalat ekonomik işbirliğini ve diplomatik bağları güçlendirir, uluslararası ilişkileri güçlendirir ve barışı teşvik eder.



Gıda Arzının Çeşitlendirilmesi:

Tarımsal ürünlerin ithal edilmesi gıda arzını çeşitlendirerek yerel olarak üretilen sınırlı sayıdaki ürüne olan bağımlılığı azaltır.

Acil Yardım ve İnsani Yardım: Tarımsal ithalat, doğal afetler veya insani krizler sırasında temel gıda maddelerini sağlayarak acil yardım çabaları sırasında hayati önem taşıyabilir.

Tarımsal İthalatın Zorlukları:**Gıda Güvenliği ve Kalite Güvencesi:**

İthal edilen tarım ürünlerinin güvenliğinin ve kalitesinin sağlanması, tüketicilerin korunması ve halk sağlığının korunması için çok önemlidir.

Bağımlılık ve Kırılganlık: Tarımsal ithalata aşırı bağımlılık, ülkeleri arz kesintilerine, jeopolitik çatışmalara ve küresel pazardaki fiyat dalgalanmalarına karşı savunmasız hale getirebilir.

Yerli Üreticilerle Rekabet: Belirli ürünlerin ithal edilmesi yerli çiftçileri olumsuz etkileyerek rekabet yaratabilir ve yerel tarım ekonomilerini etkileyebilir.

Ticari Dengesizlikler: Tarımsal ticaretteki dengesizlikler eşit olmayan faydalara yol açabilir ve adil ilişkileri sürdürmek için dikkatli bir yönetim gerektirebilir.



Mevzuata Uygunluk ve Sertifikasyon: Uluslararası düzenlemelere uymak ve tarımsal ithalat için sertifika almak, özellikle küçük üreticiler için zorlayıcı olabilir.





6. ULUSAL VE ULUSLARARASI FONLARA ERİŞİM

Tıbbi ve aromatik bitki yetiştiriciliği alanında genç girişimcilerin ve işsiz gençlerin yetiştirilmesi söz konusu olduğunda, finansal destek sağlamak çok önemlidir. Bu bölümde, tıbbi ve aromatik bitki yetiştiriciliği ile ilgili projeler için ulusal ve uluslararası fonlara erişim konusunda kapsamlı bir rehberlik sunarak, genç bireylerin bu alanda başarılı girişimler başlatmalarını sağlayacağız.

6.1. ULUSAL FONLARA ERİŞİM

Devlet Destekli Tarım Fonları: Tarım sektöründe faaliyet gösteren genç girişimciler için özel olarak tasarlanmış devlet destekli hibe ve kredi programları hakkında ayrıntılı açıklamalar.

Yerel Yönetim Teşvikleri: Tarımsal projeleri desteklemek için yerel yönetimler veya tarım kurumları tarafından sağlanan özel teşvikler ve destekler.

6.2. ULUSLARARASI FONLARA ERİŞİM

- **Avrupa Birliği (AB) Fonları:** AB'nin tarım ve sürdürülebilir kalkınma projeleri için sunduğu, başvuru süreçleri ve gereklilikleri de dahil olmak üzere çeşitli fonlar ve hibe programları hakkında bilgi.
- **Uluslararası Yatırımcılardan Destek:** Tarımsal projeler için uluslararası yatırımcılardan ve özel sektörden nasıl destek alınabileceğine ilişkin stratejiler ve örnek başvuru dosyaları.

Başvuru Süreci:

Etkili Bir Başvuru Hazırlamak: Projeyi etkili bir şekilde sergileyen, potansiyelini ve sosyal etkisini vurgulayan bir başvuru oluşturma rehberi.

Başvuru Sürecindeki Adımlar: Proje değerlendirme ve seçim kriterleri de dahil olmak üzere ulusal ve uluslararası fonlar için başvuru sürecini özetleyen ayrıntılı adımlar.



Mentörlük ve Destek Ağı:

Deneyimli Mentörlar ve Danışmanlar: Tıbbi ve aromatik bitki yetiştiriciliği alanında deneyimli mentör ve danışmanlar tarafından sunulan hizmetlerin yanı sıra mentörlük programlarına katılıma ilişkin yönergeler.

Başarılı Projelerden İlham Alınması: Önceki başarılı tıbbi ve aromatik bitki yetiştirme projelerinden alınan dersler, gerçek hayattan örnekler ve bu projelerin nasıl finanse edildiğini gösteren başarı hikayeleri.





7.İŞİ BÜYÜTMEK

Bir tarım işletmesini büyütmek, büyümeyi sağlamak, pazar erişimini genişletmek ve kârlılığı artırmak için iddialı ve önemli bir adımdır. Ancak dikkatli bir planlama, kaynak tahsisi ve stratejik uygulama gerektirir.

Pazar Analizi ve Fırsat Belirleme:

Potansiyel büyüme fırsatlarını ve kullanılmayan pazarları belirlemek için kapsamlı bir pazar analizi yapın. Tüketici ihtiyaçlarını, eğilimlerini ve tercihlerini anlayarak ürün veya hizmetlerinizi pazar taleplerini etkin bir şekilde karşılayacak şekilde uyarlayın.

Tedarik Zincirinin Güçlendirilmesi:

Girdi, hammadde ve bitmiş ürünlerin istikrarlı bir şekilde akışını sağlamak için sağlam ve verimli bir tedarik zinciri oluşturun. Operasyonları kolaylaştırmak ve darboğazları azaltmak için tedarikçiler, distribütörler ve lojistik sağlayıcılarla ortaklıkları güçlendirin.

Teknoloji ve İnovasyona Yatırım:

Tarımsal süreçleri optimize etmek, verimliliği artırmak ve ürün kalitesini yükseltmek için teknoloji ve inovasyondan yararlanın. Rekabetçi kalabilmek için modern tarım ekipmanlarına, otomasyona, veri analitiğine ve tarımsal araştırmalara yatırım yapın.

Üretim

Ölçeklendirme:

Artan talebi karşılamak için üretim kapasitesini artırın. Bu, mevcut tesislerin genişletilmesini, yeni üretim birimlerine yatırım yapılmasını veya diğer çiftçiler veya üreticilerle stratejik ortaklıklar kurulmasını içerebilir.

Kapasitesini



- **Markalaşma ve Pazarlama Stratejisi:** Tarımsal işletmenizi pazarda farklılaştırmak için güçlü bir marka kimliği ve pazarlama stratejisi geliştirin. Marka görünürlüğünü artırmak ve yeni müşteriler çekmek için reklam, sosyal medya ve diğer tanıtım faaliyetlerine yatırım yapın.
- **Finansmana Erişim:** Ölçek büyütme sürecini desteklemek için yeterli finansmanı sağlayın. Genişleme girişimlerini finanse etmek için banka kredileri, risk sermayesi, devlet hibeleri veya özel yatırımcılar gibi seçenekleri araştırın.
- **Kalite Kontrol ve Standartlar:** Tutarlı ürün kalitesi sağlamak için sağlam kalite kontrol önlemlerini sürdürün. Endüstri standartlarına ve sertifikalara bağlılık, müşteri güvenini ve pazardaki güvenilirliği artıracaktır.
- **Yetenek Kazanımı ve Eğitim:** Artan iş yükünü yönetmek ve yüksek operasyonel standartları korumak için vasıflı personel istihdam edin. Çalışanları büyüyen iş için gerekli becerilerle donatmak üzere eğitim ve gelişim programları sağlayın.
- **Sürdürülebilir ve Sorumlu Uygulamalar:** Sürdürülebilir ve sorumlu uygulamaları tarımsal işletme faaliyetlerinize entegre edin. Buna çevre dostu tarım teknikleri, etik kaynak kullanımı ve bilinçli tüketiciler arasında yankı uyandıracak sosyal sorumluluk girişimleri de dahildir.
- **Risk Yönetimi:** Ölçek büyütme ile ilgili potansiyel riskleri belirleyin ve azaltın. Kapsamlı bir risk değerlendirmesi yapın ve genişleme sürecinde ortaya çıkabilecek zorlukları ele almak için acil durum planları geliştirin.
- **İzleme ve Değerlendirme:** Ölçek büyütme çalışmalarının ilerlemesini takip etmek için sağlam bir izleme ve değerlendirme sistemi uygulayın. Performans ölçütlerini düzenli olarak gözden geçirin ve başarıyı sağlamak için gerektiğinde ayarlamalar yapın.
- **Ağ Oluşturma ve İşbirliği:** Tarım sektöründeki diğer paydaşlarla ilişkiler kurmak için sektörel etkinliklere, konferanslara ve ağ oluşturma fırsatlarına katılın. Değerli kaynaklara ve bilgiye erişmek için araştırma kurumları, hükümetler ve kuruluşlarla işbirliği yapın.

Bir tarım işletmesini büyütmek, bütünsel bir yaklaşım ve net bir büyüme vizyonu gerektiren karmaşık ve dinamik bir süreçtir. Tarım işletmeleri pazar fırsatlarını dikkatle değerlendirerek, operasyonlarını optimize ederek ve yenilikçiliği benimseyerek sürdürülebilir bir büyüme sağlayabilir, gıda güvenliğine katkıda bulunabilir ve tarım sektörü üzerinde anlamlı bir etki yaratabilir. Gelecekte işimizde kullanabilmemiz için sosyal becerilerimizi hatırlamak önemlidir. Tarımsal girişimciler, diğer girişimciler gibi, odaklanmış çaba ve sürekli öğrenme yoluyla sosyal becerilerini geliştirebilirler. Sosyal beceriler, etkili iletişim, liderlik, sorun çözme ve ilişki kurma gibi beceriler olduğundan başarılı tarımsal işletmelerin kurulması için gereklidir. Bunu nasıl yapabilirler?

Öz Değerlendirme: Mevcut sosyal becerilerinizi değerlendirerek ve geliştirilecek alanları belirleyerek işe başlayın. Güçlü ve zayıf yönleriniz üzerinde düşünün ve geliştirilmesi gereken alanlar hakkında fikir edinmek için meslektaşlarınızdan, çalışanlarınızdan veya mentörlerinizden geri bildirim alın.

Sosyal Beceri Çalıştayları ve Eğitimleri: Sosyal becerileri geliştirmeye odaklanan atölye çalışmalarına, seminerlere veya çevrimiçi kurslara katılın. Özellikle tarım sektöründeki girişimcilere yönelik eğitim programlarını araştırın.

Ağ Oluşturma ve İşbirliği: Diğer tarım girişimcileri ve sektör profesyonelleri ile işbirliği yapmak için ağ oluşturma etkinliklerine, sektör konferanslarına ve diğer fırsatlara katılın. Ağ kurma; iletişim, ilişki kurma ve ekip çalışması becerilerini geliştirebilir.

Liderlik Gelişimi: Liderlik atölyelerine katılarak, liderlik kitapları okuyarak ve tarım sektöründeki başarılı liderlerden öğrenerek liderlik gelişimine odaklanın.

Duygusal Zeka: Duygularınızı etkili bir şekilde anlayarak ve yöneterek duygusal zekanızı geliştirin. Duygusal zeka, güçlü ilişkiler kurmak, çatışmaları çözmek ve empati ile liderlik etmek için çok önemlidir.

İletişim Becerileri: Hem sözlü hem de sözsüz iletişimi geliştirmeye çalışın. Aktif dinleme, fikirleri net bir şekilde ifade etme ve etkili sunum becerilerini uygulayın.

Problem Çözme ve Eleştirel Düşünme: Zorlu senaryolar ve karar verme alıştırmaları yoluyla problem çözme ve eleştirel düşünme becerilerini geliştirin. Durumları farklı açılardan analiz etmeyi ve etkili çözümler üretmeyi öğrenin.

Uyum Sağlayabilirlik ve Dayanıklılık: Tarım sektöründe, hava koşulları ve piyasa dalgalanmaları gibi çeşitli zorluklar nedeniyle uyum ve dayanıklılık hayati öneme sahiptir. Değişimi kucaklayın, aksiliklerden ders alın ve zorluklara karşı proaktif bir yaklaşım geliştirin.

Zaman Yönetimi ve Organizasyon: Birden fazla görevi verimli bir şekilde ele almak için zaman yönetimi ve organizasyon becerilerini geliştirin. Görevleri önceliklendirin, son teslim tarihlerini belirleyin ve düzenli kalmak için sistemler oluşturun.

Geri Bildirim ve Düşünme: Çalışanlardan, müşterilerden veya mentörlerden geri bildirim alın ve performansınızı düzenli olarak değerlendirin. Dürüst geri bildirim, geliştirilecek alanları belirlemenize ve stratejilerinizi buna göre ayarlamanıza yardımcı olabilir.

Sürekli Öğrenme: Sektör trendleri, teknolojik gelişmeler ve en iyi uygulamalardan haberdar olun. Sürekli öğrenme, tarımsal işinizle ilgili en son bilgi ve becerilerle donatılmanızı sağlar.

Çalışanların Sosyal Becerilerini Güçlendirin: Çalışanlarınızı da sosyal becerilerini geliştirmeye teşvik edin ve güçlendirin. İşbirliğini, açık iletişimi ve kişisel gelişimi teşvik eden olumlu bir çalışma ortamı yaratın.

Sosyal Beceri Hedefleri Belirleyin: Sosyal beceri gelişimini iş hedeflerinize dahil edin. İletişimi, liderliği veya ekip çalışmasını geliştirmek için özel hedefler belirleyin ve ilerlemenizi düzenli olarak takip edin.

Örnek Olarak Liderlik Edin: Bir tarım girişimcisi olarak, örnek olarak liderlik edin ve ekibinizde görmek istediğiniz sosyal becerileri sergileyin.



8.DİJİTAL FIRSATLAR

Genç bireyleri ve işsiz gençleri tıbbi ve aromatik bitki yetiştiriciliği alanına yönlendirirken dijital araç ve teknolojilerin dahil edilmesi çok önemlidir. El kitabının "Dijital Fırsatlar" bölümü, bu sektördeki dijital ortama kapsamlı bir genel bakış sağlamayı ve genç meraklıların girişimleri için teknolojinin gücünden yararlanmalarını sağlamayı amaçlamaktadır.

8.1. Çevrimiçi Öğrenme Platformları:

- **Eğitim Web Siteleri:** Tıbbi ve aromatik bitki yetiştiriciliği ile ilgili kurslar sunan çevrimiçi platformların seçilmiş bir listesi. Bu platformlar değerli kaynaklar, eğitimler ve sertifika programları sunar.
- **Web Seminerleri ve Çalıştaylar:** Tarım teknolojileri, sürdürülebilir uygulamalar ve şifalı bitki endüstrisine özel dijital pazarlamaya odaklanan web seminerleri ve çalıştaylar hakkında bilgiler.

8.2. Mobil uygulamalar:

Bitki Tanımlama Uygulamaları:

Kullanıcıların farklı tıbbi ve aromatik bitkileri tanımlamalarına, özelliklerini anlamalarına ve ekimleri hakkında bilgi edinmelerine yardımcı olan mobil uygulamaların önerilmesi.

Çiftlik Yönetimi Uygulamaları:

Çiftlik yönetimi, mahsul izleme, haşere kontrolü ve verim tahminine yardımcı olmak için tasarlanmış uygulamalarla tanışın. Bu uygulamalar tarımsal operasyonları kolaylaştırır ve verimliliği artırır.

8.3. Sosyal Medya ve Çevrimiçi Topluluklar:

•**Sektöre Özel Forumlar:** Kullanıcıları, uzmanlarla bağlantı kurabilecekleri, soru sorabilecekleri, tıbbi ve aromatik bitki yetiştiriciliğine ilişkin deneyimlerini paylaşabilecekleri çevrimiçi forumlara ve topluluklara yönlendirmek.

•**Sosyal Medya Grupları:** Bitkisel tarım ve aromatik bitkilere adanmış aktif sosyal medya gruplarını ve sayfalarını öne çıkarmak. Bu platformlar meraklılar arasında ağ oluşturmayı ve bilgi alışverişini kolaylaştırır.



8.4. Dijital Pazarlama ve E-Ticaret:

•**Çevrimiçi Varlık Oluşturma:** Ürünleri sergilemek, bilgiyi paylaşmak ve potansiyel müşterileri çekmek için web sitesi veya sosyal medya profilleri oluşturma konusunda rehberlik.

•**E-Ticaret Platformları:** Tıbbi ve aromatik bitki ürünlerinin online satışına uygun, kullanıcı dostu e-ticaret platformları için öneriler. Ödeme ağ geçitleri, sipariş yönetimi ve müşteri hizmetleri entegrasyonu hakkında bilgiler.



8.5. Tarımsal Uygulamalar ve Nesnelerin İnterneti Cihazlar (IoT):

·**Akıllı Tarım Uygulamaları:** Tarımda hassas tarımı, otomatik sulamayı, iklim izlemeyi ve veriye dayalı karar almayı mümkün kılan uygulamalar ve IoT cihazları tanıtılıyor.

·**IoT Cihazları:** Toprak sağlığı, hava koşulları ve mahsul büyümesi hakkında gerçek zamanlı veriler toplayan ve çiftçilerin ekim uygulamalarını optimize etmelerine yardımcı olan sensörler ve cihazlar hakkında bilgiler.



8.6. Dijital Sürdürülebilirlik Uygulamaları:

·**Kaynak Koruma Araçları:** Su tasarrufu uygulamaları, enerji verimli çözümler ve atık azaltma stratejileri dahil olmak üzere sürdürülebilir tarım uygulamalarını destekleyen dijital araçlara ilişkin kaynaklar.

·**Blokzincir ve İzlenebilirlik:** Tedarik zinciri izlenebilirliği için blokzincir teknolojisinin nasıl kullanılabileceğini açıklamak, tıbbi bitki ürünleri için şeffaflık ve özgünlük sağlamak.





Co-funded by
the European Union

BÖLÜM – 2 FORMAL OLMAYAN ETKİNLİKLER

2022-2-ES02-KA220-YOU-000102299



MAP4N

NEET İÇİN TAB TARIM GİRİŞİMCİLİĞİ



A- İLETİŞİM

ETKİNLİK 1	
Etkinlik adı:	SUNUM
Etkinliğin amacı:	Bu etkinlik, katılımcılara iletişim kavramı, iletişim becerileri, sözlü ve sözsüz iletişimi geliştirmeye yönelik ipuçları hakkında bilgi vermeyi amaçlamaktadır.
Etkinlik türü:	Sunum
Katılımcılar:	3-20
Süre:	30 dakika
Talimatlar:	Etkinlik lideri, PowerPoint sunumu aracılığıyla katılımcılara iletişim temasıyla ilgili terimleri gösterir, iletişim becerilerini öğretir ve konuşma, ses, dinleme, beden dili gibi alanlarda iletişimi geliştirmek için öneriler sunar. Sunum tamamlandığında, sunum yapan kişinin ardından katılımcılar ek sorular sorabilirler.
Gerekli malzeme:	Powerpoint sunumu, Dizüstü bilgisayar, Projeksiyon cihazı.



ETKİNLİK 2	
Etkinlik adı:	SESSİZ TELEFONLAR
Etkinliğin amacı:	Katılımcılar sözlü ve sözsüz iletişim kavramlarıyla tanıştırlacaktır. Etkinliğin sonunda katılımcılar, bilgi aktarımı için hem sözlü hem de sözlü olmayan iletişimin kullanılması gerektiğine aşina olacaklardır.
Etkinlik türü:	Oyun
Katılımcılar:	4-20
Süre:	20-30 dakika
Talimatlar:	1.Bölüm (sözlü iletişim, avantajlar ve dezavantajlar): Katılımcılar arka arkaya sıra halinde dururlar. Etkinlik lideri, en son sıradaki kişiye bir cümle söyler. Bu kişinin görevi, cümleyi kendisinden önceki kişiye fısıldamaktır. Ardından bu kişi, bir sonrakine aktarır ve bu şekilde sıranın başındaki kişiye ulaşılır. Sıradaki ilk katılımcı, yani cümleyi en son duyan, bu cümleyi grup önünde sesli bir şekilde ifade etmelidir. Etkinlik lideri, başlangıçta verilen cümleyi tekrar eder ve tartışmayı başlatır.

ETKİNLİK 2

Talimatlar:

- Oyunun başındaki cümle oyunun sonuna kadar aynı kaldı mı? Neden?
- Cümlelerin bu şekilde aktarılmasının avantajları nelerdi?
- Yaşanılan zorluklar nelerdi?
- Bu tür durumlar gerçek hayatta karşılaşılabiliyor mu ve bu durumlarla nasıl başa çıkılır?

*Öneri, daha uzun bir cümle verilmesi ve spontane olarak "kısaltmak" mümkün olacak şekilde cümlelerin seçilmesidir. Örneğin, "Dün gece yağmurluk giyen bir adam, çöp atmak ve köpeği gezdirmek için dışarı çıktı."

2. Bölüm (sözsüz iletişim, avantajlar ve dezavantajlar): Katılımcılar arka arkaya sıra halinde dururlar. Etkinlik lideri, sıranın en sonundaki kişiye bir cümle söyler. Bu kişinin görevi, bu cümleyi konuşmadan - el kol hareketleriyle - kendisinden önceki kişiye anlatmaktır. Ardından bu kişi, cümleyi yine konuşmadan bir sonrakine aktarır ve bu şekilde sıranın en başındaki kişiye ulaşılır. Sıradaki ilk katılımcı, yani cümleyi en son duyan, bu cümleyi grup önünde el kol hareketleriyle (pantomim) ifade etmelidir. Etkinlik lideri, başlangıçta verilen cümleyi tekrar eder ve ardından tartışmayı başlatır.

- Oyunun başındaki cümle, sonundaki sunuma benziyor mu, benzemiyor mu ve neden?
- Cümlelerin bu şekilde aktarılmasının avantajları nelerdi?
- Yaşanılan zorluklar nelerdi?
- Gerçek hayatta bu tür durumlarla karşılaşılabiliyor mu ve bu tür durumlarla nasıl başa çıkılır?

*Öneri, daha kısa ve basit bir cümle seçilmesi, böylece el kol hareketleriyle (pantomim) "gösterilebilecek" bir şekilde oluşturmaktır. Örneğin, "Bir tavşanın zıpladığını gördüm."

Gerekli malzeme:

-



ETKİNLİK 3	
Etkinlik adı:	BENİ DİNLE
Etkinliğin amacı:	Bu etkinliğin amacı, katılımcılara aktif dinleme, gerekli bilgilerin seçilmesi ve aktarılması konularında bilgi vermektir.
Etkinlik türü:	Oyun
Katılımcılar:	5-20
Süre:	10-15 dakika
Talimatlar:	Etkinlik lideri katılımcılar arasından 3 gönüllü seçer. İlk gönüllü grubun önünde oturmalıdır, diğer ikisi ise solunda ve sağında ayakta durarak görevliye aynı anda bir önceki günlerini nasıl geçirdiklerine dair bir hikaye anlatır (hikayeler 2 ila 3 dakika sürer). İlk gönüllünün görevi, her iki hikayeden de mümkün olduğu kadar çok bilgiyi hatırlamak ve bu bilgileri gruba tekrarlamaktır. Gönüllü tekrarladığında, rehber tartışmayı başlatır. • İlk gönüllü için her iki hikayeyi hatırlamak ne kadar zordu? • Hangi hikayeyi daha iyi hatırladı ve buna katkısı ne oldu? • Diğer iki gönüllü, dinleyicinin hikayelerini hatırlamasına yardımcı olmak için hangi yöntemleri kullandı?
Gerekli malzeme:	-



ETKİNLİK 4	
Etkinlik adı:	TANGRAM
Etkinliğin amacı:	Bu etkinliğin amacı, katılımcılara problemlerin çözümünde, takım çalışması etkinliğinin artırılması ve ekip içi iletişimin güçlendirilmesinde iletişimin ne kadar önemli olduğunu göstermektir.
Etkinlik türü:	Oyun
Katılımcılar:	8-20
Süre:	15-20 dakika
Talimatlar:	Lider, katılımcıları her biri 4 katılımcıdan oluşan küçük gruplara ayırır. Her gruba, grup üyelerinden her birinin parçalardan bir kare yapma görevi verilirken, birbirleriyle ne sözlü ne de sözsüz iletişim kurmamaları gerekmektedir. Ardından, her katılımcı, kendi karesini yapmak için aynı sayıda parçayı içeren bir zarf alacak, ancak kendi karesini yapamayacaktır. Bu nedenle, ona uymayan parçaları masanın ortasına koyması gerekecektir. Katılımcı, diğer grup üyelerinin karelerini nasıl oluşturduklarını izlemeli ve kendi karesiyle diğerlerinin oluşturmasını engelleyip engellemediğini görmelidir. Grubun amacı, herkesin kendi karesini yapması olmasına rağmen, her öğrencinin kendi karesini yapması da hedeflenmektedir. Oluşturulan tüm kareler aynı boyutta olmalıdır. Tüm gruplar görevi tamamladığında, lider tartışmayı başlatır.

ETKİNLİK 4	
Talimatlar:	• Gruptaki diğer üyeler bir çözüme ulaştı mı? Ulaşmadılarsa, sorun neydi? • Birbirinizle iletişim kuramamak sorun yaratıyor muydu? • Birbirinize yardımcı olmak için çözümler bulmak ne kadar önemlidir? İş birliği neden önemlidir?
Gerekli malzeme:	Tangram oyun parçaları şeklinde kesilmiş karton, x katılımcı sayısı kadar Zarf, x katılımcı sayısı kadar





ETKİNLİK 5	
Etkinlik adı:	AKIŞ
Etkinliğin amacı:	Bu etkinliğin amacı, katılımcıların özgüveninin artırılması, en çok keyif aldıkları aktivitelerin keşfedilmesi, iletişim becerilerinin güçlendirilmesi, bireysel tercihlerin ve değerlerin tanınması ve takdir edilmesidir.
Etkinlik türü:	Oyun
Katılımcılar:	3-20
Süre:	10-15 dakika
Talimatlar:	Lider, katılımcılarla en sevdiği aktivitelerden birini ve bunu son yaptığında nasıl hissettiğini paylaşır. Burada bahsedilen aktivite, yaparken kendinizi tamamen adadığınız herhangi bir şey olabilir ve zaman içerisinde daha iyi hale geldiğinizi hissettiğiniz bir faaliyet ideal bir örnek olarak verilebilir. Katılımcılara bu aktivitenin sizde uyandırdığı duyguları aktarmaya çalışın ve mümkünse aktivite ile ilgili bir şey göstererek size soru sormaları için katılımcıları teşvik edin. Sonra katılımcıları, kendilerini tamamen adadıkları ve keyif aldıkları bir faaliyetin kendileri için ne anlama geldiğini düşünmeye teşvik edin. Onlara birkaç dakika süre verin. İsterlerse cevapları da yazabilirler. Sonra devam edin: Her birimizin hayatta keyif aldığımız ve bunları yaparken tamamen “kaybolduğumuz” birkaç şey vardır. Burada kastettiğimiz televizyon seyretmek, uyumak, yemek yemek, ve benzeri oldukça pasif olduğumuz şeyler değil, aktif olarak yaptığınız şeylerdir.

ETKİNLİK 5	
Talimatlar:	Psikologlar bu tür deneyimleri “akış” deneyimleri olarak adlandırır ve psikolojik olarak iyilik halimiz, yani mutluluğumuz için çok önemli olduğunu düşünürler. Katılımcılara, sizin için bu “şey” nedir? diye sorun. Katılımcıların belirttikleri hususları tahtaya yazın, ardından kısaca yorum yapın. Nerede olduğunuzu, ne yaptığınızı, kiminle birlikte olduğunuzu, bunun en iyi yanının ne olduğunu hatırlayın. Daha sonra, katılımcılardan, gruba “akış” faaliyetlerini anlatmalarını isteyin. Bir tartışma başlatın. Paylaştığınız, çoğunuzun yapmayı tercih ettiği bir şey var mı? Bu akış mı? Ne düşünüyorsunuz? Bu deneyimler neden önemlidir? Bu tür bir şeyi hayatlarında hissetmeyen biri ne tür faaliyetlere kendini kaptırabilir ve bunun sonuçları ne olur? Okul/ üniversite/iş ortamında, kendinizi yaptığınız işe tamamen kaptırdığınız, böyle bir hisse kapıldığınız oldu mu? Daha fazla “akış” içeren bir öğretim/çalışma sizce nasıl olmalıdır?
Gerekli malzeme:	-

ETKİNLİK 6	
Etkinlik adı:	MOCK-UP MÜLAKAT / MÜLAKAT SİMÜLASYONU
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı, katılımcıların birbirini daha iyi tanıması, aktif dinleme pratiği yapması, mülakat becerilerini geliştirmesi, hedef ve önceliklerinin farkına varması ve planlama becerileri kazanmalarıdır.
Etkinlik türü:	Oyun
Katılımcılar:	4-20
Süre:	15-20 dakika
Talimatlar:	1. Bölüm: Etkinlik lideri, katılımcıları ikili gruplara ayırır ve her birinden geçen yıl yaşadıkları harika bir anı hatırlamaları istenir. Bu, başardıkları, gurur duydukları, uğruna çalıştıkları ve çabaladıkları bir şey olabilir. Aynı zamanda onları çok mutlu eden ve onlar için önemli bir şey de olabilir. Burda verilen görev, bu anıyı mümkün olan en detaylı şekilde grup arkadaşın anlatmaktır, Grup arkadaşının görevi ise bu anıyı dikkatle dinlemek, sorular sormak ve mümkün olan en ilginç detayları öğrenmeye çalışmaktır. Ardından bazı gruplar, birlikte çalışmanın kendileri için nasıl bir deneyim olduğunu, nelerden hoşlandıklarını, ve neler öğrendiklerini diğer katılımcılar ile paylaşabilirler. Lider kısa bir girişle, öğrencilere şu anda kişisel planlama, hedef belirleme ve belirlenen hedeflere ulaşma faaliyetlerine katıldıklarını, bu becerinin çok önemli bir yaşam becerisi olduğunu söyler. Lider, katılımcılara bu etkinliğe neden katılmaya karar verdiklerini sorar ve bu etkinliğin, değer verdiğimiz ve bizim için önemli olan değerlerimizi ifade etmede büyük bir etkisi olabileceğine dikkat çeker.

ETKİNLİK 6

Talimatlar:

2. Bölüm: İkişer kişilik gruplar halinde çalışmaya devam edilirken, lider katılımcılara yeni bir görev verir. Herkes kendisi için bir hedef belirleyecek ve grup arkadaşı bu hedefi ayrıntılı bir şekilde detaylandırmasına ve mülakat yöntemiyle gerçekleştirilmesini planlamasına yardımcı olacaktır. Partnerlerden biri hedefi konusunda kararsızsa, diğer partner ona odak noktasını veya odaklanmak istediği alanı keşfetmek için birkaç soru sorabilir. Bu, kişi için önemli olan ya da eksik olan bir şey olabilir. Bir hedef belirlerken motivasyon ve güçlü duyguların olması önemlidir. Sonrasında herkes, grup arkadaşıyla aşağıdaki dört soru rehberliğinde bir mülakat gerçekleştirir:

- 1.Şu anki hedefiniz nedir? Bugün gerçekleştirmek istediğiniz bir hedef seçin.
- 2.İdeal bir gelecek hayal edin! Bu hedefe ulaştıktan sonra kendinizi nasıl hayal ediyorsunuz?
- 3.Hedefinize nasıl ulaşırsınız? Gerçekleştirmenin yolu nedir?
- 4.İlk olarak ne yapacaksınız (bugün veya yarın) ve bu konuda size kim yardımcı olacak?

İkinci bölüm tamamlandığında, lider tartışmayı başlatır.

- İkişer kişilik gruplar halinde çalışmayı nasıl buldunuz?
- Mülakat yapmak nasıldı, sorulara nasıl cevap verdiniz ve kendinizden nasıl bahsettiniz?
- Ne farkettiler ve neler öğrendiniz?
- Sizce plan yapmak mı yoksa olayları akışına bırakmak mı daha iyidir? Ne zaman biri, ne zaman diğeri tercih edilir?
- Bir şeyler yolunda gitmediğinde veya hedefinize ulaşmayı başaramadığınızda ne yapabilirsiniz?



ETKİNLİK 7	
Etkinlik adı:	KAĞIT KULE
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı, katılımcılarla birlikte problem durumlarını başarılı bir şekilde çözmek için iş birliği ve iş birlikçi davranışın geliştirilmesinin önemini vurgulamaktır.
Etkinlik türü:	Oyun
Katılımcılar:	4-20
Süre:	20-25 dakika
Talimatlar:	Lider, katılımcıları en fazla 5 kişiden oluşan gruplara ayırır. Her gruba aynı malzeme verilir (eşit sayıda gazete, makas, bant). Ardından, lider şu talimatları verir: “Göreviniz üç dakika içinde mümkün olduğunca büyük ve stabil bir kağıt kulesi yapmaktır. Malzemelerden istediğiniz şekilde yararlanabilirsiniz.” Öğrencilere fikirlerini geliştirmek için 10 dakika süre verilir ve bu süre zarfında malzemeye dokunmamaları veya fikirlerini denememeleri, sadece problem durumunu nasıl çözeceklerine dair strateji geliştirmeleri gerekir. Sonrasında, lider bir sinyal verir ve grup kağıt kule yaparken kavramsal çözümlerini oluşturmaya başlar. Lider süreye dikkat eder ve katılımcılara fikir üretmeye ne zaman başlayabileceklerini, ne zaman üzerinde çalışmaya başlayabileceklerini ve ne zaman durmaları gerektiğini bildirir. Görev tamamlandıktan sonra en yüksek ve en stabil kule seçilir.

ETKİNLİK 7	
Talimatlar:	Lider, tartışma yoluyla öğrencilerde problem durumlarını başarılı bir şekilde çözmek için iş birliği ve ortak davranışın önemini geliştirir. • Çözüme nasıl ulaştınız? Yalnız çalışsaydınız daha başarılı olur muydunuz? • Daha iyi çözümlerinizi var mıydı? Neden benimsenmedi? • Bu görevde dikkat dağıtıcı ve kolaylaştırıcı olan sizin için neydi? • Bir dahaki sefere neyi farklı yapardınız?
Gerekli malzeme:	Gazete/Gazete kağıdı Katılımcı/grup sayısı adeti kadar Yapıştırıcı/Selo bant Katılımcı/grup sayısı adeti kadar Makas Katılımcı/grup sayısı adeti kadar





ETKİNLİK 8	
Etkinlik adı:	KALEM
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı, katılımcıların olası çatışma durumları ve ortak çalışma durumunda karşılaşılabilecekleri çatışmalar ile tanıştırmak, ayrıca bu sorunları çözme stratejileri hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlamaktır.
Etkinlik türü:	Oyun
Katılımcılar:	4-20
Süre:	10-15 dakika
Talimatlar:	Lider katılımcıları ikişer kişilik gruplara ayırır. Her çifte bir parça kağıt ve bir tane kurşun kalem/tükenmez kalem/marker verir. Katılımcıların görevi, birlikte tuttukları bir kurşun kalemle resim çizmektir. Tüm çalışmanın tamamen sessizlik içinde, ne çizileceği konusunda anlaşma yapmaksızın gerçekleşmesi önemlidir. Katılımcılara bu görev için 1 dakika verin. Görevin ilk bölümü tamamlandıktan sonra, katılımcılara, bir sonraki görevin, her birinin kendi resmini kağıdın arka tarafına, yine anlaşma yapmaksızın, tamamen sessizlik içinde, birlikte tuttukları bir kalemle çizmek olduğunu belirtin. Bu görev için de her birine 1 dakika süre verin. Tamamlandığında, katılımcılara her iki resmi de göstermelerini ve bir tartışma başlatmalarını isteyin.

ETKİNLİK 8

Talimatlar:

- Birinci ve ikinci resimleri çizerken nasıl hissettiler?
- Herhangi bir çatışma oldu mu (konuşmalarına izin verilmemesine rağmen) bir anlaşmaya varabildiler mi? Ne şekilde?
- Grup arkadaşlarından biri tam olarak hayal ettiği şeyi çizmekte ısrar etti mi?
- Bu durum stresli ve çatışmalı olarak değerlendirilebilir mi?
- Potansiyel bir çatışma durumundaki davranışı analiz edin.

Gerekli malzeme:

Kağıt Katılımcı/grup sayısı adeti kadar
Kurşun Kalem/Tükenmez Kalem/Marker
Katılımcı/grup sayısı adeti kadar





ETKİNLİK 9	
Etkinlik adı:	SENİ DİNLEMİYORUM
Etkinliğin amacı:	Bu etkinliğin amacı, katılımcıları dinlemenin önemi ve dinleme eksikliklerinin türleri ile tanıştırmaktır.
Etkinlik türü:	Oyun
Katılımcılar:	6-20
Süre:	10-15 dakika
Talimatlar:	Lider, katılımcıları üç kişilik gruplara ayırır. Grubun bir üyesine, hayatında bir hikaye anlatma görevi verilir, örneğin tatilini nasıl geçirdiği, izlediği ilginç bir filmi veya okuduğu bir kitabı anlatması ya da hayatındaki önemli bir olayı anlatması gibi. İkinci üye, yapışkan bir notta (diğerlerinden sakladığı) hikaye sırasında konuşmacının sözünü kesme, sıkıldığını gösterme, onu görmezden gelme, paralel konuşma vb. gibi bir görev alır. Üçüncü üye gözlemcidir. Görev tamamlandıktan sonra lider, grup üyelerinin verilen durumla ilgili deneyimlerini ve gözlemlerini sundukları bir tartışma başlatır. Eğitimci, dinleme eksikliklerinin türlerini sıralar ve katılımcılar bunları görevde fark ettikleri “dinleme eksikliği” ile karşılaştırır.

ETKİNLİK 9	
Talimatlar:	Kartlardaki görev örnekleri: • Yanıltıcı dinleme (dinleyici dinlemediğini sözsüz olarak gösterir, etrafına bakar, dinleyici anlamaz ve ciddiye almadığını gösterir şekilde bakar...); • Tek taraflı dinleme -dinleyici sözlü olmayan mesajlara dikkat etmez; • Seçici dinleme - dinleyici yalnızca kendisi için önemli olan noktalara dikkat eder; • Kelimeleri çalmak/ifadeleri çalmak; • Tavsiye paylaşımı; • Soru sormak.
Gerekli malzeme:	Görev kartları x katılımcı grup sayısı



Kart örnekleri:	
Diğer katılımcı konuşurken Yanlış dinlemeyi kullanın (dinleyici, sözlü olmayan şekilde dinlemediğini gösterir, etrafına bakınır, anlamadığını gösteren/ciddiye almayan bir ifade ile bakar).	Tek taraflı dinlemeyi kullanın - diğer katılımcı konuşurken dinleyici sözlü olmayan mesajlara dikkat etmez.
Diğer katılımcı konuşurken Seçici dinlemeyi kullanın (dinleyici yalnızca kendisi için önemli olan şeylere dikkat eder).	Diğer katılımcı konuşurken kelime çalmayı uygulayın.
Diğer katılımcı konuşurken tavsiye paylaşımı tekniğini uygulayın.	Diğer katılımcı konuşurken Soru Sorma yöntemini kullanın.



ETKİNLİK 10	
Etkinlik adı:	BEN VE SEN MESAJLARI
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı katılımcılara, “Ben Mesajı” yapısını tanıtarak, “Ben Mesajı”nın günlük iletişimde uygulanabilir bir form olarak kullanımını anlatmayı amaçlamaktır. Ayrıca, her türlü ayrımcılığa karşı duyarlı olmalarına vurgu yaparak, suçlamada bulunmayan mesajları nasıl ileteceklerini öğrenmelerini sağlamaktır.
Etkinlik türü:	Oyun
Katılımcılar:	6-20
Süre:	10-15 dakika
Talimatlar:	Etkinlik lideri katılımcıları üç kişilik gruplara ayırır - A, B ve C kişileri. A ve B kişilerine kartlar verilir (aynı konu hazırlanmış ancak iletişim tarzları farklı - suçlayıcı ya da suçlamayan mesaj). İlk olarak, A kişisi kartı C kişisine okur, C kişisi nasıl hissettiğini ve ne yapacağını söyler. Sonra B kişisi kartını C kişisine okur ve C kişisi yine nasıl hissettiğini ve ne yapacağını anlatır. Bu süre zarfında diğer katılımcılar dikkatlice dinler. Tüm kartlar okunduktan sonra, lider tartışmayı başlatır.

ACTIVITY 10	
Talimatlar:	• Alıştırma sırasında ne gibi farklılıklar fark ettiniz, neler duydunuz, herhangi bir farklılık var mı? • B kartı hangi öğeleri içeriyor ve A kartında olmayan hangi öğeler var? • Suçlayıcı olan ve suçlayıcı olmayan konuşma arasındaki farkı fark ettik mi?
Gerekli malzeme:	Mesaj kartları x katılımcı grup sayısı kadar



Kart örnekleri:	
A Kartları - Suçlayıcı mesajlar	B Kartları - Suçlayıcı Olmayan Mesajlar
Profesör, siz sadece favori öğrencilerinize soruyorsunuz!	Profesör, bana da soru sormanızı istiyorum.
Bugün çok kabasın!	Çok fazla gürültü olmasından hoşlanmıyorum.
Her zaman sözümü kesiyorsun, çok kabasın!	Sözümü kesmeden beni duyabiliyor musunuz?
Konuştuğumda beni hiç dinlemiyorsun, her şeyi 100 kere tekrarlamak zorunda kalıyorum!	Bana öyle geliyor ki, beni dinlemiyorsunuz; her şeyi tekrar etmek istemiyorum.
Sarah ekibini yönetmeyi hiç beceremiyor!	Bana öyle geliyor ki, Sarah'ın bugünkü toplantıda bir sorunu vardı.
Teslim ettiğiniz formda eksik boşluklar var. Neden aceleyle yaptınız?	Teslim ettiğiniz formda eksik boşluklar var. Ne oldu?



B- BİREYLER ARASI İLETİŞİM BECERİLERİ

BİREYLER ARASI İLETİŞİM BECERİLERİ 1	
Etkinlik adı:	SUNUM
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı, katılımcıları iletişim kavramı, iletişim becerileri ve iletişimi geliştirme ipuçları - sözlü ve sözsüz iletişim - konularıyla tanıştırmaktır.
Etkinlik türü:	Sunum
Katılımcılar:	3-10
Süre:	30 dakika
Katılımcılar:	Ekip lideri, bir PowerPoint sunumu aracılığıyla katılımcılara iletişim konusuyla ilgili terimleri gösterir, onlara iletişim becerileri öğretir ve konuşma, ses, dinleme ve beden dili gibi alanlarda iletişimi geliştirmek için tavsiyelerde bulunur. Sunumun ardından sunumu bitirir ve tartışma kısmı başlar; katılımcılar ek sorular sorabilir.
Gerekli malzeme:	Sınıf veya Konferans salonu; Powerpoint sunumu; Dizüstü bilgisayar; Projeksiyon cihazı.



BİREYLER ARASI İLETİŞİM BECERİLERİ 2	
Etkinlik adı:	YAZILI VE SÖZLÜ İLETİŞİM
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı, proje yöneticisi ve iş arkadaşları aralarındaki ilişkilerin iyileştirilmesi, Takım üyeleri arasında bağlantılar kurmak; Proje katılımcılarının görüşlerini hızlı ve net bir şekilde ifade etmelerine yardımcı olmak; Profesyonel imajı güçlendirmek; Aktif dinlemeyi ve açık fikirliliği teşvik etmek; Çalışmaların ve kariyerin ilerlemesine yardımcı olmaktır.
Etkinlik türü:	Kişilerarası iletişim becerileri
Katılımcılar:	3-10
Süre:	45 dakika - 1 saat
Talimatlar:	1. Bölüm (Yazılı İletişim): Yazma, iletişimin daha geleneksel yönlerinden biridir. Takım lideri, katılımcılara yazılı iletişimlerinin hedef kitleyi ne şekilde yansıtması gerektiği konusunda talimatlar verir. Örneğin, bir e-postayı kime gönderdiğinizize bağlı olarak nasıl kişiselleştireceğiniz gibi. Takım üyeleri ayrıca resmi belgelerin yanı sıra proje raporlarının nasıl yazılacağını da öğrenirler.

BİREYLER ARASI İLETİŞİM BECERİLERİ 2	
Talimatlar:	2. Bölüm (Sözlü İletişim): Takım lideri, bilgi almak ve bilgi paylaşmak amacıyla küçük gruplar oluşturarak üyeler arasında sözlü iletişimi pratiği yapılmasını sağlar. İlk adım, her takım üyesine ne söyleyeceklerini hazırlamaları talimatını vermektir. İletişim, meslektaşlarınızla yaklaşan bir teslimat hakkında sohbet etmek gibi gayriresmi bir konu hakkında olabilir veya performansınızı tartışmak için yöneticinizle bir araya gelmek gibi daha resmi bir konu hakkında olabilir.
Gerekli malzeme	• Sınıf veya Konferans salonu; • Dizüstü bilgisayar; • Projeksiyon cihazı.





BİREYLER ARASI İLETİŞİM BECERİLERİ 3	
Etkinlik adı:	DİNLEME
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı, daha büyük bir anlayışa yol açacak şekilde çok daha derin bir dikkat ve empati geliştirmektir.
Etkinlik türü:	Kişilerarası iletişim becerileri
Katılımcılar:	3-10
Süre:	20-30 dakika
Talimatlar:	Grup lideri, tüm takım üyelerinin katıldığı bir toplantı düzenler. Ana odak noktalarından biri, takım üyelerine aktif dinleme konusunda bilgi verme amacını taşır. Bu, birinin sizinle paylaştığı bilgiyi anlamayı içeren temel bir iletişim becerisidir ve bu bilgiyi sorular ve beden diliniz aracılığıyla geri yansıtmayı içerir. İlk adım, her bireye konuşmanın niyetine ve amacına odaklanmayı öğretmektir. İkinci adım, “Evet, anladım” veya “Evet, görüyorum” gibi cesaretlendirici sözlü işaretlerin yanı sıra gülümseme v baş sallama gibi jest ve ifadeleri kullanma talimatlarını içermektedir.
Gerekli malzeme:	Sınıf veya Konferans salonu Dizüstü bilgisayar Projeksiyon cihazı



BİREYLER ARASI İLETİŞİM BECERİLERİ 4	
Etkinlik adı:	NETWORK OLUŞTURMA
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı, kişilerin seçtikleri alanla ilgili çalışanlar veya çevrelerinde bulunan kişilerle karşılıklı faydalı ilişkiler kurmalarını sağlamak; benzer ilgi alanlarına sahip kişilerle etkileşimde bulunmak; yeni kişilerle sosyal bağlar kurarak çevrelerini genişletmelerine yardımcı olmak; potansiyel iş fırsatları hakkında bilgi edinmelerini ve kariyerleri için tavsiyeler alabilmelerini sağlamaktır.
Etkinlik türü:	Kişilerarası iletişim becerileri
Katılımcılar:	3-10
Süre:	15-20 dakika
Talimatlar:	Takım lideri, her üyenin katılması gereken bir network oluşturma etkinliği düzenler. Her katılımcının, ilgi ve araştırma alanları hakkında bilgi vererek diğerleri ile paylaşması, yeni arkadaşlar ve olası iş arkadaşları edinmesi beklenmektedir. Daha sonra, takım lideri, toplantı katılımcılarını benzer ilgi alanlarına sahip kişilerin endüstri ile konuları tartışabileceği, sorular sorabileceği ve insanlarla tanışabileceği açık ağlar hakkında bilgilendirir. Bu ağlar arasında genç profesyoneller ağı veya LinkedIn gibi web siteleri, aynı zamanda endüstriye özgü forumlar, Slack toplulukları veya buluşmalar gibi niş gruplar bulunabilir.
Gerekli malzeme:	Sınıf veya Konferans salonu; Dizüstü bilgisayar; Projeksiyon cihazı



BİREYLER ARASI İLETİŞİM BECERİLERİ 5	
Etkinlik adı:	LİDERLİK
Etkinliğin amacı:	Benzersiz liderlik vasıflarını güç ve yetenek olarak şekillendirme; süreçleri denetleme, inisiyatif alarak ve takımı hedefe yönlendirerek liderlik etme; değerli liderlik becerilerini geliştirme; yetki devretme, ilham verme ve etkili iletişim kurma gibi; aynı zamanda liderlik özellikleri olan dürüstlük, güven, bağlılık ve yaratıcılık özelliklerinin geliştirilmesidir.
Etkinlik türü:	Kişilerarası iletişim becerileri
Katılımcılar:	3-10
Süre:	50-60 dakika
Talimatlar:	1. Bölüm: Takım lideri, inisiyatif alma, güven oluşturma ve takım üyeleriyle etkili iletişim kurma becerilerini pratiğe dönüştüren küçük gruplar oluşturur. Takım lideri, başarılı bir takım liderinin sahip olması gereken en önemli özellikleri sunar ve açıklar: Empati; Stratejik düşünme; Yaratıcılık; Pozitiflik; Esneklik; Çatışma çözümü; Zaman yönetimi; Güvenilirlik; Mentörlük; Potansiyeli fark etme; Sorumluluk; Organizasyon; Yetki verme; Geri bildirim. İyi bir liderin takım üyeleriyle bire bir oturumlar, e-posta, video, sohbet, telefon görüşmeleri ve sosyal medya gibi açık bir iletişim hattını nasıl koruduğuna dair örnekler verir.

ETKİNLİK 5	
Talimatlar:	2. Bölüm: “Yetenek” malzemeleri ile pizzalarını oluşturarak potansiyel liderlik güçlerini keşfetme etkinliği düzenlenir. Lider, katılımcıları en fazla 6 üyeden oluşan gruplara ayırır. Katılımcılar altı dilimli bir pizza çizer. Ardından pizzalarına malzeme eklemeleri istenir; ancak mantar, ketçap, peynir, jambon yerine, ustalaşabilecekleri bir yetenek eklemeleri beklenir. Pizzalar tamamlandığında, katılımcılar pizzalarını sunar, neden bu yetenekleri seçtiklerini açıklar ve grup içi tartışmaya katılır. İzlem Soruları: 1. Başarılı bir takım liderinin en önemli özellikleri nelerdir? 2. Takım liderine güvenebilmemiz için hangi niteliklere sahip olmalıdır? 3. Başarılı bir takım liderinin sahip olmaması gereken nitelikler nelerdir? 4. İşler planladığı gibi gitmediğinde nasıl davranmalıdır? 5. Takım lideri, başarıyı ekibiyle nasıl kutlamalıdır?
Gerekli malzeme:	• Sınıf veya Konferans; • Dizüstü bilgisayar; • Projeksiyon cihazı; • Kağıt; • Sanat ve el işi malzemeleri.



BİREYLER ARASI İLETİŞİM BECERİLERİ 6	
Etkinlik adı:	ÖZ-YÖNETİM
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı duyguları düzenleme becerilerini geliştirmek; stres yönetimi yapabilmek; etkili hedefler belirleme; bu hedeflere ulaşabilmek için öz-motivasyonu, öz-disiplini ve organizasyon becerilerini kullanmaktır.
Etkinlik türü:	Kişilerarası iletişim becerileri, atölye
Katılımcılar:	1-10
Süre:	25 dakika
Talimatlar:	Katılımcı, önemli bir makale yazma etkinliği için hazırlık yapmaktadır: Kendine mektup. Yazma süreci, kişinin duygularını anlamak ve olayları daha net görmesini sağlayacak bakış açılarını düşünmek için oldukça terapötik bir deneyim sunar. Hedef belirleme açısından, kişinin isteklerini detaylı bir şekilde yazması fikirlerini pekiştirmeye yardımcı olabilir ve görsel bir ipucu görevi görebilir. Ekip üyeleri, gelecekteki benliklerinin gerçekleştirmesini istedikleri temel eylemlere ve bu hedeflerin arkasındaki motivasyonlarına odaklanabilir. İzlem soruları: 1. X tarihine kadar ne başaracağım? 2. Yarın, gelecek hafta, gelecek ay ne planlıyorum? 3. Şu anda işim/hedefim/takımım hakkında nasıl hissediyorum? Gelecekteki kendimin nasıl hissetmesini istiyorum? 4. Unutma...Değişmek istiyorum...Çünkü...
Gerekli malzeme:	Sınıf veya Konferans salonu; Kalem; Kağıt.

BİREYLER ARASI İLETİŞİM BECERİLERİ 7	
Etkinlik adı:	EMPATİ
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı, başkalarının duygularını anlama; anlaşmazlıkları çözebilme; daha üretken ekipler oluşturma; kişilerin iş arkadaşları ve müşterilerle ilişkilerini geliştirmelerine katkı sağlamaktır.
Etkinlik türü:	Kişilerarası iletişim becerileri
Katılımcılar:	4-10
Süre:	50 dakika
Talimatlar:	1. Bölüm: Takım lideri, empatinin başarılı bir ekip için neden önemli olduğunu, bilişsel empati ve şefkatli empatinin nasıl fark edileceğini; takım içerisinde empatinin nasıl geliştirileceğini; diğer insanların bakış açılarını dikkate almayı ve bu doğrultuda harekte geçmeyi vurgular. Unutmamamız gereken önemli bir nokta ise birbirimizi yargılamadan, hissettiklerimizi dikkate alarak saygı gösterdiğimiz bir ortam oluşturmalıyız. 2. Bölüm: Takım iki gruba ayrılır ve her kartta bir duygu yazılı olan desteden bir kart çeker. Bir grup, birini lider rolüne seçer ve grup, bu kişinin öfke, üzüntü, mutluluk vb. duyguyu canlandırmasını izler ve doğru tahminde bulunmaya çalışır. Bir grup doğru duyguyu tahmin ederse, on puan kazanır. Gruplar, bu şekilde mümkün olduğu kadar çok duygu aracılığıyla devam edebilir veya en azından her ekip üyesinin rol yapma şansı elde ettiği bir noktaya kadar devam edilebilir.
Gerekli malzeme:	Sınıf veya Konferans salonu; Dizüstü bilgisayar; Projeksiyon cihazı.

BİREYLER ARASI İLETİŞİM BECERİLERİ 8	
Etkinlik adı:	MÜZAKERE
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı katılımcıların kabul edilebilir bir çözüm için çalışmalarına olanak tanıyan iletişim becerileri geliştirmelerini sağlamak ve “diğer tarafların duygularını anlama” yeteneğini artırmalarına olanak tanıyan duygusal zeka seviyelerini geliştirmelerini sağlamaktır.
Etkinlik türü:	Oyun
Katılımcılar:	4-10
Süre:	10 -15 dakika
Talimatlar:	Katılımcıları iki takıma ayırın. Odayı bir parça ip veya bantla ikiye bölün. Her takıma bir lider belirlemelerini önerin. Her iki takıma da diğer takımın lideriyle müzakere etmesi ve onu kendi taraflarına katılmaya ikna etmeleri için 10 dakika süre tanıyın. Eğer bir takım, diğer lideri kendi takımına katılmaya ikna etmeyi başarırsa, o takım kazanır. Süreç tamamlandığında katılımcılardan bir tartışma başlatmalarını isteyin. Diğer takımın lideriyle müzakere yaparken nasıl hissettiler? Karşı takımın liderini ikna etmeye çalışırken anlaşmazlıklar ya da karşılıklı anlaşmalar oldu mu? Her iki takım içerisinde takım üyelerinden herhangi biri tam olarak ne düşündüklerini iletmede ısrar etti mi, vb.?
Gerekli malzeme:	• Sınıf • Bir parça ip veya bant



BİREYLER ARASI İLETİŞİM BECERİLERİ 9	
Etkinlik adı:	GÜVENİLİRLİK GELİŞTİRME ATÖLYESİ
Etkinliğin amacı:	Karakter eğitimi için eğlenceli bir yol geliştirmektir.
Etkinlik türü:	Oyun
Katılımcılar:	6-10
Süre:	10-15 dakika
Talimatlar:	Etkinlik lideri katılımcıları iki kişilik gruplara ayırır. Etkinliğin adı “Kör Sürüş”. Bu etkinlik için açık bir alana ihtiyaç duyulur. Katılımcılar çiftler halinde eşleştirilmelidir. Her çiftin bir kişisi gözleri bağlıdır. Bu kişi “araba”dır. Görebilen kişi ise “sürücü”dür. Alanın içinde bazı engeller bulunmalıdır (sandalye, top, çöp kutusu, ağaç, vb.). Sürücüler, arabalarının arkasında durmalı ve omuzlarının üst kısmından tutarak onları yönlendirebilmelidir. Arabalar ellerini önlerine düz bir şekilde koymalıdır, bu da onların tamponu olacaktır. Oyunun amacı, sınırları tanımlanmış bir alanda dolaşmak ve hiç kimseye veya hiçbir şeye çarpmamaktır. Alanın büyüklüğüne bağlı olarak 1 ila 3 dakika boyunca sürmelerine izin verin. Sonra araba ve sürücü rollerini değiştirin. Not: Hijyenik nedenlerle her katılımcıya ayrı bir göz bandı sağlanmalıdır. Etkinliği değerlendirmek için şu soruları veya benzer sorular sorun: Hangi rolü daha çok sevdiniz, araba mı yoksa sürücü mü? Başka birine bağımlı olmak nasıl bir his? Başkalarının size bağımlı olması nasıl bir his? Bir sonraki güvenilir olmanız gereken bir durumda bu oyunu hatırlayacak mısınız?
Gerekli malzeme:	Açık bir alan; Engel oluşturmak için nesneler (sandalye, top, çöp kutusu, ağaç, vb.).



BİREYLER ARASI İLETİŞİM BECERİLERİ 10	
Etkinlik adı:	GÜVENİLİRLİK GELİŞTİRME ATÖLYESİ
Etkinliğin amacı:	Karakter eğitimi için eğlenceli bir yol geliştirmektir.
Etkinlik türü:	Oyun
Katılımcılar:	6-10
Süre:	10-15 dakika
Talimatlar:	Etkinlik lideri katılımcıları iki kişilik gruplara ayırır. Etkinliğin adı “Kör Sürüş”. Bu etkinlik için açık bir alana ihtiyaç duyulur. Katılımcılar çiftler halinde eşleştirilmelidir. Her çiftin bir kişisi gözleri bağlıdır. Bu kişi “araba”dır. Görebilen kişi ise “sürücü”dür. Alanın içinde bazı engeller bulunmalıdır (sandalye, top, çöp kutusu, ağaç, vb.). Sürücüler, arabalarının arkasında durmalı ve omuzlarının üst kısmından tutarak onları yönlendirebilmelidir. Arabalar ellerini önlerine düz bir şekilde koymalıdır, bu da onların tamponu olacaktır. Oyunun amacı, sınırları tanımlanmış bir alanda dolaşmak ve hiç kimseye veya hiçbir şeye çarpmamaktır. Alanın büyüklüğüne bağlı olarak 1 ila 3 dakika boyunca sürmelerine izin verin. Sonra araba ve sürücü rollerini değiştirin. Not: Hijyenik nedenlerle her katılımcıya ayrı bir göz bandı sağlanmalıdır.
Gerekli malzeme:	Açık alan; Her katılımcı için taze yumurta; Her katılımcı için kaşık; Bazı engeller (sandalye, top, çöp kutusu, ağaç vb.).

BİREYLER ARASI İLETİŞİM BECERİLERİ 11	
Etkinlik adı:	ESNEKLİK
Etkinliğin amacı:	Çevresel değişikliklere yanıt olarak görevler ve talepler arasında geçiş yapmayı tanımlayan bir yürütme işlevi becerisinin öğrenilmesidir. Bir birey esnek olmadığına, işe yaramasa bile aynı tepkiyi tekrar tekrar denemeye devam edebilmelidir.
Etkinlik türü:	Oyun
Katılımcılar:	2-10
Süre:	10-60 dakika
Talimatlar:	Kart Oyunları & Masa Oyunları- Kart oyunları ve masa oyunlarından esnek düşünmeyi öğrenmek mümkündür. Satranç: Katılımcılar çiftlere ayrılır ve birbirleriyle yarışılır. Satranç kuralları: Satranç, alternatif renkte 64 kareden (sekiz x sekiz) oluşan, ızgara şeklinde bölünmüş kare bir tahta olan satranç tahtası üzerinde oynanır. Satranç tahtasındaki her oyuncu tarafından altı çeşit on altı taş kontrol edilir. Farklı taş türleri farklı şekillerde hareket eder. Oyun, on altı “beyaz” ve on altı “siyah” taşın tahtaya yerleştirilmesiyle başlar. Tahta, her oyuncunun sağa yakın köşesinde beyaz bir kare olacak şekilde yerleştirilir. Oyunun başında taşlar şu şekilde düzenlenir:

**BİREYLER ARASI
İLETİŞİM BECERİLERİ 11****Talimatlar:**

- Kaleler dış köşelere, sağ ve sol kenara yerleştirilir.
- Atlar, kalelerin hemen yanına yerleştirilir.
- Filler, atların hemen yanına yerleştirilir.
- Vezir, aynı renkteki parçanın orta karesine yerleştirilir: beyaz vezir beyaz kare üzerine ve siyah vezir siyah kare üzerine yerleştirilir.
- Şah, vezirin hemen yanındaki boş yere yerleştirilir.
- Piyonlar, ön sıraya tüm taşların önüne yerleştirilir.

“Beyaz” oyuncu, beyaz taşların kontrolünü sağlar ve “Siyah” oyuncu, siyah taşların kontrolünü sağlar. Oyuncular, Beyaz’ın hamlesinden sonra sırayla hamle yaparlar. Şah, yalnızca dikey, yatay veya çapraz olarak her yönde bir kare hareket edebilir. Şah ile kale arasında yapılan özel bir hamle olan rok hamlesine her oyuncu için oyunda yalnızca bir kez izin verilir. Bir kale, istenilen sayıda yatay veya dikey olarak boş kareye hareket ettirilir. Rok yaparken de hareket ettirilir.

Bir fil çapraz olarak istenilen sayıda boş kareye hareket edebilir (Fil yalnızca beyaz veya siyah karelere hareket edebilir, her ikisine birden hareket edemez).

BİREYLER ARASI İLETİŞİM BECERİLERİ 11	
Talimatlar:	• Vezir, yatay, dikey veya çapraz olarak herhangi bir sayıda boş kareye hareket edebilir. • At, iki kare yatay sonra bir kare dikey ya da bir kare yatay sonra iki kare dikey olarak hareket eder, yani bir “L” deseni oluşturur. At, diğer taşlar tarafından engellenemez, diğer taşların üzerinden hareket ederek yeni konumuna yerleşir. • En karmaşık hareket kuralları piyonlarla ilgilidir: • Eğer bir kare mevcutsa, bir piyon doğrudan bir kare ilerler. Bir piyon, her iki karenin de boş olması koşuluyla, daha önce hareket etmediyse, piyon her iki kare de boşsa düz bir çizgide iki kare ileri hareket edebilir. Piyonlar, geriye doğru hareket edemez. • Diğer taşlardan farklı olarak, bir piyon rakip taşını yakaladığında farklı hareket eder. Bir piyon, önündeki iki kareden birinde rakip taşını yakaladığında farklı hareket eder. Bir piyon, önünde çapraz olarak bulunan iki kareden birinde rakip bir taşı yakalayabilir. Ancak, bu kareler boşsa, piyon bu kareler üzerine hareket edemez, sadece “en passant” (geçerken yakalama) durumunda rakip taşını ele geçirebilir. • Oyunun amacı rakibin şahını mat etmektir. • Satranç başkasının bakış açısından görme yeteneğini/esnekliğini geliştirir.
Gerekli malzeme:	• Her katılımcı çift için satranç tahtası; • Katılımcılar için satranç tahtası, masa ve iki sandalye; • Açık bir alan veya sınıf ortamı.



BİREYLER ARASI İLETİŞİM BECERİLERİ 12	
Etkinlik adı:	POZİTİF MENTAL TUTUM
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı, daha olumlu bir bakış açısı geliştirmek, bunun sonunda ruh halinin, insan ilişkileri, iş yaşamı, yaşam doyumu ve fiziksel sağlık üzerindeki etkilerinin iyileşebileceğini göstermektir.
Etkinlik türü:	Oyun
Katılımcılar:	2-10
Süre:	10-60 dakika
Talimatlar:	Oyunun adı: Sinirlenme Lider, katılımcıları iki ila dört kişilik gruplara böler. Sinirlenme adlı zar oyununa iki ila dört oyuncu katılabilir. Oyunun amacı, dört parçayı başlangıç alanından zarın skoruna uygun olarak hedef alanlara saat yönünde hareket ettirmektir. Dört parçayı başarıyla hedef alanına taşıyan ilk kişi oyunu kazanır. Her oyuncu, dört renkten birini seçer -kırmızı, yeşil, sarı veya mavi - ve uygun renkteki dört parçayı karşılık gelen eve yerleştirir. Her oyuncu zar attıktan sonra en yüksek atış yapan kişi oyunu başlatır. Saat yönünde, her oyuncu sırayla bir tur alır. 6 atış her zaman ek bir tur hakkı getirir. Eğer olası bir hamle yoksa zar bir sonraki oyuncuya verilir. Zara bağlı olarak, parçalar saat yönünde bir oyun alanı üzerinde yerleştirilir. Taşların farklı renkli ev alanlarına yerleştirilmesi yasaktır.



BİREYLER ARASI İLETİŞİM BECERİLERİ 12	
Talimatlar:	Bir oyuncu, 6 attıktan sonra bir parçayı evinden başlangıç alanına taşmalıdır. Eğer olası bir hamle yoksa, zar bir sonraki oyuncuya geçer. Evde taş olduğu zaman, uygun başlangıç alanı mümkün olan en kısa sürede kaldırılmalıdır. Ev alanlarından uzakta oldukları sürece, taşlar birbirlerinin üzerlerinden atlayabilirler. Eğer bir taş farklı renkte bir taşın olduğu bir alana taşınırsa, ikinci olan parça oyun alanından kaldırılır ve karşılık gelen eve yerleştirilir. Oyun alanında birden fazla parça hareket edebiliyorsa, oyuncu hangisini alacağına serbestçe karar verebilir.
Gerekli malzeme:	• ÖFKELENME - masa oyunu; • Oyuncular için 2 ila 4 sandalyeli masa; • Açık bir alan veya sınıf ortamı.

C-TAKIM ÇALIŞMASI

TAKIM ÇALIŞMASI 1	
Etkinlik adı:	İLETİŞİM
Etkinliğin amacı:	Grup içerisinde iletişim becerilerinin geliştirilmesi ve takım olarak çalışmanın öğrenilmesi amaçlanmaktadır.
Etkinlik türü:	Takım çalışması oyunu
Katılımcılar:	3-10
Süre:	30 dakika
Katılımcılar:	Tersine sessiz sinema: Normal bir sinema oyununda, gruptan bir kişi ayağa kalkar ve ekibin geri kalanı tahmin etmeye çalışırken bir kelime veya cümleyi canlandırır. Ancak ters sessiz sinema oyununda senaryo tersine çevrilir. Bir kişi tahmin etmek zorundayken ekibin geri kalanı bir kelimeyi veya ifadeyi canlandırmak için birlikte çalışmalıdır. Oyun kutu oyunu versiyonunda oynanabilir veya mobil uygulama indirilebilir. Ters sessiz sinema oyununda ekip üyelerinin birbirleriyle iletişim kurması gerekir. Çünkü bir kişi tahmin etmeye çalışırken diğer katılımcılar canlandırma yaptığı için, oyun boyunca tüm katılımcılar oyuna dahil olmuş olur ve bu da daha çekingen veya dikkatten kaçan takım üyelerinin de oyuna dahil olmasını sağlar. Tüm ekibin katılımı ile oynana. interaktif bir oyundur. Tamamlayıcı Sorular: Anlatmak istediğiniz şeyi canlandırmak için bir ekip olarak çalıştınız mı? Herkesi aynı fikirde bir araya getirmek zor muydu?
Gerekli malzeme:	Akıllı telefon, ters sessiz sinema uygulaması veya masa oyunu



TAKIM ÇALIŞMASI 2	
Etkinlik adı:	HIZLI DÜŞÜNME
Etkinliğin amacı:	Günlük nesnelerin alternatif kullanımlarını bulmak ve ekip üyelerinin söz konusu kullanımları tahmin etmelerini sağlamak; takımın yaratıcılığını ve yenilikçiliğini artırmanın eğlenceli bir yolunu sağlamaktır.
Etkinlik türü:	Takım çalışması oyunu
Katılımcılar:	3-10
Süre:	15-20 dakika
Talimatlar:	Olasılıklar oyunu: Her katılımcıya bir nesne verilir ve verilen nesne için alternatif bir kullanımını göstermesi beklenir. Basketbol topundan plastik torbaya hula hoop'tan zımbaya kadar her şeyi kullanabilirsiniz. Katılımcıya nesnenin alternatif kullanımını sessizce canlandırması için bir dakika verilir; örneğin, bir zımba, çatal veya trompet olarak kullanılabilir. Katılımcılar canlandırma yaparken, gruptaki diğer kişiler de hangi alternatif kullanımı canlandırıldığını tahmin etmeye çalışır. Alternatif kullanımı doğru tahmin eden her kişi bir puan alacaktır. Süre sona erdiğinde, bir sonraki kişi de aynı şekilde oyuna devam edecektir. Tamamlama soruları: En yaratıcı alternatif kullanım fikri neydi? Alternatif kullanımları bulmakta zorluk yaşadınız mı? Zaman içerisinde kolaylaştı mı?
Gerekli malzeme:	Her katılımcı için bir tane olmak üzere çeşitli nesneler

TAKIM ÇALIŞMASI 3**Etkinlik adı:****SÖZLÜ TANIMLAMA****Etkinliğin amacı:**

Etkinliğin amacı yapı malzemeleri kullanarak bir nesneyi yeniden oluşturarak sözlü tanımlama becerilerini geliştirmek; yönetim engellerini aşmaya yardımcı olmak; takım üyeleri arasında açık iletişim kurmayı sağlamaktır.

Etkinlik türü:**Takım çalışması oyunu****Katılımcılar:****3-10****Süre:****20 dakika****Talimatlar:**

Sneak a peek: Bu etkinlikte, takım lideri grup üyelerini çeşitli takımlara ayırır. Her takımdan bir kişi, gizli bir nesneyi veya heykeli görmek üzere seçilir. Heykele göz atmak için her seferinde sadece 10 saniye süreleri vardır ve gördüklerini grubun geri kalanına aktarmaları beklenir. Grup, göz atan kişinin açıklamasına dayanarak heykeli yeniden oluşturmaya çalışır. Oyuncular, takım arkadaşlarına nesneyi doğru bir şekilde tanımlama konusunda güvenmeli ve talimatlarını dikkatle dinlemelidir. Heykeli görüntülemek için daha alt düzeyde bir kişiyi seçerseniz, bu durum, yönetim engellerini ortadan kaldırma noktasında yardımcı olabilir. Bu durum, kişiyi alıştıkları pozisyonlardan farklı bir konuma yerleştirir, onları uyum sağlamaya, bir ekibi yönlendirmeye ve açık bir şekilde iletişim kurmaya zorlar.

Tamamlama soruları: Nesneyi başarılı bir şekilde yeniden oluşturduğunuz mu?

Açıklamada kafanızı karıştıran herhangi bir kısım oldu mu? Ekip olarak çalışmanın en çok hangi noktada, ne zaman faydalandınız?

Gerekli malzeme:**Yapı malzemeleri (kil, kürdan, oyun hamuru, legolar)**



TAKIM ÇALIŞMASI 4	
Etkinlik adı:	KİŞİLER ARASI İLİŞKİLER
Etkinliğin amacı:	Daha iyi insan ilişkileri için herkesin birbirini hatırlaması ve iletişim kurması amaçlanmaktadır.
Etkinlik türü:	Açık hava takım çalışması etkinliği
Katılımcılar:	3-10
Süre:	45 dakika
Talimatlar:	Örümcek ağı: Dikey 2 direk arasına sicim çekerek çizgilerden ve şekillerden oluşan bir labirent oluşturun. Nihai sonuç, bazıları daha büyük, bazıları daha küçük açıklıklar içeren, daha kolay ve daha zor boşluklar içeren bir örümcek ağına benzemelidir. Takımlar, diğer tarafa ulaşmak için örümcek ağını geçmek zorundadır; ancak ipe dokunmadan veya öncekilerle aynı şekillerden gitmeden geçmeleri beklenmektedir. Burada karşılaşılabilecekleri zorluk, seviyesi daha fazla kişi diğer tarafa geçtikçe artar ve kişilerin diğer katılımcıların hangi noktalardan geçtiğini hatırlaması ve iletişim kurması gerekir. Tamamlama soruları: Oyuna bir strateji ile mi başladınız? Ağdan geçen insan sayısı arttıkça neler öğrendiniz? Takım arkadaşlarınızla birlikte ilerlerken stratejiniz değişti mi?
Gerekli malzeme:	İp/Halat, 2 dikey direk (2 ağaç ya da futbol direği vb.)



TAKIM ÇALIŞMASI 5	
Etkinlik adı:	KONSANTRASYON
Etkinliğin amacı:	Takım üyelerinin kişisel ve mesleki bilgileri hakkında bilgi edinme ve hafızaya odaklanmak amaçlanmaktadır.
Etkinlik türü:	Takım çalışması etkinliği
Katılımcılar:	3-10
Süre:	45 dakika-1 saat
Talimatlar:	Takım lideri, üzerinde takım üyelerinin fotoğrafları ve isimleri veya şirket (kurum) bilgileri gibi ürünler, logolar ve değerler gibi bilgiler içeren kartlar oluşturur. Bu kartları bir masa üzerine yüzleri aşağı gelecek şekilde yerleştirir ve ardından takımlara ayırır. Her takım, aynı anda yalnızca 2 kartı göstererek kartlardaki eşleri bulmalıdır. Her grubun süresi ölçülür ve tüm eşleşmeleri en hızlı bulan takım kazanan ilan edilir. Konsantrasyon oyunu, katılımcılara ve çalışanlara bilimi daha yakından tanıtmak için eğlenceli bir oyun oynatır.
Gerekli malzeme:	İpucu kartları veya kartvizitler



TAKIM ÇALIŞMASI 6	
Etkinlik adı:	MOTİVASYON
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı daha güçlü ve daha başarılı takımlar oluşturmak için ihtiyaç duyulan ilham ve içsel motivasyonu artırmaktır.
Etkinlik türü:	Takım çalışması etkinliği
Katılımcılar:	3-10
Süre:	40 dakika
Talimatlar:	All Adrfit (Herkes Akıntıya Kapılmış): Grubun, kaza sonucu bir su alanında mahsur kaldığı varsayılan bir senaryo oluşturun. Bu etkinlik, teknenin alev aldığı ve ekibin terk etmesi gereken durumu içerir. Ekibe, etkinlikte neler yapmaları gerektiği “Ekip Bilgilendirme Metni” üzerinden anlatılır. Ekip üyelerinin sadece birkaç dakikaları vardır ve almaları gereken eşyalar arasında ilk yardım kiti, halat, konserve, yiyecek, su, kova, bıçak, pusula ve battaniye gibi nesneler bulunmaktadır. İlk olarak, bireyler önem sırasına göre 1-10 numaralı öğeleri yazmalıdır. Sonra, bir ekip olarak, en üst önceliklendirilen 10 öğeyi belirlemek ve üzerinde anlaşmak zorundadırlar. Grupların, tüm etkinliği tamamlamak ve bir uzlaşıya varmak için yaklaşık 30 dakikaya ihtiyaçları vardır. Ayrıca, kararlarını değerlendirmeleri için kullanmaları gereken bir puanlama tablosu da bulunmaktadır. Bu etkinlik, bir ekip olarak birleşik bilgi ile genellikle kendi başınıza daha akıllıca kararlar verebileceğinizi göstermeye yardımcı olabilecek bir etkinliktir.
Gerekli malzeme:	Ekip Bilgilendirme Metni Puanlama Tablosu



TAKIM ÇALIŞMASI 7	
Etkinlik adı:	GÜVEN
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı takım üyelerinin birbirlerine güvenmeyi öğrenmelerini sağlamaktır.
Etkinlik türü:	Takım çalışması etkinliği
Katılımcılar:	2-10
Süre:	10-15 dakika
Talimatlar:	Güven oyunu: Katılımcılar iki kişilik takımlara ayrılır. Bir oyuncu lider olur ve diğeri göz bandı takar. Lider, göz bandı takan oyuncuyu bir noktadan diğerine yönlendirmelidir ve bu sırada cisimlere çarpmamalarını sağlamalıdır. Örneğin, etkinliğin sınıf ortamında gerçekleştirildiği bir durum varsayalım: Başlangıç ve bitiş noktaları belirlenir; katılımcılar bir sınıfta başlar ve etkinlik başka bir sınıfta tamamlanır. Tamamlama soruları: • Takım arkadaşınıza güvendiniz mi? • Sizi iyi yönlendirdi mi? • Kendinizi güvende hissetmediğiniz durumlar oldu mu? • Oyunun kazananı neler söyledi, sizi yönlendirirken nasıl hissetti?
Gerekli malzeme:	Göz bantları



TAKIM ÇALIŞMASI 8	
Etkinlik adı:	HAFIZA
Etkinliğin amacı:	Bu etkinlikte katılımcılar birlikte öğrenir ve ortak anılarının bir taslağını hazırlar. Bu hafıza oyunu, takım üyelerinin eğlenirken öğrenmelerini amaçlayan bir oyundur.
Etkinlik türü:	Takım çalışması etkinliği
Katılımcılar:	4-10
Süre:	20 dakika
Talimatlar:	Bitki Hafızası Oyunu Bitki kartlarının iki kopyası yazdırılıp çizgiler boyunca kesilerek oyun hazırlanır. Kartları daha sağlam hale getirmek için karton kağıda yazdırılabilir, kartlar mukavva üzerine yazdırılabilir veya laminasyon yapılabilir. Oynamak için kartlar karıştırılır ve resim olan yüzleri aşağıda olacak şekilde sıralanır. Sırayla iki kart çevrilir. Eğer eşleşirse, eşleşen kart çifti alınır ve tekrar denenir. Katılımcıların her turda ortaya çıkan kartlara dikkat etmeleri ve eşleşmelerin nerede olduğunu gözlemleyerek hatırlamaları beklenir. Tüm kartlar eşleştirildiğinde en fazla çiftte sahip katılımcı kazanır.
Gerekli malzeme:	Bitkilerin resim ve isimlerini içeren kartlar

Kart örnekleri:





TAKIM ÇALIŞMASI 9	
Etkinlik adı:	ELEŞTİREL DÜŞÜNME BECERİLERİ
Etkinliğin amacı:	Bu etkinlikte katılımcıların bilişsel becerilerini geliştirmeleri, zihni ve yaratıcı fikirleri canlandırmaları, daha iyi ve bilinçli kararlar almalarına yardımcı olmak ve karşılaşılabilecekleri zihinsel zorluklarla başa çıkabilme stratejilerinin aktarılması amaçlanmaktadır.
Etkinlik türü:	Takım çalışması etkinliği
Katılımcılar:	3-10
Süre:	10-15 dakika
Talimatlar:	Kritik düşünme becerilerini geliştirmenin en iyi yollarından biri bulmacalardır. Ayrıca, katılımcılar hatalarından ders çıkarabilmek veya zorlu sorunlarla başa çıkmak için yeni öneriler geliştirebilmeleri için deneme yanılma yöntemini de kullanabilirler. Katılımcılar, B ve C, A kişinin yarattığı bir gizemi çözmeye çalışırlar. Bulmaca tamamlandıktan sonra ekip üyeleri sırayla bir sonraki bulmaca üzerinde çalışırlar. B ve C kişileri bulmaca üzerinde çalışırken diğer iki kişi bulmacaları nasıl çözeceklerini düşünürler.
Gerekli malzeme:	Oda veya açık alan

TAKIM ÇALIŞMASI 10	
Etkinlik adı:	FARKINDALIK
Etkinliğin amacı:	Etkinlikte, takım farkındalığı, bireyin içinde bulunduğu takımı tamamlama ve takımın ihtiyaçlarına katkıda bulunma ve takım üyelerini aktif bir şekilde dinlemeyi içeren yetenekleri de içeren bir dizi yeteneğin tanıtılması amaçlanmaktadır.
Etkinlik türü:	Takım çalışması etkinliği
Katılımcılar:	2-10
Süre:	10-15 dakika
Talimatlar:	Yavaş konuşulur ve tekrarlar kullanılır. Burada amaç, katılımcıların “ses kulağı” geliştirmelerine yardımcı olmaktır. Gruplar ikişer kişilik küçük takımlara ayrılır. Bir oyuncu kelimeyi ana dilde söyler ve diğer oyuncu da onun ardından kelimeleri tekrarlar. 10-15 kelime ile oyun tekrarlanır. Görev tamamlandıktan sonra oyuncular rolleri değiştirmelidir. Şarkı söylenir ve kafiye yapılır. Gruplar iki kişilik küçük takımlara ayrılır. Bir oyuncu kelimeyi söyler ve diğer oyuncu verilen terimle ilgili kısa bir kafiye içeren bir şiir oluşturmalıdır. Görevi tamamladıktan sonra katılımcılar rollerini değiştirmelidir. Görev tamamlandıktan sonra katılımcılardan bir tartışma başlatmaları istenir. Bu alıştırmaya kişiler arası iletişimi daha iyi hale getiriyor mu? Bu aktivite duygularımızı kontrol etme kapasitemizi geliştiriyor mu?
Gerekli malzeme:	Oda veya açık alan



TAKIM ÇALIŞMASI 11	
Etkinlik adı:	İŞ BİRLİĞİ
Etkinliğin amacı:	Etkinliklerde birlikte çalışmak ve gerektiğinde birbirimize destek olmak amaçlanmaktadır.
Etkinlik türü:	Açık hava takım çalışması etkinliği
Katılımcılar:	6-10
Süre:	İlk gün 60 dakika, sonraki 2-3 gün 10 dakika
Katılımcılar:	Herbaryum Yapımı: Katılımcılar eşit sayıda üyeye sahip iki takıma ayrılmalıdır. Her takım, bir herbaryum yapmak için farklı bitkilerin çiçeklerini veya yapraklarını toplamalıdır. Her gün bitkilerin nemini emmiş olan kağıtların değiştirilmesi, bitkilerin daha hızlı kurumasını sağlamak için gereklidir. Etkinlik sona erdikten sonra her iki takımın üyeleri birlikte her iki herbaryumu da incelemelidir. Etkinlik tamamlandığında şu sorularla bir tartışma başlatılır: İş birliği sonucunda siz ve diğer ekip üyeleri daha yakınlaştınız mı ve daha verimli çalıştınız mı? Bu etkinliği yeni bir öğrenme deneyimi olarak değerlendirebilir misiniz? Daha üretken bir ekip çalışması geliştirmenize yardımcı olabilir mi?
Gerekli malzeme:	Açık alan, A4 kağıt, gazete, makas, bant

TAKIM ÇALIŞMASI 12	
Etkinlik adı:	YARATICILIK
Etkinliğin amacı:	Takım üyeleri arasındaki ilişkileri geliştirmek ve yaratıcılığı artırmak amaçlanmıştır.
Etkinlik türü:	Takım çalışması etkinliği
Katılımcılar:	6-10
Süre:	10-15 dakika
Talimatlar:	Bu eğlenceli etkinlik sadece bir kağıt parçasına ihtiyaç vardır. Katılımcıları iki veya üç takıma ayırın. Katılımcılardan A4 kağıdından bir uçak yapmalarını isteyin. Tüm katılımcılar çizilmiş bir çizgi üzerinde halat veya bantla belirlenmiş bir alanda durmalıdır. En uzağa giden uçak kazanır. Bu süreci bir takım üç kez kazanana kadar sürdürün. İşlemi tamamladıktan sonra katılımcılara bir tartışma başlatmalarını söyleyin: En iyi tasarlanmış uçağın en uzağa uçtuğunu düşünüyor musunuz? En iyi tasarlanmış uçağa oy verir misiniz? Takım arkadaşlarınızla birlikte en iyi tasarlanmış uçakları yaparken takım çalışmasından keyif aldınız mı?
Gerekli malzeme:	Etkinlik için oda, her katılımcı için A4 kağıt



TAKIM ÇALIŞMASI 12	
Etkinlik adı:	YARATICILIK
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı ekip üyeleri arasındaki ilişkilerin geliştirilmesi ve ekip üyelerinin yaratıcılık seviyelerinin artırılması amaçlanmıştır.
Etkinlik türü:	Takım çalışması etkinliği
Katılımcılar:	6-10
Süre:	10-15 dakika
Talimatlar:	Bu eğlenceli etkinlik sadece bir kağıt parçasına ihtiyaç vardır. Katılımcıları iki veya üç takıma ayırın. Katılımcılardan A4 kağıdından bir uçak yapmalarını isteyin. Tüm katılımcılar çizilmiş bir çizgi üzerinde halat veya bantla belirlenmiş bir alanda durmalıdır. En uzağa giden uçak kazanır. Bu süreci bir takım üç kez kazanana kadar sürdürün. İşlemi tamamladıktan sonra katılımcılara bir tartışma başlatmalarını söyleyin: En iyi tasarlanmış uçağın en uzağa uçtuğunu düşünüyor musunuz? En iyi tasarlanmış uçağa oy verir misiniz? Takım arkadaşlarınızla birlikte en iyi tasarlanmış uçakları yaparken takım çalışmasından keyif aldınız mı?
Gerekli malzeme:	Etkinlik için oda, her katılımcı için A4 kağıt

D-DEĞİŞİME UYUM SAĞLAMA BECERİSİ

Değişime uyum sağlama yeteneği, en değerli becerilerden biridir. Şirketler, yeni görevleri öğrenebilen ve yeni çalışma ortamlarına çeviklikle uyum sağlayabilen profesyoneller talep etmektedir. Günümüz gibi değişken koşullara sahip iş dünyasında, profesyonellerin çevresel taleplere hızlı bir şekilde yanıt verebilmeleri için gerekli yetkinliklere sahip olmaları hayati öneme sahiptir. Uyum sağlama özellikleri arasında esneklik, çok yönlülük, değişime açıklık ve teknolojik uyum kabiliyeti bulunmaktadır.

UYUM YETENEĞİ 1	
Etkinlik adı:	Flaş Satış Sunumu
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı, katılımcıların kritik bir iş yeri durumu simülasyonu sırasında sergiledikleri YARATICILIK, İNSAN İLİŞKİLERİ ve UYUMLULUK gibi yatay becerileri gözlemleyip değerlendirerek bu alanlardaki yeteneklerini artırmaktır.
Etkinlik türü:	Yaratıcı Düşünerek Hikayeleştirme
Katılımcılar:	4-12
Süre:	60-90 dakika
Talimatlar:	Katılımcılar, iki veya üç kişilik alt gruplara ayrılacak ve Japonya'dan beklenmedik bir şekilde ziyarete gelen, önemli bir müşteri olan Kamanoto Bey'in TAB'lerden yapılmış bir ürünün sunumunu oluşturma görevini üstleneceklerdir. "Grubunuz, müşteriyi Japon pazarı için satın almaya değer olduğuna ikna etmek amacıyla kağıt üzerinde bir argüman oluşturmalı ve ekibin her bir üyesinin hangi rolü oynayacağına karar vermelidir. Müşteri havaalanına gitmek zorunda olduğu için sunum bir saat içinde yapılmalı ve hazırlanmak için sadece 30 dakikanız, sunumu yapmak için ise 15 dakikanız vardır."

UYUM YETENEĞİ 1	
Talimatlar:	10 dakikalık hazırlık süresinden sonra, oluşturulan içeriği değiştirmeye zorlayacak bir koşul tanıtılacaktır. “Ah! Olası bir ambalaj ve etiketi göstermenin zorunlu olduğunu söylemeyi unutmuştuk. Bunu bir düşünün!!!” Zaman baskısı faktörü ile oynanacak, faaliyet ilerledikçe mevcut dakikalar azaltılacaktır: “Bay Kamamoto’nun uçuşu öne alındı, bu nedenle 5 dakika erken başlamanız ve sunumu 10 dakikaya indirmemiz gerekiyor.” Moderatör, yönlendirici olmayan bir rol üstlenir, yalnızca talimatları verir ve değişiklik durumunda değişiklik unsurlarını tanıtır. Ekiplere destek olabilir ve sunum hazırlığı konusunda ilerleme kaydetmediklerini hissettiğinde fikirler sunarak yardımcı olabilir.
Gerekli malzeme:	• Kağıtlar, kalemler
Tartışma ve Sonuç:	Grup üyelerinin bu becerileri nasıl sergilediğini değerlendirmek amacıyla tartışma başlatılır. Grup üyelerinden beklenen yanıtlar: • Değişiklikleri (ambalaj ve etiketleme, zaman baskısı) doğal bir şekilde ve stres yapmadan entegre edebilme yeteneği, • Değişiklikleri hızlı ve etkili bir şekilde entegre etmek için stratejiler geliştirebilme yeteneği, • Yapıcı, etkili ve olumlu tepkileri benimseyebilme, esnek olabilme ve bağlamın özel ihtiyaçlarına uyum sağlayabilme yeteneği.



UYUM YETENEĞİ 2	
Etkinlik adı:	Kart Sıralama
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı, katılımcıların belirli bir görev ve senaryo içinde uyum yeteneği ve organizasyon becerilerini geliştirmektir.
Etkinlik türü:	Oyun
Katılımcılar:	20 (Maksimum)
Süre:	45 dakika
Talimatlar:	Önerilen etkinlik, her iki gruba da iş birliği içinde çözülecek bir görev sunmayı amaçlamaktadır. şeklindedir. Etkinlik sırasında, görev ve/veya ekiplerin kompozisyonunda, uyum sağlama, müzakere gibi becerilerin devreye alınmasını içeren küçük değişiklikler yapılacaktır. Bu bağlamda, mevcut görev, belirli kriterlere göre sınıflandırılmak üzere büyük bir kart setini (100 adet, ekte görüldüğü gibi) içermektedir. Her kart üzerinde bir kelime bulunacak ve kartlar eşit sayıda, rastgele karıştırılmış bir şekilde her panoya asılacaktır. Katılımcılar, eşit sayıda üyeden oluşan iki takıma ayrılacaktır. Her takımdan bir katılımcı talimatları alacak ve diğer üyelere iletmekle sorumlu olacaktır. “Çalışma grubu olarak, aşağıdaki görevi mümkün olan en kısa sürede tamamlamak için organize olmalısınız: Gördüğünüz gibi, her iki pano üzerinde de kelime yazılı kartlar bulunmaktadır. Göreviniz, panodan bitki adı ve ürün adını içeren kartları seçmektir (diğer grupta üretim ve ticaret yönlerini içerir). Bu kartları tanımladıkça, bunları aşağıdaki kriterlere göre panoya yerleştirmeniz gerekmektedir.”

UYUM YETENEĞİ 2**Talimatlar:**

- Bitkiler, otlar ve baharatlar olmak üzere iki grupta sınıflandırılmalıdır.
- Ürünler, kullanıcı endüstrisine göre (eczane, kozmetik, gıda) sınıflandırılmalıdır.

(Diğer gruba:

- Üretim yönünden, tarım ve işleme yöntemleri
- Ticari yönden, kurallara uygunluk ve pazarlama)

Setinize ait olan kartları almanız gerekecektir. Ancak, kartlar karşı grubun panosunda asılı olacaktır. Bu durumu çözebilmek için karşı takım ile müzakere etmek zorunda kalacaksınız. Çalışmayı düzenleme özgürlüğünüz vardır, ancak aşağıda yazılı kurallara riayet etmeniz gerekmektedir: Grubun sadece bir üyesi pano üzerindeki kartları işleyebilir.

Etkinliğin ortasına doğru (15-20 dakika), bir değişiklik uygulanacaktır: Bu noktadan itibaren her iki grup da KONUŞMADAN, yani hedefe ulaşmak için sadece hareketlerini kullanarak görevi sürdürmek durumundadır.

Yaklaşık 30. dakikada (hedefin hızına bağlı olarak), başka bir değişiklik uygulanacaktır. Hedef, aşağıdaki gibi TÜM KARTLARI ALFABETİK SIRAYA YERLEŞTİRMEK olarak güncellenir:

-Grup 1, A ile L arasında harf içeren tüm kartları alfabetik sıraya koymak zorundadır.

-Grup 2, M ile Z arasında harf içeren tüm kartları alfabetik sıraya koymak zorundadır.

Bu durumda, tekrar sözlü iletişim kullanılabilir.

UYUM YETENEĞİ 2	
Talimatlar:	Birkaç dakika sonra, iki ekipten biri görevi tamamlayana kadar ya da moderatör etkinliğe son vermeye karar verene kadar KONUŞMAMA varyasyonunu tekrar uygulanacaktır. Moderatör için yönergeler: • Görevin başarılmasının ötesinde, en önemli şeyin iyi organize olmak, bir ekip içinde çalışmak ve iletişim ile müzakere becerilerinin geliştirilmesi olduğunu unutmayın ve aktarın. • Görevi yerine getirirken ekiplerin ritmini kontrol etmek, çözüm hızına bağlı olarak değişiklikleri farklı zamanlarda yapmak uygundur. • Takım üyelerinin değişimi, daha karmaşık sınıflandırma kriterleri, her iki takıma da aynı hedefi vermek vb. gibi seçenekler de eklenebilir.
Gerekli malzeme:	Mantar pano, karton kartlar, raptiyeler (beyaz tahta, post-it, keçeli kalemler)
Tartışma ve Sonuç:	Katılımcının yeterliliklerini doğrulayan unsurlar: • Koşulların değiştirildiği anlarda, değişimi kabul eder ve takım dinamizminin aksamasına izin vermez. • Organizasyon aşamasında, katılımcı diğer grup üyelerinin önerilerini dikkatle dinler ve alınan kararlara direnç göstermeden uyar. • Etkinlik sürecinde farklı rollerle doğal bir uyum sağlar, proaktif bir tutum sergiler ve ekiple iş birliği yapar. • Takımın organizasyonunda ve üyelerin yaşanan değişimlere uyum sağlamasında inisiyatif alır.

UYUM YETENEĞİ 3	
Etkinlik adı:	Figürler
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı, katılımcıların organizasyon becerilerini, kişiler arası ilişkileri ve adaptasyon yeteneğini geliştirmektir.
Etkinlik türü:	Oyun
Katılımcılar:	10 (veya çift olarak 20)
Süre:	45 dakika
Talimatlar:	Katılımcılara, tıbbi bitkilere dayalı bir ürünün logosunu ve markasını geliştirmekle görevli olan çok prestijli bir tasarım atölyesinde oldukları açıklanacaktır. Görev, katılımcılara sağlanacak olan malzeme (iki boyutlu geometrik parçalar) ve talimatlar doğrultusunda bir figür oluşturmaktır. Parçalar müşteri atölyeye geldiğinde müşteriye sunulacaktır. Talimatlar odanın duvarına asılacak ve katılımcılar atanan görevi gerçekleştirebilmek için talimatları okumak zorunda kalacaklardır. Talimatlar şu şekildedir: HEDEF: Bir FIGÜR OLUŞTURMA 1.Size verilen malzemeyi gözden geçirin. 2.Figür oluşturmaya başlamak için 7 parçaya sahip olmalısınız. 3.Görevinize başlamanızı zorlaştıran olayları grup arkadaşlarınızla birlikte çözün. Tek başınıza mı yoksa grup halinde mi çalışmayı tercih edeceğinize karar verin. 4.En az 6 parça içeren bir figür oluşturun. Parçaları birbirinizle değiştirebilirsiniz. 5.Yapılacak figür tanınabilecek bir nesne olmalıdır.

UYUM YETENEĞİ 3	
Talimatlar:	6. Figürünüzü oluşturmayı bitirdiyseniz bir arkadaşınıza yardım edebilirsiniz. 7. Moderatör etkinliği sonlandırdığında, figürü gelip ilgilenecek bir müşteriye sunacağız. 8. Figürü geliştirme sürecinde, moderatör sizden takip etmeniz gereken değişiklikler önerebilir. 9. Herhangi bir sorun olursa moderatöre sorabilirsiniz. 10. Etkinliği tamamlamak için 10 dakikanız var. 11. Zamanın yarısından sonra, tasarımı değiştirmek için şifre değişikliği getirilecektir. “Oluşturmanız gereken figür, bir bitkinin temsili olmalı ve ürün markası için bir isim bulmalısınız.”
Gerekli malzeme:	İçinde 7 adet geometrik şekil (Tangram) bulunan zarflar, her katılımcı için bir masa
Tartışma ve Sonuç:	Katılımcıların davranışları gözlemlenir: • Belirlenen süre içinde hedefe ulaşmaya özen gösterir. • Görevleri anlama ve bilgi edinme konusunda dikkatli davranır, talimatları ve prosedürleri özenle gözden geçirir. • İşbirliğine yatkın, açık iletişim kuran ve arkadaşlarına yardım etmekte istekli. • Değişiklikleri olumlu bir tavırla karşılar, şikayet etme eğiliminde değildir. • Talimat değişikliklerine karşı direnç göstermez, görevleri dengeleyerek etkin bir şekilde çözer



UYUM YETENEĞİ 4	
Etkinlik adı:	Boykot
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı, bir TAB üreticisinin nihai ürünleri geliştirirken adaptasyon ve sorumluluk yeteneklerini gözlemlemek ve değerlendirmektir.
Etkinlik türü:	Yazılı sınav
Katılımcılar:	Maksimum 20
Süre:	1 saat
Talimatlar:	Katılımcılara aşağıdaki durumu içeren bir sayfa verilecektir. “Çiftliğinizde çok aromatik bir çeşit olan lavanta (Lavandula x intermedia var. Grosso) yetiştiriyor ve damıtma işlemi gerçekleştiriyorsunuz. Müşteri olarak çekmek istediğiniz çok önemli bir parfüm firması, uçucu yağ ile zenginleştirilmiş çiçeklerden oluşan bir koku torbası yapmanız için sizi görevlendirdi. Bu sizin için zorlu bir görev, çünkü çiçekleri dikkatlice toplamak ve kurutmak için üretimin bir kısmını ayırmanız gerekiyor. Bu çeşit genellikle toplu olarak hasat edilmektedir. Ürünü hazırlamaya başladınız ve müşteri bazı koşullarını değiştirdi: tüketicilerin lavanta çiçeğini (Lavandula angustifolia) daha çok değerlendirdiklerini, çünkü sedatif tıbbi özelliklere sahip olduğu ve en mavi renge sahip olduğu söylendi. Bu durum karşısında, faaliyeti düzeltmek ve büyük kayıplar yaşamadan taahhütleri yerine getirmek için nasıl hareket edeceğinizi anlatın.” Katılımcılar, işinizin gelişiminde ortaya çıkabilecek kritik bir duruma yazılı olarak çözümler sunmalıdır.



UYUM YETENEĞİ 4	
Talimatlar:	Düşünme ve olası çözümleri yapışkanlı kağıtlara yazmak için 30 dakika süremiz var. Tamamlandığında, katılımcılar sırayla çözümlerini sunacaklar ve çözümleri tahtaya veya duvara yapıştıracaklar. Bu konuda moderatör yardımcı olabilir. En popüler seçenekleri belirleyerek ve tüm seçeneklerin avantajları ve dezavantajları üzerinde bir tartışma yaparak sonuçları değerlendireceğiz.
Gerekli malzeme:	Kalemler, yapışkanlı kağıtlar, tahta, talimatlar.
Tartışma ve Sonuç:	Etkinlik şu hususları teşvik etmelidir: -Fikirlerin açık bir şekilde sunulması, -Yaratıcı düşünmeye teşvik, -Görevin yeniden yapılandırılması.

UYUM YETENEĞİ 5	
Etkinlik adı:	Salata
Etkinliin amacı:	Etkinlik, katılımcılardaki yetkinlikleri, akranlarla ilişki ve iletişim, öğrenmeye ve sürekli gelişmeye isteklilik, uyum sağlama ve duyguları kontrol etme, iş organizasyonu ve planlama gibi alanlarda gözlemlemek ve değerlendirmek amacıyla düzenlenecektir. Aynı zamanda, farklı tarım iş modelleri konusundaki bilgi düzeyini de test etmeyi hedeflemektedir.
Etkinlik türü:	Grup dinamikleri
Katılımcılar:	20 maks. (çiftler halinde)
Süre:	1,5 saat
Talimatlar:	Bir salata yapmak için birçok malzeme kullanılabilir, ancak bulunabilirliklerine bağlı olarak farklı ve çeşitli tarifler ortaya çıkabilir. Tıbbi ve aromatik bitki üretimi durumunda, sahip olduğumuz büyük bitki türleri, hammadde çeşitliliği, kullanıcı sektörleri ve erişime sahip olduğumuz üretim ve pazarlama koşulları, hangi tarım modelinin en uygun olacağına karar vermemizi zorunlu kılacaktır. Katılımcılar ikişet kişilik gruplara ayrılacak ve görevin talimatlarına sahip bir kart alacaklar. Kuralların belirlendiği koşullar altında hangi tarım modelinin en uygun olacağına karar verme görevini gerçekleştirmek için maksimum 30 dakikaları olacaktır. Katılımcılar, ders materyallerini incelemek ve internet üzerinde bilgi aramak için bir bilgisayarları olduğu için kararlarını desteklemek için bu kaynakları kullanabilirler. Ancak tarım modelinde bazı zorunlu unsurlar olacaktır ve görev, başlangıç talimatlarındaki belirlenen özelliklerden birinin gönüllü olarak çıkarılmasıyla zorlaştırılacaktır. Bu durum, katılımcıların beklenmeyen durumlara uyum sağlama yeteneklerini ve yaratıcılıklarını ortaya çıkaracaktır.

UYUM YETENEĞİ 5

Talimatlar:

Son olarak katılımcılardan, ürünleri ihraç etmeye başladıklarında üretimi artırmak ve daha fazla ürün satışıyla başa çıkmak için hangi yatırımları yapmaları veya hangi kapasiteleri değiştirmeleri gerektiğine dair bir tahmin yapmaları istenecek, aynı zamanda hangi bilgilere ihtiyaç duyacaklarını belirtmeleri istenecektir. Her çift, kendi tarımsal modellerini ve ölçek büyütme stratejilerinin bir sunumunu yapacaktır.

Katılımcılara yönelik talimatlar:

“Miras olarak size bir çiftlik ve ev kalmış durumdadır. Tıbbi aromatik bitkilerle iş kurma ihtimalini değerlendiriyorsunuz. Çiftlik toplamda 50 hektarlık bir alanı kapsamaktadır, ancak şu anda sadece 3 hektarı ekili durumdadır. Geriye kalan alanlarda daha önce ekili olan ancak, şu anda çoğunlukla tıbbi aromatik bitki olan çalılıklar (yaklaşık 17 hektar) ya da en ulaşılmaz bölgelerdeki ormanlar (30 hektar) bulunuyor. Ev yakınındaki arazilerde bir sulama sistemi bulunmaktadır ve bu, ekstra 2 hektarlık bir alan üzerinde bulunmaktadır. Ayrıca, daha önce ekilmiş arazilere yakın bir kuyu bulunmaktadır, ancak burada bir sulama sistemi yoktur. Bölgede kekik, biberiye, fesleğen ve lavanta gibi doğal bitki türleri bulunmaktadır. Bölgenin iklimi yarı kurak bir iklimdir (Mevsimlik ortalama, yaklaşık 600 mm yağış alır, yıllık ortalama sıcaklık 20°C olup, kışın 10°C ile yazın 35°C arasında değişiklik gösterir). Çiftlik evinde daha önce ekilen üründen kalan büyük bir ambar ve tarım makineleri bulunmaktadır, ancak bu hizmet kiralanırken bir dikim makinesi ve biçme makinesi bulunmamaktadır). Ayrıca, çiftlikle birlikte, miras olarak sizin adınıza bankada 15.000 € bağışlanmıştır.”

UYUM YETENEĞİ 5

Talimatlar:

Birkaç değişkeni göz önünde bulundurarak hangi tarım modelinin en uygun olacağını, hangi türleri ve ürünleri üretebileceğinizi düşünün:

-Bağışlanan parayı kullanabilmeniz için bir şart var: sadece çiftliğin biyolojik çeşitliliğinin geliştirilmesini teşvik eden faaliyetler için kullanılabilir.

-Çiftliğin 25 hektarında (20 hektar orman ve 5 hektar çalılık) endemik bir tür yetişmektedir ve çevre mevzuatı bunu korumayı amaçlamaktadır.

-Tesisler sadece mevcut binalarda inşa edilebilir. Yenilerini yapmak için izin almanız gerekmektedir.

-Eğer dönüşüm yapmak ve/veya ürün üretmek istiyorsanız, ekipman ve atölyelere yatırım yapmanız gerekecektir. Ancak, bir laboratuvarında çalışan ve ürünü küçük miktarlarda satmak için bazı işlemler ve kayıtlar yapmamıza yardımcı olabilecek bir kişi tanıyorsunuz.

-İklim değişikliği mevcut hava koşullarını etkiliyor (daha yüksek sıcaklıklar, daha az yağmur).

10 dakika sonra:

Ayrıca çok girişimci olduğunuz ve komşu ülkede yaşadığınız için orta vadede ihracat yapabileceğinizi düşünüyorsunuz. İşinizi nasıl büyütmelisiniz? Bu hedefe ulaşmak için neye ihtiyacınız var?

Moderatör, bazı adımları onaylarken veya düzeltirken etkileşime girebilir ve herhangi bir konu veya öneri için kendisine danışılabilir, ancak talimatlar tamamen gösterge niteliğinde olacaktır.

UYUM YETENEĞİ 5**Gerekli malzeme:**

Kalemler, yapışkanlı kağıtlar, duvar kağıdı/tahta, talimat dökümanları

Tartışma ve Sonuç:

Etkinlik aşağıdakileri teşvik etmelidir:

- Fikirlerin açık bir şekilde sunulması
- Yaratıcı düşünmeye yönlendirme
- Görevin başka bir görevle değiştirmeye gerek olmadan görevin yenilenmesi





UYUM YETENEĞİ 6	
Etkinlik adı:	Ambalaj Tasarımı
Etkinliğin amacı:	Zorluklarla karşılaşıldığında çözüm önerileri ve zaman baskısı karşısındaki tutumu gözlemlemek, adaptasyon ve yaratıcılık yeteneklerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır.
Etkinlik türü:	Grup dinamikleri
Katılımcılar:	12 - 21
Süre:	1 saat
Talimatlar:	Katılımcılar, her biri bir parfüm şirketinden yeni bir parfüm için ambalaj geliştirme görevi alacak olan bir pazarlama şirketinin ekibini temsil edecek üç takıma ayrılacaktır. Alınan talimatlar aşağıdaki gibidir: “Organik ve sürdürülebilir parfümeride uzmanlaşmış BIOPARFUM şirketinin (çevre dostu üretime, etik ve yerel kaynak kullanımına ve az su kullanımına büyük önem veriyorlar), geri dönüştürülmüş malzemelere dayanan ve daha sonra başka işlevler için kullanılabilecek çekici bir ambalaj geliştirmeleri gerekiyor. Müşteri sizden bütçeden önce ambalaj için bir tasarım istiyor. Tüm unsurları mümkün olduğunca ayrıntılı bir şekilde içerecek çizmelsiniz. Müşterinin 30 dakika içinde teklifi almaya geleceği konusunda anlaştınız.” Görev başladıktan sonra, katılımcıların yanıt vermesi gereken değişiklikler yapılacaktır. Özellikle, aşağıdaki talimatları izleyerek görev değişiklikleri, grup değişiklikleri ve geçici baskı eklenmesi gerekecektir.

UYUM YETENEĞİ 6	
Talimatlar:	-10 dakika sonra:"Şirketin teknik direktörü, sıvı bir parfüm değil, katı bir dudak kremi türünde bir parfüm olduğunu bildirmek üzere aradı." -15 dakika sonra:"Şirket müdürü, sadece birincil ambalajın (parfümle temas eden ambalaj) tasarımını istemediğini, aynı zamanda ikincil bir ambalajın tasarımını (birincil ambalajı koruyan ambalaj) tasarlanmasının da iyi olacağını ve daha iyi fikir edinmek için bir modelin olmasının iyi olacağını bildirdi." -20 dakika sonra zaman baskısı eklenecek:"Sadece bitirmeye 10 dakika kaldı, 5, vb." Süre dolduktan sonra, her takımdan bir temsilci, ambalaj teklifini, ambalajı ve işlevlerini göstererek sunacaktır. Moderatör, değişiklikleri tanıttığında dikkatli olunmalı, talimatlar esnek ve katılımcıların temposuna uygun bir şekilde uygulamalıdır. Bu yaratıcı görevdir ve bu nedenle moderatörün rolü sadece moderatör ve/veya şüpheleri açıklamak olacaktır.
Gerekli malzeme:	Levha ve karton, kurşun kalem, keçeli kalem, çeşitli geri dönüşüm malzemeleri (ayakkabı kutuları karton, tuvalet kağıdı ruloları, plastik ve cam şişeler, farklı boyutlarda kutular, tel kablolar, plastik kapaklar vb.)
Tartışma ve Sonuç:	Katılımcılar belirlenen sürede hedefe ulaşmak konusunda endişeli olabilirler (zaman kontrolü, iş temposu), yeni yönlendirmeleri başlatmak için katkıda bulunurlar, zaman baskısı eklenince şikayet ve şüphelerini sözlü olarak ifade etmezler, tıkanma ve şüphe anlarında alternatif önerilerde bulunurlar, etkinlik sırasında farklı görevleri yerine getirir veya farklı rolleri üstlenirler.



E-YARATICILIK

Yaratıcılık, doğuştan gelen bir insan niteliği değildir, ancak basit egzersizlerle geliştirilebilir. Yaratıcılık, açık, güvenli ve tahmin edilebilir olanın dışına çıkarak yeni bir şey üretme niteliğidir. Sınırlı bir anlamda yaratıcılık, yaratıcı bireylerin karakteristik özelliklerine atıfta bulunan yetenekleri ifade eder.

Yaratıcılık özellikleri: akıcılık, duyarlılık, esneklik, özgünlük.

YARATICILIK 1	
Etkinlik adı:	Slogan
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı, fikir üretme, ifadeler arasındaki ilişkileri geliştirme ve aynı zamanda farklılıkları keşfetme konusunda duyarlılığı artırmaktır.
Etkinlik türü:	Grup dinamikleri
Katılımcılar:	9-20
Süre:	30 dakika
Talimatlar:	Katılımcılara birkaç kelime gösterilir ve katılımcılardan bu kelimeler ile anlamlı cümleler veya paragraf oluşturmaları istenir. Şirket sloganı olarak kullanılabilecek eprili bir argüman oluşturmaları istenir. Moderatör Tavsiyesi: Tagcrowd (https://tagcrowd.com/) kullanılarak etiket bulutları oluşturulabilir. Daha sonra katılımcılar 3-4 kişilik gruplara ayrılacak ve her grup en iyi cümleyi seçmek zorunda kalacaktır.
Gerekli malzeme:	Kağıtlar, tükenmez kalem, beyaz tahta veya ambalaj kağıdı
Tartışma ve Sonuç:	10 dakika sonra her grup seçtiği cümleyi tahtaya yazacak ve hangi cümlelerin en yaratıcı olduğunu karar verilecektir.

YARATICILIK 2	
Etkinlik adı:	Üretim süreci
Etkinliğin amacı:	Düzenli bir üretim sürecini, tedarik ve tedarik zinciri yönetimin içeren bir çizimle tasarlayarak iyi bir yapı oluşturun. Bu etkinlik, esnekliği (hedefe ulaşmak için stratejiyi dönüştürme, değiştirme veya yeniden yorumlama yeteneği) ve duyarlılığı (farkındalık ve hataları keşfetme ve bunları çözmek için bir eylem protokolü oluşturma yeteneği) geliştirmeye yardımcı olacaktır.
Etkinlik türü:	Grup dinamikleri
Katılımcılar:	10-20
Süre:	30-45 dakika
Talimatlar:	Katılımcıların, tıbbi ve aromatik bitkilere dayalı ürünlerin yetiştirilmesi ve ticaretine adanmış bir tarımsal işletmenin üretim sürecini grafiksel olarak temsil etmeleri gerekecektir. Bu bir diyagram değil, çizimlerle anlatılan bir temsil olmalıdır. İlk katılımcının çizdiği şeye dayanarak, akıllarına gelen ilk şeyi çizmeleri ve diğer katılımcının devam etmesine izin vermeleri gereken bir iş birliği çalışmasıdır. 5 ila 8 kişilik gruplar oluşturulması önerilir. Diğer grup, odanın dışında başka bir etkinlik yapabilir (ya da konu hakkında bilgisi olmayan başka kişiler).
Gerekli malzeme:	Ambalaj kağıdı veya beyaz tahta, keçeli kalem ve renkli kuru boyalar
Tartışma ve Sonuç:	Etkinliğin sonunda, dışarda olan katılımcılar içeri girmeli ve gördüklerini ve ne anlama geldiğini açıklamalıdır. Böylece katılımcılar, yaptıkları temsili herkes tarafından yorumlanabilir olup olmadığını kontrol edebilirler.



YARATICILIK 3	
Etkinlik adı:	Sıradışı Kullanımlar
Etkinliğin amacı:	Katılımcıların olağan dışı, yeni veya sıradışı cevaplar vermeye yönelik yeteneklerini geliştirmeye amaçlamaktadır.
Etkinlik türü:	Yaratıcı kullanımlar
Katılımcılar:	10-15
Süre:	45 dakika
Talimatlar:	Katılımcılara çeşitli nesne resimleri gösterilir ve tahtaya veya duvara yapıştırılır. Her öğrenciye basılı resimlerin ve yazı yazabilecekleri alanın olduğu bir kağıt verilir (Ek'teki örneğe bakınız). 5 dakika boyunca öğrencilerden ilk sütuna her bir nesne için alışlagelmişin dışında kullanılabilecek kullanımları yazmaları ve bunları yapışkanlı kağıtlara not etmeleri istenir. Süre dolduktan sonra, her bir nesnenin kullanımını yüksek sesle söylemeleri istenir ve yapışkanlı kağıtları her bir nesnenin altına yapıştırırlar (moderatör benzer kullanımları gruplamak için katılımcıları yönlendirebilir). Aklınıza gelen terimlerin doğrudan veya dolaylı olarak ilişkili olması önemli değildir. 5 dakika sonra, aklınıza gelen tüm kelime ve ifadeleri yapışkanlı kağıtlara yazıp tahtadaki başka bir alana yapıştırın. Kavramları gruplama, analiz etme ve yeni bir kullanım seçmek gerekmektedir. Etkinliğin bu kısmı birlikte yapılabilir: katılımcılar, kavramları nasıl gruplayacaklarını ve kullanımlarını nasıl önereceklerini moderatöre anlatır, moderatör ise bunları önceki listeye yapıştırır.

YARATICILIK 3	
Gerekli malzeme:	TAB ürünlerinin resimlerini içeren 10 kart (Ek'teki örneğe bakınız), yapışkanlı kağıtlar, tahta, yapışkan bant, resim listesinin basılı olduğu kağıt (katılımcı başına bir adet)
Tartışma ve Sonuç:	İş birliği ve organizasyonun fikirlerin yorumlanmasını nasıl kolaylaştırdığını görebilirsiniz.

Creative



YARATICILIK 4	
Etkinlik adı:	6 şapkalı düşünme tekniği
Etkinliğin amacı:	Psikolog Edward de Bono'nun geliştirdiği bu teknik, insan zihninin işleyişini sahneye koymaktadır; 6 şapka metaforu, gerçeği farklı bir prizmadan gözlemlemek için hizmet eder. Böylece, her tür görüşe farklı bir renk uygulanır ve fikirler tüm bakış açılarından değerlendirilir. Bu etkinlik, katılımcıların gerçeği farklı perspektiflerden gözlemlemelerini sağlamak ve yaratıcı fikirler üretmelerine yardımcı olmak amacıyla kullanılır.
Etkinlik türü:	Grup dinamikleri
Katılımcılar:	6 - 24
Süre:	1 saat
Talimatlar:	Katılımcılar 6 kişilik gruplara ayrılacak ve esansiyel yağlarla ilgili en önemli uluslararası fuarda, potansiyel müşterileri elde etmek için parçası oldukları aromatik bitki üreticileri birliğini tanıtmak zorunda kalacakları bir stand için bir fikir düşünmeleri istenecektir. Fikri geliştirmek için, her birinin bir işlevi olacak altı şapka sürecini takip edeceklerdir. Her şapkaya karşılık gelen farklı renklerde 6 kart rastgele dağıtılacaktır. Teknik, bir konseptin farklı şapkalardan geçmesidir (her adım için maksimum 10 dakika): 1. Beyaz şapka, bir başlangıç fikri ile başlamalıdır. 2. Sarı şapka, sahip olduğu faydaları analiz etmelidir. 3. Siyah şapka, ilk fikrin dezavantajlarını tespit etmelidir. 4. Yeşil şapka, geliştirmekte olduğunuz konseptte alternatifler önerecektir.

YARATICILIK 4	
Talimatlar:	5.Kırmızı şapka, fikir tarafından üretilen duyguları belirlemelidir. 6. Mavi şapka, görevin başarıya ulaşması için atmanız gereken adımları kontrol etmeli ve özetlemelidir. Her biri, süreç sırasında gerekirse kontrol etmek için fikirlerini bir kağıda yazmalıdır.
Gerekli malzeme:	Arkasında sipariş numarası ve talimatların yazılı olduğu farklı şapka renklerinde kartlar, boş kağıt, kalemler.
Tartışma ve Sonuç:	Son olarak, her grubun beyaz ve mavi şapkası, insan zihninin yaratıcı fikirler üretmek için nasıl çalıştığını görmek amacıyla ilk ve son fikri diğer katılımcılara açıklayacaktır.





YARATICILIK 5	
Etkinlik adı:	Vedi Vinci (Gör ve Kazan)
Etkinliğin amacı:	İnsanlık tarihine adını yazdıran dâhilerden biri de Leonardo Da Vinci'dir. Kendisi aynı zamanda iyi iş fikirlerine ulaşmak için uygulanabilir bir miras bırakmıştır. Da Vinci, 10 dakika boyunca işten kaçmak ve soyutlanmak için konsantrasyonu kullanmayı öğütlemiştir. O andan itibaren önemli olan, şirketiniz, projeniz veya iş sektörünüz hakkında düşünürken aklınıza gelen her şeyi çizmektir.
Etkinlik türü:	Yaratıcı düşünme
Katılımcılar:	Bireysel çalışma
Süre:	30 dakika
Talimatlar:	İlk olarak, 10-15 dakikalık bir video gösterilecektir (örneğin, tarımda yeni teknolojilerin kullanımıyla ilgili). Daha sonra katılımcılar hiçbir şey düşünmeden akıllarına gelen her şeyi çizecek, bir rahatlama anında hayal güçlerinin onları yönlendirmesine izin vereceklerdir. Aktivite sessizlik içinde yapılmalıdır ve sessiz bir müzik eşlik edebilir (10 dakika süren bir müzik seçebilirsiniz). 10 dakikanın ardından herkes kendine zaman ayırmalı ve her bir karalamanın nedenini analiz etmelidir.
Gerekli malzeme:	Boş kağıt, keçeli kalem
Tartışma ve Sonuç:	Çizimler arasında bağlantılar kurmaya çalışmak, kelimelerle ifade etmenin bir yolunu bulamadığınız durumları ifade edebilmek için kullanılır. Bu metodoloji, bir fikri aktarmakta zorlananlar için şiddetle tavsiye edilen bir metodolojidir. Dolayısıyla, eğer kelimelerle ifade etmekte zorluk yaşayan bir girişimciyseniz, bu metodoloji gelecekteki lansmanınızı geliştirmek için kullanışlı olacaktır.



YARATICILIK 6	
Etkinlik adı:	Toolbox
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı yapmak istediğimiz şeylere anlam katmak zorunda olduğumuzu, buna yönelik kararlar almamız gerektiği, alacağımız kararın en etkili olması için alternatif aramak için açık bir zihinle çalışma konusunda yol gösterici olmaktır.
Etkinlik türü:	Oyun
Katılımcılar:	Bireysel çalışma
Süre:	30 dakika
Talimatlar:	Aromatik ve tıbbi bitkilerle ilgili bir iş fikri yazın ve bunu temel unsurlarına ayırın ve her bir unsurun özelliklerini arayın. Bitirmek için kombinasyonlar yapmanız gerekir: rastgele 4 sayı seçin. Her bir temel unsuru seçilen sayıların sırasına göre oklarla birleştirin ve bunlar işinizin özellikleri olacaktır. Fikirleri bu öncüllere göre geliştirin.
Gerekli malzeme:	temel elementler için bir tablo içeren sayfa, bir örnek içeren büyük sayfa (bkz. EK), tükenmez kalem
Tartışma ve Sonuç:	Bilgiye ne kadar çok odaklanırsanız o kadar yaratıcı olursunuz. Konfor alanınızdan çıkmalı ve yaratıcılığı zorlamalısınız.

ÖRNEK	FİKİR: Üretim talimatlarının görsel bir kopyasını oluşturun.			
	Renkler	Resimler	Şekiller	Mekansal konum
1	bir	ev yapımı fotoğraflar	geometrik şekiller	sağ / sol
2	iki	internet fotoğrafları	bulutlar	Yukarı / Aşağı
3	çok sayıda	şematik çizimler	oklar	İç / Dış
4	hiç	tablolar	çizgiler	Büyük / Küçük
5	işaretleyiciler	semboller	diyagramlar	ön / arka
6	boya	logolar		uzak / yakın



F-İŞ ETİĞİ

Çalışma etiği, bir kişinin işine karşı kararlılık ve özveri içinde olduğu bir tutumdur. Güçlü bir çalışma etiğine sahip olanlar, mesleki başarılarına yüksek bir değer atarlar. Onları olağanüstü çalışanlar yapan ahlaki prensiplere sahiptirler. Eğer güçlü bir çalışma etiğiniz varsa, işinizin önemine inanırsınız ve genellikle güçlü bir karakteri sürdürmek için sıkı çalışmanın önemli olduğunu düşünürsünüz.

Çalışma etiği özellikleri: güvenilirlik, özveri, disiplin, üretkenlik, işbirliği, bütünlük, sorumluluk, profesyonellik.

İŞ ETİĞİ 1	
Etkinlik Adı:	Cümle kurma
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı etik çalışma kavramları üzerinde gruplar halinde düşündürmektir.
Etkinlik türü:	Oyun
Katılımcılar:	5-20
Süre:	20-30 dakika
Talimatlar:	Katılımcılar 5-10 kişilik küçük gruplara ayrılır. Her küçük grubun bir ambalaj kağıdı ve her katılımcının bir kalemi olacaktır. Her katılımcı, büyük bir kelimenin yazılı olduğu ambalaj kağıdının etrafında durmalıdır. Büyük kelimeyi okurken, her katılımcının yeni bir kavram düşünmesi gerekecektir (aklına gelen yeni bir kelime, cümle, fikir olabilir). Bu etkinlik, dinamik bir beyin fırtınası olmayı amaçlamaktadır; bu nedenle başladığında temponun hızlı olması önemlidir. Her katılımcı bir kelime yazdıktan sonra, sağ tarafındaki partneri yerine geçmelidir. Böylece başlangıçtaki büyük kelimeyi ve grup arkadaşının yazdığı kelimeyi okurken aklına gelen yeni bir kelimeyi yazmalıdır.

İŞ ETİĞİ 1	
Talimatlar:	Bu şekilde, yazdığımız ilk kelimeye geri dönene kadar etkinlik devam edecektir. Daha sonra her grubun yazdığı tüm sözcükleri yüksek sesle okuyup birbirleriyle ilişkili olup olmadıklarına, zıt olup olmadıklarına ve başlangıçtaki kavrama ne katkıda bulunduklarına bakılacaktır. Küçük grupların hepsi aynı kelime ya da farklı kelimeler üzerinde çalışabilir. Üzerinde çalışılması önerilen kelimeler şunlardır: -güvenilirlik, -özveri, -disiplin, -üretkenlik, -iş birliği, -bütünlük, -sorumluluk, -profesyonellik, -sürdürülebilirlik, -kalite güvencesi, -gereksinimler, -iyi uygulamalar, -izlenebilirlik, -güven, -sosyal sorumluluk, -gıda güvenliği, -rekabet, -çevre dostu, -yönetmelikler, -evrak işleri. Aynı grupla konu üzerinde çalıştıktan sonra etkinliği tekrar önerebilir ve iki versiyonu karşılaştırabiliriz.
Gerekli malzeme:	Ambalaj kağıdı, kalın keçeli kalem
Tartışma ve Sonuç:	Etkinlik tamamlandığında, bir düşünme şekli olarak şu soruyu sorarak etkinliği sonlandırabiliriz: Eşitsizliğe negatif, çeşitliliğe ise pozitif mi değer veriyorum? Yoksa kavramları karıştırma eğiliminde miyim?



İŞ ETİĞİ 2	
Etkinlik adı:	Yasal Düzenleme Etkinliği
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı, kendi haklarımız ve başkalarının hakları arasındaki farkı belirleyerek, hak ve sorumlulukları nasıl değerlendirdiğimizi anlamak, hak ve sorumlulukları değerlendirirken dikkate alınması gereken yönleri düşündürmektir.
Etkinlik türü:	Grup dinamikleri
Katılımcılar:	9-21
Süre:	1 saat
Talimatlar:	Grup 3 paydaşa bölünmüştür: A. Çiftçiler, B. Sanayi ve C. Tüketiciler (Her birinin özellikleri için ekteki sayfalara bakınız) ve faaliyetin gelişimine ilişkin açıklamalar her alt gruba ayrı ayrı vermektedir. Etkinliğin ilk bölümü için her alt grup farklı bir odada çalışacaktır. Moderatör, her gruba ekteki sayfalarda açıklanan konuları kısaca anlatır. Geliştirme: Grupların, yasalaştırmak zorunda oldukları TAB sektörünün (örneğin bitki çayları üretimi) bir arada yaşama kurallarını hazırlamak için 15 dakikaları vardır. TAB sektörünün beş hakkını ve beş görevini bir karta yazacaklardır. Bu işlem tamamlandıktan sonra, üç grup aynı sınıfta toplanır ve diğer grupların üyelerine kendi bir arada yaşama kurallarının neler olduğunu açıklar. Ayrıca, sektör gruplarının temel özelliklerini de açıklayacaklardır (A "B"nin özelliklerini açıklayacak ve "B"nin özelliklerini açıklayacaklar; B "C"ye B'nin özelliklerini açıklayacak ve C'ye A'nın özelliklerini açıklayacak; A "C"ye A'nın özelliklerini açıklayacak ve C'ye A'nın özelliklerini açıklayacaktır) ana özelliklerini açıklayacaklardır.

İŞ ETİĞİ 2	
Talimatlar:	Sunumlar yapıldıktan sonra, diğer grubun kendi gruplarına uygulamak üzere oluşturdukları kuralların kendi gruplarına da uygulanacağı açıklanır. 1. Sayfa: (Çiftçilerin Özellikleri) Tek bir aile veya küçük bir grup birey tarafından sahip olunan ve işletilen aile çiftlikleridir. Genellikle küçük ila orta büyüklükte olup geleneksel tarım yöntemlerine dayanırlar. 2. Sayfa: (Sanayinin Özellikleri) Bunlar, TAB'lere dayalı doğal ürünleri üreten orta ölçekli işletmelerdir. Kaynaklara ilişkin kurallar, "en iyi kaliteye en düşük fiyata sahip olmak ve iyi bir pazarlama stratejisi ile ekonomik ürünleri maksimum pazar satışına ulaştırmak" şeklindedir. 3. Sayfa: (Tüketicilerin özellikleri) Doğal ürünlerle ilgili olarak, kaliteli ve güvenilir ürünler, güvenli ve etkili ürünlere sahip olmayı hedeflemektedirler ve iklim değişikliği ile biyoçeşitliliğin korunması konusunda giderek daha fazla endişe duymaktadırlar.
Gerekli malzeme:	Karton, keçeli kalem
Tartışma ve Sonuç:	Etkinlik tamamlandığında moderatör, katılımcılara uygulanmaları gerektiğini bilselerdi hangi hak veya görevleri değiştireceklerini sorar. Ayrıca, A, B ve C için farklı sosyolojik gerçekliklere sahip olduklarını düşünerek, farklı haklar, görevler ve bir arada yaşama normları oluşturmanın gerekli olup olmadığını sorar. Ayrıca şu sorularla tartışmayı teşvik edebilirsiniz: "Başkaları" için hak ve görevleri belirlerken hangi unsurları dikkate alıyoruz? Şu anda hak ve ödevleri kim belirliyorsa, farklı sosyolojik gerçeklikleri göz önünde bulunduruyor mu? Sosyal sınıflar arasındaki farklılıkları dikkate almazsak, bir arada yaşama kurallarının aynı anda nasıl saygı göreceği ve yerine getirileceği konusunda nasıl garanti sağlayabiliriz? Savunduğum hak ve görevleri kendime, grubuma ya da bir başkasına uygulamam gerektiğinde, bu durum bakış açımı değiştirir mi?



İŞ ETİĞİ 3	
Etkinlik adı:	Ortak Çizim
Etkinliğin amacı:	Etkiliğin amacı, yeni iletişim yollarını keşfetmek, sözlü iletişimin ötesine geçmek, grup üyeleri arasında işbirlikleri oluşturmaktır.
Etkinlik türü:	Oyun
Katılımcılar:	2-20
Süre:	30 dakika
Talimatlar:	Grup çiftlere ayrılacak, her bir çiftte birer parça kağıt ve kalem verilecektir. Her çift, bir kişinin rehberlik ettiği ve diğerinin yönlendirildiği bir çizim gerçekleştirecektir. Çizim tamamlandığında roller değiştirilecek ve çiftler arasında yer değişimi yapılacaktır. İlerlemeye başlamadan önce hangi görüntüyü temsil etmek istediklerine karar vermeleri teşvik edilecektir. Kağıdın ortasında durarak birbirlerinin karşısına geçmeleri istenecektir. Kalem birlikte tutacaklar; rehberlik eden kişi girişi ele alırken, yönlendirilen kişi partnerinin gözlerine odaklı bir şekilde kağıda bakacak ve hiçbir zaman kağıda bakmadan çizim yapacaktır. Bu etkinlik, rahatlatıcı bir fon müziği eşliğinde gerçekleştirilebilir.
Gerekli malzeme:	Kağıtlar ve keçeli kalem
Tartışma ve Sonuç:	Etkinliğin bu kısmı tamamlandığında, herkesin rehberlik edildiği ve rehberlik ettiği anlarda nasıl hissettiklerini tartışacağız. Çizdiğimiz şeyi hayal ettik mi? Hislerimizi sözlü olarak paylaşmak ister miydik? Daha çok rehberlik etmek mi yoksa rehberlik edilmek mi hoşumuza gitti? Bir jest bin kelimeye bedel midir? Gerçek anlaşmalar yaratmak benim için zor mu? Başka bir kişiyle çok yakın olduğumda kendimi rahat hissediyor muyum?



İŞ ETİĞİ 4	
Etkinlik adı:	Amiral Gemisi Ürünü
Etkinliğin amacı:	Bu etkinlik, bir topluluk çalışmasının gerçekleştirilmesinde ortaya çıkan bir çatışmayı taklit eden bir simülasyon oyunudur. Katılımcılar, çatışmayı diyalog, müzakere ve diğer araçlar aracılığıyla çözerek ardından bu süreç üzerine düşünerek deneyimleme fırsatı bulurlar. Etkinlik, katılımcıların uzlaşmaz bireysel tutumlarının grup işleyişi üzerindeki etkilerini değerlendirmelerine ve işbirliği yoluyla ortak bir hedefe nasıl ulaşılacağı konusunda düşünmelerine olanak tanır.
Etkinlik türü:	Grup dinamikleri
Katılımcılar:	12-24
Süre:	1 saat
Talimatlar:	Hazırlık Aşaması: (10 dakika) Etkinliğe başlamadan önce moderatör, katılımcılara, TAB temelli bir doğa parkının öncü ürünü üzerine bir çalışma hazırlamaları gerektiği bir görev aldıklarını açıklar. Parkta birçok tür (lavanta, kekik ve sarı kantaron) doğal olarak yetişmektedir. Gelişim süreci, değer zincirinin farklı paydaşları arasında kolektif olarak gerçekleştirilmelidir, ancak hepsinin bazı talepleri veya sınırlamaları vardır. Katılımcılara oyun sırasında oynayacakları roller rastgele dağıtılır. Moderatör, her bir rol için malzemeleri (uygundur ise) ve açıklamaları temin eder. Dağıtılacak roller şunlardır:

İŞ ETİĞİ 4

Talimatlar:

- Parkta yabancı kekik ve sarı kantaron topluyorsunuz.
 - Parkta kekik ve nergis yetiştiren bir biyo-çiftçisiniz
 - Parkın dışında bulunan ve yabancı lavantadan daha güzel kokulu bir lavanta çeşidi yetiştiren bir çiftçisiniz.
 - Grubun yaratıcı kişisiniz ve fikrinizi geliştirmek istiyorsunuz.
 - Kurutma makinesi sahibisiniz, ancak tüm yaz boyunca kendi amaçlarınız için kullanıyorsunuz.
 - Bir damıtma ünitesinin sahibisiniz ve onu kiralamak istemiyorsunuz.
 - Bir ekologsunuz ve yabancı toplanmanın aşırı sömürüye yol açmasını ve parkta yabancı ortamda bulunmayan diğer türleri yetiştiren mahsullerin sayısını artırmasını istemiyorsunuz
 - Siz bir kozmetik formülatörüsünüz ve ürün türü hakkında kendi fikirleriniz var
 - Ambalaj tedarikçisi olarak sadece kağıtla çalışıyorsunuz.
 - Çok diyaloj odaklı bir tavrınız sergiliyorsunuz.
 - Her şey size harika görünüyor.
 - Sık sık sinirleniyorsunuz.
 - Uzman olmayan diğer kişilerin önerilerini kabul etmekte zorlanıyorsunuz.
 - Her zaman "iyi bir ruh hali" içindesiniz.
 - Sık sık kötü bir ruh hali içindesiniz ya da hiç bir şeyi umursamıyorsunuz.
 - Komuta etmeyi seviyorsunuz.
 - Hızlı bir şekilde bitirmek ve herkes arasında bir anlaşmaya varmak istiyorsunuz
- Önemli hususlar:
- Bu etkinliği gerçekleştirmek için sınıf grubunu, 6-8 öğrenciden oluşan 2 veya 3 alt gruba ayırmak daha iyidir.
- Oyun aşaması: (35 dakika)
- Grup, oyun alanına girer ve başlangıçta ne inşa etmek istediklerini ve bunu nasıl gerçekleştireceklerini tartışmaya başlar.

İŞ ETİĞİ 4	
Talimatlar:	Tartışmanın yürütülmesi (10 dakika): Birlikte, kendilerine verilen görevleri değiştirmeden geliştirmek istediklerine karar verirler. Ürünü çizerek, içeriklerini listeleyerek, kullanımını belirterek, markalamaya karar vererek ve bu ürünün neden parkı temsil ettiğini açıklayarak ürünün geliştirilmesiyle başlamaları gerektiğini belirtiriz. Ürünün gerçekleştirilmesi (25 dakika): Ürün, daha önce aldıkları rollere göre hareket etmeye başlayan tüm öğrenciler arasında geliştirilir. Başlangıçta, moderatör onlara nasıl organize olacaklarını karar vermeleri konusunda rehberlik eder. Bazı önemli hususlar: Moderatör bireysel karar ve davranışlardan uzak durmalıdır. Katılımcıların başlangıçtaki pozisyonlarından ödün vermemeleri, ve "ortak çalışmayı" yapmamaları mümkündür. Ardından ve zamana bağlı olarak, ya müzakere etmeleri teşvik edilir ya da durup nihai düşünmeye başlamak için bir fırsat olarak değerlendirilir.
Gerekli malzeme:	Rollerle ilgili kartlar, makas, renkli karton, kağıt sayfalar, yapışkanlı tutkal, renkli kalem.
Tartışma ve Sonuç:	Oluşturulan anlaşmazlık ve sonraki çözüm veya çözümsüzlüğe dayanarak, işbirlikçi çalışmanın ne olduğu ve bir grubun bunu gerçekleştirebilmek için hangi özelliklere sahip olması gerektiği hakkında bir konuşma gerçekleştiriyoruz. Tartışmayı başlatmak için bazı sorular şunlar olabilir: Çalışmak zor oldu mu? Hangi anlaşmazlık ile karşılaştık? Anlaşmazlığı doğru bir şekilde çözdüler mi? Ne şekilde çözülebilirdi? Anlaşmazlıklar nasıl çözülmemelidir? Bireysel ve uzlaşmaz duruşlar grubu nasıl etkiledi? Nasıl müzakere edileceğini biliyor muydunuz?



İŞ ETİÇİ 5	
Etkinlik adı:	Grup organizasyonu
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı, grup içinde kendimizi tanımak, grubun işleyişini gözlemlemek, görevleri önceliklendirmek ve düzenli kalmak için sistemler oluşturmaktır.
Etkinlik türü:	Grup dinamikleri
Katılımcılar:	10-20
Süre:	1 saat
Talimatlar:	Gruba, en fazla 3 dakika içinde serbestçe kendilerini 5 kişilik alt gruplar halinde organize etmeleri önerilir: Katılımcılara grupla birlikte olmak için 15 dakikaları olduğu açıklanır. Bu süre zarfında, küçük bir grup içinde ve mekanı terk etmeden, Tıbbi ve Aromatik Bitkilerle ilgili yeni bir tarım işi için bir ekip oluşturmaları beklenir. İlk grup değişimi: 15 dakika sonra, her gruptan iki kişinin diğer gruba geçmesi ve hemen başka bir gruba katılması gerektiği açıklanır. Daha fazla talimat vermemek önemlidir. Yeni gruplar oluşturulduğunda, katılımcılara küçük grup içinde çalışma ekibini tekrar düzenleme için 15 dakika verilir. İkinci grup değişimi: Bir süre sonra aynı şey tekrarlandığında, her gruptan iki kişinin başka bir gruba gitmesi gerektiği belirtilir. Katılımcılara küçük bir grup içinde 15 dakika geçirmeleri için süre verilir.
Gerekli malzeme:	--

İŞ ETİĞİ 5**Tartışma ve Sonuç:**

Yaşanan deneyimi paylaşmak için aşağıdaki sorular temel alınarak bir paylaşım başlatılır:

- **Grupların Organizasyonu:** İlk gruplar nasıl oluşturuldu: kişisel yakınlığa göre mi, rastgele mi, fiziksel yakınlığa göre mi? Nen bu şekilde yapıldı? Farklı grup oluşturma yöntemlerinin avantajları ve dezavantajları nelerdir? Herkes kendini rahat hissetti mi? Kendini dışlanmış hissedenden oldu mu?
- **Liderlik:** Grup içinde her birinin rolü ne oldu: aktif bir rol mü üstlendi, pasif bir rol mü...? Erkekler için de kızlar için de aynı mıydı? Grup değiştirmek gerektiğinde rolünüz neydi (gönüllü oldum, başkalarının karar vermesini bekledim...)? İçinde bulunduğunuz tüm gruplarda aynı rolü üstlendiniz mi? İşlevsel oldu mu? Hepiniz her birinin üstlendiği rolün doğru olduğunu düşünüyor muydunuz? Üyeler değiştiğinde grup liderliğinde değişiklikler oldu mu?
- **Grup Hiss:** Grup içinde ittifaklar ve aidiyet duyguları oluştu mu? Grup değişikliği nasıl çözüldü? Kimin ayrılması gerektiğine karar vermek için hangi kriterler kullanıldı? Değişiklikler memnuniyetle mi karşılandı, yoksa zorlukla mı kabul edildi? Ayrılanlar kendilerini nasıl hissetti? Yeni gelenler nasıl karşılandı? Tüm etkinlik boyunca aynı grupta kalan biri oldu mu? Ve her seferinde değişen biri var mıydı?

İŞ ETİÇİ 6	
Etkinlik adı:	Çizgiden Daireye
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı, insanların karmaşıklığını, klişelerin ötesinde gözlemlemek, "Kadınlık" ve "erkeklik" klişelerini tartışmak ve sorgulamaktır.
Etkinlik türü:	Grup dinamikleri
Katılımcılar:	20 (maksimum)
Süre:	1 saat
Talimatlar:	Karakterleri tanımlayın: Kağıdın sağına bir zanaatkar sanatçı, soluna ise bir işadamı yapıştırılır. Katılımcılar, sanatçı kadını tanımlayan sıfatları ve işadamını tanımlayan sıfatları ararlar. Ardından sevdikleri aktiviteleri ararlar ve son olarak da her iki karakterin gelecekteki bazı projelerini (evlenme, çocuk sahibi olma...) liste halinde yazarlar. Çizgi üzerinde tanımlandırma: Zanaatkar kadın ve işadamı arasında bir çizgi çizilir ve katılımcılardan, hangi iki karakterden hangisine daha yakın hissettiklerine bağlı olarak çizgi üzerinde bir noktaya adlarını yazmaları istenir. Daire oluşturma: İkinci bir kağıdının üzerine büyük bir daire çizilir. İçine, önceki listelerdeki bilgiler farklı noktalara ve düzensiz bir şekilde dağıtılır. Daire içinde kimlik belirleme: Katılımcılar adlarını dairenin dışına yazarlar ve bir işaretle adlarını, dairenin içindeki tüm öğelerle ilişkilendiren çizgiler çizerler. Notlar: Zanaatkar bir sanatçı ve işadamı figürleri yerine, bir Şövalye ve Prenses, Bir Futbolcu ve Model, vb. kullanılabilir.

İŞ ETİĞİ 6	
Cerekli malzeme:	Zanaatkâr bir kadın sanatçı ve bir işadamlı çizimi, Kağıt, keçeli kalemler.
Tartışma ve Sonuç:	Tanımlamanın sonucu çizgide ve dairede gözlemlenir. Hangi egzersizde kendilerini daha iyi açıklanmış hissettikleri sorulur. Neden? Neden sanatçılar "kadınsı" ve iş adamları "erkeksi"? Ve biz, "kadınsı kadın / kadınsı erkek / erkeksi kadın / erkeksi erkek"? olarak neyiz? "Kadınlık" ve "erkeklik" aynı şekilde mi değerlendiriliyor? Bu kalıp yargılar bize yardımcı oluyor mu yoksa hayatlarımızı zorlaştırıyor mu?





G-GİRİŞİMCİLİK

GİRİŞİMCİLİK 1	
Etkinlik adı:	KATILIMCI TOMBALA
Etkinliğin amacı:	Bu etkinlik, iletişimin problem çözme, takım güçlendirme ve takım içinde etkili iletişimin geliştirilmesindeki önemini göstermeyi amaçlamaktadır.
Etkinlik türü:	İletişim ve Takım Oluşturma
Katılımcılar:	10-20
Süre:	15 - 30 dakika
Talimatlar:	Katılımcılara önceden hazırlanmış Katılımcı Tombala kartlarını dağıtın. Katılımcılara, sorularda belirtilen özelliklere sahip bir kişiyi bulmaya çalışarak birbirleriyle konuşmalarını ve buldukları kişinin adını ilgili kutunun karşısına yazmalarını söyleyin. Uyarılar: Aynı kişinin adı kartta üç kez yazılamaz. Her katılımcının mümkün olduğunca çok kişiyle konuşarak bazı kişisel özellikleri öğrenmesi hedeflenmektedir. Kartı ilk tamamlayan 'Tombala' diye bağırır ve oyunu kazanır.
Gerekli malzeme:	Tombala Kartı, Kalem



Bu soruları odadaki herkese sorun ve her kutunun altına yaşamlarında belirtilen etkinlikleri yapmış/ durumlarda bulunmuş veya halen yapmakta olan kişilerin adlarını yazın. Tüm kutuları en erken dolduran kişi oyunu kazanır.

ÖRNEK	FİKİR: Talimatların görsel bir kopyasını oluşturun			
	İyi şarkı söyleyebilen biri	Adında 6'dan fazla harf bulunan biri	Masa tenisi oynayabilen biri	İspanya'dan bir kişi
1	Türkiye'den bir kişi	Birden fazla yabancı dil (İngilizce hariç) konuşabilen kişi	Bir müzik aleti çalabilen biri	Nane çayı içmeyi seven biri
2	Bir girişimcilik programına katılmış biri	"Sosyal Ağ" filmini izleyen biri	Gönüllü bir etkinliğe katılan biri	Bilgisayar oyunlarını seven biri
3	Polonya'dan bir kişi	Dans edebilen biri	Güney Amerika'ya gitmiş biri	İyi resim yapan biri
4	Lavanta kokusunu seven biri	Satranç oynayan biri	Daha önce Türkiye'ye gelmiş biri	Sırbistan'dan bir kişi

GİRİŞİMCİLİK 2	
Etkinlik adı:	BENİ TAKİP ET (HİKAYE YARATMA)
Etkinliğin amacı:	Yaratıcı düşünce
Etkinlik türü:	İşbirlikçi Hikaye Anlatımı
Katılımcılar:	5-20
Süre:	10 - 15 dakika
Talimatlar:	Katılımcıları bir daire şeklinde toplayın ve bir cümle oluşturarak bir hikaye başlatın. Her katılımcı sırayla hikayeye bir cümleyle devam eder. Her katılımcı sırayla hikayeye bir cümleyle devam eder. Örneğin hikayeye bir cümleyle başlatılabilir, katılımcıların ifadeye ilişkin düşünceleri ve beklentileri öğrenilebilir. Alternatif olarak eğitimin veya oturumun temasına bağlı olarak bir empati ifadesi veya konuyla ilgili bir örnek durum da kullanılabilir.
Gerekli malzeme:	-



GİRİŞİMCİLİK 3	
Etkinlik adı:	İKİ GERÇEK VE BİR YALAN KARIŞTIRICI
Etkinliğin amacı:	Etkinlik, katılımcıları kişisel ve mesleki deneyimlerini paylaşmaya davet ederek bağlantı duygusunu teşvik etmeyi amaçlamaktadır.
Etkinlik türü:	Buz kırıcı
Katılımcılar:	5-20
Süre:	20 - 25 dakika
Talimatlar:	Her katılımcı girişimcilik eğitimi hakkında öğrendikleriyle ilgili iki doğru, bir yanlış ifade üretir. Bir daire oluşturarak katılımcılar sırayla üç ifadeyi paylaşırlar. Her paylaşımdan sonra grup hangi ifadenin yalan olduğunu tahmin eder. Her katılımcının geçmişi hakkında bilgi sağlamak için açıklama sonrası kısa açıklamalar teşvik edilir.
Gerekli malzeme:	-





GİRİŞİMCİLİK 4	
Etkinlik adı:	BIZTALK TOP ATIŞI
Etkinliğin amacı:	Etkinlik, B2B ve B2C girişimcilik örneklerini tartışırken katılımı ve etkileşimi teşvik etmeyi amaçlamaktadır
Etkinlik türü:	Satış Konuşması ve Geçiş
Katılımcılar:	10-20
Süre:	15-20 dakika
Talimatlar:	Katılımcıları bir daire oluşturacak şekilde düzenleyin ve herkesin birbirini net bir şekilde görebilmesini sağlayın. "BizTalk Topu" olarak ifade edilecek olan yumuşak bir topla etkinliğe başlayın. BizTalk Topunu elinde tutan kişi, bir B2B (İşletmeler Arası) girişimcilik girişimi veya konseptinin bir örneğini paylaşarak etkinliğe başlar. Katılımcı kısa bir açıklama veya tanım sağlamalıdır. Örneği paylaştıktan sonra katılımcı, topu daire içindeki başka bir katılımcıya atar ve onlardan farklı bir B2B örneğini paylaşmalarını veya bir öncekine yanıt vermelerini ister. Her katılımcının bir örnek paylaşmasına ve topu bir sonraki kişiye atmasına izin vererek süreç devam ettirilir. Her katılımcının tartışmaya katkıda bulunması sağlanarak B2C (İşletmeden Tüketicie) örnekleri için döngü tekrarlanır. Her örnek paylaşıldıktan sonra katılımcılar soru sormaya veya fikir vermeye teşvik edilir. Oyun, herkesin paylaşma ve tartışmaya katılma olanağı bulana kadar devam eder.
Gerekli malzeme:	-Top -Zamanlayıcı veya kronometre

H-BUSINESS MODEL

İŞ MODELİ 1	
Etkinlik adı:	AROMA KARIŞTIRICI
Etkinliğin amacı:	Etkinliğin amacı iş fırsatları için aromatik bitkilerin değiştirilmesi kavramını katılımcılara sunmaktır.
Etkinlik türü:	Aromagirişimciliği Etkinliği
Katılımcılar:	5-20
Süre:	30-35 dakika
Talimatlar:	Çeşitli aromatik bitkileri veya uçucu yağları kaplara yerleştirin. Katılımcıların gözlerini bağlayın ve her numuneyi teker teker koklamalarını sağlayın. Katılımcıları bu aromalarla ilgili potansiyel iş fikirlerini tartışmaya ve beyin fırtınası yapmaya teşvik edin. Yaratıcılığı vurgulayın ve katılımcıları aromatik bitkilerin geleneksel kullanımlarının ötesinde düşünmeye teşvik edin. Her katılımcı, kokulardan ilham alarak iş fikrinin kendine özgü yönlerini vurgulayarak grupla paylaşmalıdır.
Gerekli malzeme:	Çeşitli aromatik bitkiler veya uçucu yağlar Göz bağı



İŞ MODELİ 2	
Etkinlik adı:	DÖRT ÇEYREKLİ ETKİNLİK
Etkinliğin amacı:	Buz kırıcı oyunun amacı, takımın etkili bir şekilde bir araya gelmesini sağlamaktır.
Etkinlik türü:	Etkileşimli Takım Oluşturma
Katılımcılar:	5-20
Süre:	30 - 40 dakika
Talimatlar:	Her katılımcıya birer adet flipchart kağıdı ve marker kalem verilir. Katılımcılara flipchart'larını dört çeyreğe bölmeleri söylenir ve dört tane soru sorulur. Katılımcılardan yanıtları çizerek vermeleri istenir. Bireysel çalışma için yaklaşık 5-10 dakika süre verilir. Ardından tekrar bir araya gelinir ve her birine (süreye bağlı olarak) grafiklerini ve yanıtlarını grupla paylaşımları için 5-10 dakika süre verilir. Örnek Sorular: Bu takımın başarısına nasıl katkıda bulunabilirsiniz? Takımdan hangi destek veya yardımı bekliyorsunuz? Uğraşlarımıza katkı sağlayabilecek ilgi alanlarınız veya hobileriniz nelerdir? Bu takımdan ne bekliyorsunuz? Kullanıcılar cevaplarını çizdikleri kağıtları duvarlara asabilirler.
Gerekli malzeme:	Flipchart kağıdı ve marker kalem Blu tack



İŞ MODELİ 3	
Etkinlik adı:	GALERİ YÜRÜYÜŞÜ
Etkinliğin amacı:	Bu etkinlik çeşitli iş modellerinin aktif olarak tartışılmasını ve gözlemlenmesini teşvik etmeyi amaçlamaktadır
Etkinlik türü:	İş Modeli Kanvası Araştırması
Katılımcılar:	5-20
Süre:	20-40 dakika
Talimatlar:	Katılımcılar gruplara ayrılır ve her gruba İş Modeli Kanvasına doldurması için belirli bir iş atanır. Katılımcılar İş Modeli Kanvası Şablonunun ilgili bölümlerine (Önemli ortaklar, temel faaliyetler, temel kaynaklar, değer önermesi, müşteri ilişkileri, kanallar, müşteri segmentleri, maliyet yapısı, gelir akışları) renkli yapışkan notlar yerleştirirler. Bunu takiben tamamlanan kanvaslar derslikte sergilenir. Katılımcılar galeri yürüyüşü gerçekleştirerek, sunulan farklı iş modellerini dikkatle gözlemler ve bunlar hakkında notlar alır. Etkinlik grup tartışmasıyla sona erer.
Gerekli malzeme:	-Basılı İş Modeli Kanvası şablonları -Tamamlanan kanvasları sergilemek için büyük kağıtlar veya yazı tahtaları -Yapışkan notlar



İŞ MODELİ 4	
Etkinlik adı:	SUNUM VE ANLAMA
Etkinliğin amacı:	Etkinlik, katılımcıların iletişim becerilerini geliştirmeyi ve girişimcilik fikirlerini kısaca aktarmalarını teşvik etmeyi amaçlamaktadır.
Etkinlik türü:	Sunum Alıştırması
Katılımcılar:	5-20
Süre:	15-20 dakika
 Talimatlar:	Katılımcıların sunumlarını zamanlamak için bir zamanlayıcıya veya kronometreye ihtiyaçları vardır. Katılımcılar eşleşir ve katılımcılara iş sunumlarını geliştirmeleri için zaman tanınır. İlk kişinin iş fikrini partnerine sunması için belirlenmiş bir süresi (örneğin 1 dakika) vardır. Partner aktif olarak dinler ve sunumdan topladığı önemli noktaları özetler. Partnerler rol değiştirir ve süreç tekrarlanır. Her ikili iki katılımcı da sunum yaptıktan sonra, iş fikirlerini daha büyük gruba tanıtarak önemli noktaları vurgularlar. Etkinlik bitiminde katılımcılara etkinlik sırasında neler öğrendikleri sorulur.
Gerekli malzeme:	-Zamanlayıcı veya kronometre

I-TASARIM ODAKLI DÜŞÜNME

TASARIM ODAKLI DÜŞÜNME 1	
Etkinlik adı:	SORUN EKME
Etkinliğin amacı:	Etkinlik, Tasarım Odaklı Düşünmenin problem çözme yönünü tanıtmayı ve kullanıcı ihtiyaçlarına yönelik empati geliştirmeyi amaçlamaktadır.
Etkinlik türü:	Uygulamalı aktivite
Katılımcılar:	10-20
Süre:	30-40 dakika
Talimatlar:	Her katılımcıya küçük bir bitki ve bir kart verin. Katılımcılara bitkiyi kendine özgü 'sorunları' ve ihtiyaçları olan bir kullanıcı olarak gözlerinde canlandırmalarını söyleyin. Bu sırada interneti kullanarak bitki hakkında daha fazla bilgi sahibi olabilirler. Bireysel olarak düşünmelerine zaman tanıyın. Katılımcılardan, belirtilen bitkilerin sorunlarını ve ihtiyaçlarını sağlanan kartlara yazmalarını isteyin. Küçük gruplar oluşturun ve katılımcıların bitki kişiliklerinin belirlenen sorunlarını paylaştığı bir tartışma yönetin. Grup tartışması ile sonlandırın
Gerekli malzeme:	-Küçük aromatik bitkiler veya bitki resimleri -Dikim malzemeleri (toprak, küçük saksılar) -Marker kalemler ve kartlar





TASARIM ODAKLI DÜŞÜNME 3	
Etkinlik adı:	ALTI ŞAPKALI DÜŞÜNME
Etkinliğin amacı:	Bu etkinliğin amacı grup içinde işbirliğini, iletişimi ve problem çözme becerilerini geliştirmektir.
Etkinlik türü:	İşbirliğine Dayalı Sorun Çözme
Katılımcılar:	10-20
Süre:	20-30 dakika
Talimatlar:	Katılımcılara farklı kişilik tiplerini temsil eden kartlar dağıtın (örn. lider, analitik düşünen, yaratıcı düşünen, takım oyuncusu, detay odaklı vb.). Köprünün altına sıkışmış bir kamyonun resmini yansıtın. Katılımcıların kendilerine verilen kişilik rollerine uygun olarak sıkışan kamyonu kurtarmak için bir strateji geliştirmelerini ve onu köprünün altından çıkarmak için bir plan oluşturmalarını isteyin. Her kişilik tipi, sıkışmış kamyonun kurtarılmasına kendine özgü bir şekilde katkıda bulunur. Örneğin, lider ekibe rehberlik edebilir, analitik düşünen kişi sorunu analiz edebilir, yaratıcı düşünen kişi alternatif çözümler önerebilir, takım oyuncusu işbirliğini teşvik edebilir, detay odaklı kişi belirli ayrıntılara odaklanabilir vb. Grup, sıkışan kamyonu belirli bir süre sonunda başarıyla kurtardığında, her kişilik tipinin katkılarını ve ekip içindeki dinamikleri tartışın.
Gerekli malzeme:	Farklı kişilik tiplerini temsil eden kartlar Sıkışan kamyon görüntüsü

TASARIM ODAKLI DÜŞÜNME 4	
Etkinlik adı:	PROTOTİP PARFÜM KARIŞTIRICI
Etkinliğin amacı:	Bu etkinliğin amacı, grup tarafından oluşturulan bir parfüm prototipi yaratarak işbirliğini ve fikir üretmeyi teşvik etmektir.
Etkinlik türü:	DeneySEL etkinlik
Katılımcılar:	5-20
Süre:	20-30 dakika
Talimatlar:	Katılımcılar çeşitli aromatik elementler alırlar. Küçük gruplar halinde farklı bir parfüm karışımı prototipi oluşturmak için işbirliği yaparlar. Her grup, harmanlama işlemi sırasında yapılan seçimleri açıklayarak kendi birleşimini sunar.
Gerekli malzeme:	Aromatik bitkiler veya uçucu yağlar Malzemelerin karıştırılması için gerekli malzemeler (küçük kaplar, pipetler)



TASARIM ODAKLI DÜŞÜNME 5	
Etkinlik adı:	KOKU ÖYKÜSÜ TASARIMI
Etkinliğin amacı:	Bu aktivitenin amacı, kokudan ilham alan öykü tasarımı oluşturarak öykü anlatımını tasarım sürecine entegre etmektir.
Etkinlik türü:	Öykü Anlatımı
Katılımcılar:	5-20
Süre:	15-30 dakika
Talimatlar:	Katılımcılar bir önceki aktivitede ürettikleri prototip parfüm numunelerini alırlar. Öykü tasarım malzemelerini kullanarak, şişenin şekli ve malzemesi, kullandıkları renkler , müşterilerini çekmek istedikleri slogan gibi , belirlenen kokuyu kullanıcı deneyimine veya ürün tasarımına dahil eden görsel bir öykü tasarımı oluştururlar. Sonrasında gruplar, kokuların duygusal etkisini vurgulayan öykü tasarımlarını birbirleriyle paylaşırlar.
Gerekli malzeme:	-Prototip parfüm karışımı -Öykü tasarım malzemeleri (kağıt, keçeli kalemler)





TASARIM ODAKLI DÜŞÜNME 6	
Etkinlik adı:	AKROSTİK İFADE
Etkinliğin amacı:	Bu etkinliğin amacı, katılımcıları girişimcilikle ilgili temel kavramlar üzerinde düşünmeye ve düşüncelerini akrostiş şiirlerle yaratıcı bir şekilde ifade etmeye teşvik etmektir.
Activity type:	Yaratıcı ifade
Katılımcılar:	5-20
Süre:	20-30 dakika
Talimatlar:	Etkinliğe enerjik müzikle başlayın. Katılımcılardan “girişimcilik” ile ilgili terimleri/ifadeleri yazmalarını isteyin. Katılımcıları her biri 3-4 kişiden oluşan küçük gruplara ayırın. Her takıma büyük kağıtlar verin. Girişimcilikle ilgili bir terim/ifade seçmelerini isteyin. Seçtikleri terimi/ifadeyi kullanarak akrostiş bir şiir oluşturmalarını söyleyin. Katılımcıları hayal güçlerini kullanmaya ve süreçten keyif almaya teşvik edin. Katılımcılardan akrostiş şiirlerini diğer gruplarla paylaşmalarını isteyin. Sunumlardan sonra grup tartışması yapın. Katılımcılara girişimcilik terimlerini/deyimlerini akrostiş şiir yoluyla ifade etmeye çalışırken nasıl hissettiklerini sorun.
Gerekli malzeme:	Büyük kağıtlar Renkli kalem

TASARIM ODAKLI DÜŞÜNME 7	
Etkinlik adı:	EMPATİ HARİTALAMA
Etkinliğin amacı:	Bu etkinliğin amacı, katılımcıların belirli bir soruna ilişkin kullanıcının bakış açısını, ihtiyaçlarını ve duygularını derinlemesine anlamalarını sağlamaktır.
Etkinlik türü:	Empati Haritalama Oturumu
Katılımcılar:	10-20
Süre:	15-20 dakika
Talimatlar:	Katılımcılara "Görmek", "Düşünmek", "Hissetmek" ve "Yapmak" için belirlenmiş alanları içeren 4 çeyreklik yapıya sahip empati haritası şablonları verin. Sorun bildirimlerini içeren belirli kullanıcı/müşteri kimliklerini verin. Katılımcılara bu kişiler hakkında demografik özellikler, davranışlar ve hedefler dahil olmak üzere bilgi verin. Katılımcılardan problem ifadesine odaklanarak her çeyreği doldurmalarını isteyin. Etkinlik sonunda katılımcılardan empati haritalarını birbirleriyle paylaşmalarını isteyin.
Gerekli malzeme:	A3 kağıdı Marker Kalem



J-STARTUP'LAR İÇİN SATIŞ STRATEJİLERİ

STARTUP'LAR İÇİN SATIŞ STRATEJİLERİ 1	
Etkinlik adı:	DEV JENGA
Etkinliğin amacı:	Etkinlik, aktif katılımı teşvik etmeyi ve kişilerarası etkileşimi geliştirmeyi amaçlamaktadır.
Etkinlik türü:	Engagement Game
Katılımcılar:	5-20
Süre:	20 - 25 dakika
Talimatlar:	Dev bir Jenga seti oluşturun ve her bloğa bir sayı ekleyin. Sayılarla gösterilen soruların bir listesini hazırlayın. Katılımcılar çektikleri blokta yer alan soruyu yanıtlarlar. Soru, katılımcının yaratıcı bir şekilde satması gereken komik bir nesneyi içerecektir. Katılımcılar aynı zamanda Jenga kulesinin çökmesini engellemeye çalışmalıdır.
Gerekli malzeme:	Jenga Kalem ve kağıt





STARTUP'LAR İÇİN SATIŞ STRATEJİLERİ 2	
Etkinlik adı:	PROTOTİP BİTKİSEL ÇAY KARIŞIMI
Etkinliğin amacı:	Bu etkinliğin amacı işbirliğini teşvik etmek ve katılımcıların küçük gruplar halinde kolektif olarak oluşturulan bir bitkisel çay karışımı prototipini keşfetmelerine olanak sağlamaktır.
Etkinlik türü:	DeneySEL Etkinlik
Katılımcılar:	5-20
Süre:	30 - 45 dakika
Talimatlar:	Katılımcılara çeşitli tıbbi ve aromatik bitkiler (MAP) sağlayın. Küçük gruplar halinde (her biri 3-4 üye), katılımcılar benzersiz bir bitkisel çay karışımı prototipi oluşturmak için işbirliği yapar. Ekipler, kendi karışımları hariç olmak üzere, diğer ekipler tarafından hazırlanan bitki çaylarının aromasını, lezzetini ve genel duysal deneyimini değerlendirmek üzere bir tadım oturumuna katılırlar. Katılımcılar, lezzet karmaşıklığı ve genel denge gibi faktörleri göz önünde bulundurarak her bir çay karışımı için gözlemlerini ve tercihlerini kaydederler. Tadım oturumunun ardından grup tartışması yapılır. Ekipler bulgularını paylaşır ve duysal analize dayalı olarak en iyi bitkisel çay karışımını toplu olarak belirlerler.
Gerekli malzeme:	Çeşitli Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Tadım bardakları, mutfak eşyaları ve demlik Duysal gözlemlerin kaydedilmesi için değerlendirme sayfaları

STARTUP'LAR İÇİN SATIŞ STRATEJİLERİ 3	
Etkinlik adı:	MÜŞTERİ PROFİLİ OLUŞTURMAK
Etkinliğin amacı:	Bu etkinliğin amacı, katılımcıların bir işletme için ideal müşterilerin detaylı bir şekilde tanımlamalarını ve hedef kitleleri hakkında daha derin bir anlayış geliştirmelerini sağlamaktır.
Etkinlik türü:	Kişilik Geliştirmek
Katılımcılar:	5-20
Süre:	15-20 dakika
Talimatlar:	Katılımcılar üç kişilik gruplar halinde düzenlenir; her gruba belirli bir ürünle (örn. Tıbbi ve Aromatik Bitkiler) ilgili bilgiler ve müşteri karakterlerini hazırlamak için bir şablon verilir. Şablon demografi, hedefler, zorluklar, davranışlar ve tercihlere ilişkin bölümler içerir. Katılımcılar, kendi grupları içinde, sağlanan bilgilere dayanarak ayrıntılı ve spesifik müşteri kişilikleri oluştururlar. Gruplar açıklamalarını şablona yazarlar. Daha sonra her grup, geliştirdikleri müşteri kişiliklerini sınıfın geri kalanına sunar.
Gerekli malzeme:	A3 kağıdı Marker kalem Müşteri kişiliğinin oluşturulması için basılı şablonlar



STARTUP'LAR İÇİN SATIŞ STRATEJİLERİ 4	
Etkinlik adı:	RAKİP ANALİZİ OYUNU
Etkinliğin amacı:	Bu etkinliğin amacı katılımcıların pazardaki rakipleri anlamalarını sağlamak ve stratejik düşünmeyi teşvik etmektir.
Etkinlik türü:	Analitik Düşünme
Katılımcılar:	5-20
Süre:	15-20 dakika
Talimatlar:	Katılımcıları takımlara ayırın. Her takıma aromatik bir bitki sağlayın. Aynı ürünü üreten en az üç üretici bulmalarını isteyin ve her rakibin güçlü ve zayıf yönlerini vurgulamalarını isteyin. Her takım rakip analizini sunar. Pazara girmek için rakipleri derinlemesine tanımanın ne kadar gerekli olduğunu tartışın.
Gerekli malzeme:	Flip chart veya beyaz tahtalar Marker kalemler Sunum araçları (isteğe bağlı)



K-SWOT ANALİZİ

SWOT ANALİZİ 1	
Etkinlik adı:	SPAGHETTİ KULESİ İNŞA ETMEK
Etkinliğin amacı:	Bu aktivitenin amacı katılımcılar arasında takım çalışmasını, yaratıcılığı ve problem çözme becerilerini teşvik etmektir.
Etkinlik türü:	Ekip Oluşturma ve Yaratıcılık
Katılımcılar:	15-20
Süre:	20-25 dakika
Talimatlar:	Katılımcıları her biri 3-4 kişiden oluşan küçük takımlara bölün. Her takıma bir dizi spagetti, bant, ip ve blu tack sağlayın. Verilen malzemeleri kullanarak en yüksek bağımsız yapıyı inşa etmelerini isteyin. Ekipleri yapıya başlamadan önce yapılarını tartışmaya ve planlamaya teşvik edin. Her takım kendi yapısını diğer katılımcılara sunar. Ekipler karar verme süreçlerine ve kuleyi oluşturma sırasında karşılaştıkları zorluklara ilişkin görüşlerini paylaşır.
Gerekli malzeme:	Spagetti, bant, ip ve blu tack Zamanlayıcı En uzun yapı ve en yaratıcı tasarım ödülleri (isteğe bağlı)



SWOT ANALİZİ 2	
Etkinlik adı:	BOTANİK CASUS
Etkinliğin amacı:	Bu oyunun amacı katılımcıların tıbbi ve aromatik bitkiler hakkındaki bilgilerini geliştirmektir.
Etkinlik türü:	Ekip Oluşturma ve Yaratıcılık
Katılımcılar:	15-20
Süre:	15-20 dakika
Talimatlar:	Duvarlara tıbbi ve aromatik bitkilerin resimlerini asın. Bu bitkilerin resimleriyle eşleşen bir liste hazırlayın İlk tur için bir katılımcıyı "Botanik Casus" olarak seçin. Botanik Casus sessizce listeden bir bitki seçer ve görsele dayanarak o bitki hakkında ipucu verir. Örneğin, "Mutfak yemeklerinde yaygın olarak kullanılan bir bitkiyi gözetliyorum." Diğer katılımcılar verilen ipucuna göre sırayla bitkiyi tahmin ederler. Grubun daha fazla bilgiye ihtiyaç duyması durumunda Botanik Casusu bir ipucu daha verebilir, örneğin "G ile başlayan bir şeyi gözetliyorum." Doğru bitki tahmin edildikten sonra başka bir katılımcıyla yeni bir tur başlar.
Gerekli malzeme:	Tıbbi ve aromatik bitki resimleri Flip chart üzerine yazılmış tıbbi ve aromatik bitkilerin listesi





SWOT ANALİZİ 3	
Etkinlik adı:	KOKU AVI ARAYIŞI
Etkinliğin amacı:	Koku Avı Arayışı'nın amacı, geleneksel av arayışını Tıbbi ve Aromatik Bitkileri keşfetme ve tanımlamaya yönelik duyuşal deneyimle birleştirmektir.
Etkinlik türü:	Botanik Keşif ile Açık Havada Av Arayışı
Katılımcılar:	5-20
Süre:	30-60 dakika
Talimatlar:	Katılımcıları takımlara ayırın ve her takıma belirlenen alanın bir haritasını verin. Haritada onlara yol gösterecek sembolleri veya işaretleri açıklayın. Her ekibe bulmaları gereken aromatik bitkilerin bir resmini ve her bitki hakkında bilgi içeren bir tanımlama kılavuzu sağlayın. Katılımcılara, verilen alandaki belirli konumlarda belirlenen aromatik bitkilerin gizlenmiş görüntülerini bulmalarını söyleyin. Ekipler, aromatik bitkilerin resimlerinin bulunduğu farklı yerlere gitmek için haritaları kullanır. Tanımlama kılavuzuna başvurarak örnekleri tanımlar ve toplarlar. Ekipler Aroma Avı görevini tamamladıktan sonra katılımcılar toplanır ve en fazla gizlenmiş nesneleri bulan katılımcılar belirlenir.
Gerekli malzeme:	Bulunacak aromatik bitkilerin resimleri Aromatik bitkiler için tanımlama kılavuzu Belirlenen alanın haritaları (fiziksel veya dijital) Kronometre veya zamanlayıcı

SWOT ANALİZİ 4	
Etkinlik adı:	KAPANIŞ BİLGİ YARIŞMASI
Etkinliğin amacı:	Bu etkinliğin amacı katılımcıların eğitim konularıyla ilgili temel kavramlara ilişkin bilgilerini pekiştirmektir.
Etkinlik türü:	Bilgiyi Pekiştirmek
Katılımcılar:	3-10
Süre:	5-10 dakika
Talimatlar:	Katılımcıların eğitimleri sırasında ele aldıkları konularla ilgili bir dizi soru hazırlayın. Katılımcılar hazırlanan sınavı aşağıda verilen araçlardan biri aracılığıyla çözerler. Soruları cevapladıktan sonra doğru cevaplarla ilgili açıklamalar ve bilgiler verin .
Gerekli malzeme:	Örnek uygulamalar 1. Mentimeter 2. Slido 3. Kahoot



EKLER

UYUM YETENEĞİ 2			
Bitkiler	Üretim	Ticaret	Ürünler
Kekik	üreme	GACP	çeşni
Fesleğen	çarpma	GMP	bitki çayı
kekik	ekim	belgelendirme	aromalandırılmış yağ
lavanta	dikim	düzenleme	ilaç
St.Johnwort	sulama	gümrükler	bitkisel likör
Calendula	gübreleme	sürdürülebilirlik	baharat
arnika	yabani ot kontrolü	etik tedarik	nutrasötik
ardıç	fumigasyon	çevresel sorumlu	aromalı sirke
rezene	hasat	ihracat belgeleri	nemlendirici



EKLER

UYUM YETENEĞİ 2			
Bitkiler	Üretim	Ticaret	Ürünler
limon otu	toprağı sürme	kalite kontrol	özüt
frenk üzümü	toprak yönetimi	adil ticaret	koku
nane	kurutma	CITES	lezzet
karabiber	damıtma	nakliye lojistiği	uçucu yağ
kakule	ayıklama	e-ticaret	özü
vanilya	kariřtırma	sergi	hidrolat
mate	dekontaminasyon	paketleme	makyaj malzemesi
hindistan cevizi	paketleme	markalaşma	sabun
yıldız anason	etiketleme	perakendeci	parfüm



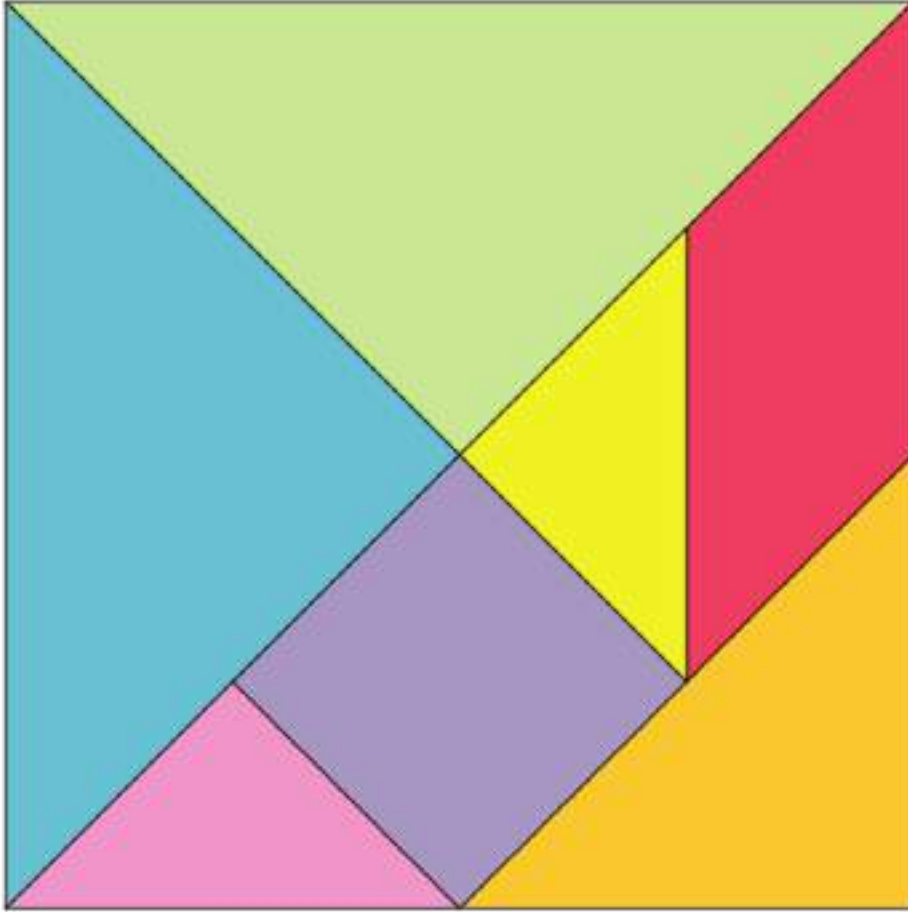
EKLER

UYUM YETENEĞİ 2			
Bitkiler	Üretim	Ticaret	Ürünler
kırmızı biber	depolama	toptancı	şampuan
safran	temizleme	dağıtım	balsam
zerdeçal	frezeleme	trendler	kaynatma
hardal	öğütme	müşteri	mazerasyon
zencefil	eleme	talep	tentür
kimyon	kesme	pazar	iksir



EKLER

UYUM YETENĐİ 3





EKLER

YARATICILIK 3

Görseller	Farklı Kullanımlar	Beyin Fırtınası
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		



EKLER

YARATICILIK 3

Görseller	Farklı kullanımlar	Beyin Fırtınası
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Hawea_co%C3%B4Bteure.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		



EKLER

YARATICILIK 3

Görseller	Farklı kullanımlar	Beyin Fırtınası
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Red_Umbrella_1.jpg		
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:BMX_glove_-_top.jpg		

EKLER**YARATICILIK 6**

ÖRNEK	FİKİR: Talimatların görsel bir kopyasını oluşturun			
	TEMEL UNSURLAR			
	renkler	görseller	şekiller	uzamsal konum
1	bir	ev yapımı fotoğraflar	geometrik şekiller	sağ/sol
2	iki	internet fotoğrafları	bulutlar	yukarı / aşağı
3	pek çok	şematik çizimler	oklar	içeride / dışarıda
4	hiç biri	tablolar	çizgiler	büyük / küçük
5	işaretleyiciler	semboller	diyagramlar	ön/ arka
6	boya	logolar		far / near



EKLER

YARATICILIK 6

KATILIMCILAR İÇİN SAYFA

ÖRNEK	FİKİR:			
	TEMEL UNSURLAR			
1				
2				
3				
4				
5				
6				



TAB GİRİŞİMCİLİĞİNDE BAŞARININ KİLİDİNİ AÇMAK

Tıbbi Aromatik Bitkiler (TAB) alanında girişimde bulunmak isteyen genç girişimciler ve NEET'ler (Eğitimde, İstihdamda veya Eğitimde Olmayanlar) için özel olarak hazırlanmış bir el kitabı sunulmaktadır. Bu rehber kitap, geleneksel girişimcilik yetkinliğinin ötesine geçerek TAB sektöründe başarılı iş kurmak için yeni ve yenilikçi bir bakış açısı sunmaktadır.

İş Modeli Kanvası: İş Stratejilerini Yeniden Tanımlamak: Bu bölümde İş Modeli Kanvası metodolojisi kullanılarak sağlam bir iş modeli oluşturmanın incelikleri ele alınmaktadır. Katılımcılar değer önerilerini netleştirme, müşteri segmentlerini belirleme, gelir akışlarını tasarlama ve finansal çerçevelerini yapılandırma konularında içgörü kazanacaklardır. Bu bölüm, girişimcileri sadece kârlı değil aynı zamanda sürdürülebilir iş modelleri geliştirmeleri için gerekli bilgilerle donatmaktadır.

Yaratıcı Düşünme: Sorunları Fırsatlara Dönüştürme Sanatı: Zorlukları yenilikçi fırsatlara dönüştürmede yaratıcı düşüncenin gücünü keşfedin. İnsan merkezli tasarım ilkelerine dayanan bu modül, katılımcılara kullanıcılarla empati kurma, sorun analizi yapma, yenilikçi çözümler için beyin fırtınası yapma, konseptleri prototipleme ve kullanıcı geri bildirimlerini değerlendirme konularında rehberlik eder. Yaratıcı düşünme ilkelerini benimsemek, girişimcileri hedef kitlelerinde derin yankı uyandıran TAB ile ilgili ürün ve hizmetler geliştirmeleri için güçlendirir.

Kullanıcı Odaklı Ürün Tasarımı: Bu modül, işlevsellik, estetik ve kullanıcı deneyimini vurgulayarak ürün tasarımının temel unsurlarını ortaya çıkarır. Gerçek hayattan örnekler ve interaktif etkinlikler aracılığıyla katılımcılar fikirlerini somut ürünlere dönüştürmeyi öğrenirler. Girişimciler, kullanıcı memnuniyetine odaklanarak sadece pazar taleplerini karşılamakla kalmayıp aynı zamanda güçlü kullanıcı sadakatini teşvik ederek sürdürülebilir büyüme ve marka başarısı sağlayan ürünler yaratabilirler.

Startup'lar için Satış Stratejileri: Startup başarısı için çok önemli olan etkili satış stratejileri sanatında uzmanlaşın. Katılımcılar ilgi çekici satış sunumları hazırlamayı, itirazları ustalıkla ele almayı, anlaşmaları müzakere etmeyi ve kalıcı müşteri ilişkileri geliştirmeyi öğreneceklerdir. Bu bölüm, girişimcilerin stratejilerini ister geleneksel ister dijital kanallar aracılığıyla olsun, TAB endüstrisinin benzersiz taleplerine göre uyarlamalarını sağlayarak çeşitli satış yaklaşımlarını incelemektedir.



SWOT Analizi: İç ve Dış Değerlendirme Yoluyla Stratejik Planlama: Bu bölüm girişimcilere SWOT analizinin stratejik gücünü tanıtmaktadır. Katılımcılar iç güçlü ve zayıf yönleri ile dış fırsatları ve tehditleri değerlendirerek bilinçli kararlar alabilir, riskleri azaltabilir ve fırsatlardan yararlanabilir. SWOT analizi, girişimcilerin TAB endüstrisinde güven ve stratejik zeka ile ilerlemelerini sağlayarak bilinçli karar vermenin temel taşı olarak hizmet etmektedir.



**BU EL KİTABI, TAB GİRİŞİMCİLİĞİNİN REKABETÇİ ORTAMINDA
BAŞARILI OLABİLMEK İÇİN GEREKEN BİLGİ VE BECERİLERİ
SUNARAK GELECEĞİN GİRİŞİMCİLERİ İÇİN BİR REHBER OLMA
GÖREVİNİ YERİNE GETİRMEKTEDİR.
BAŞARI YOLCULUĞUNUZDA SİZİ DESTEKLEMeye HAZIRIZ!**

