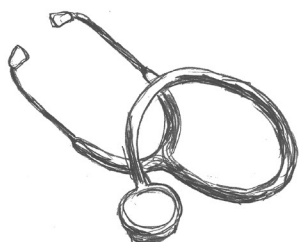
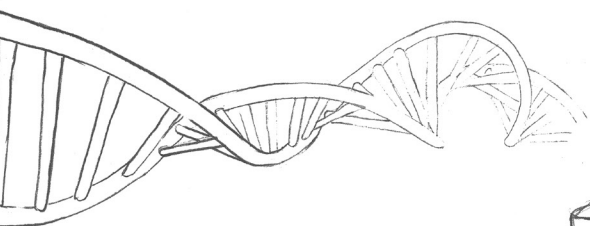
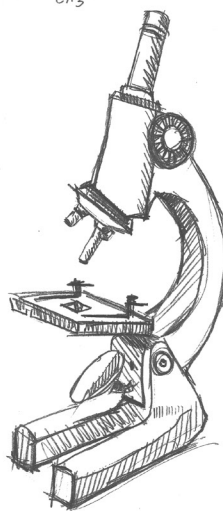
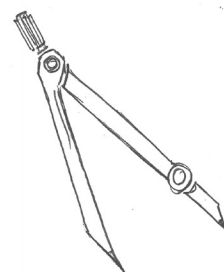
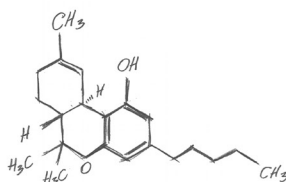
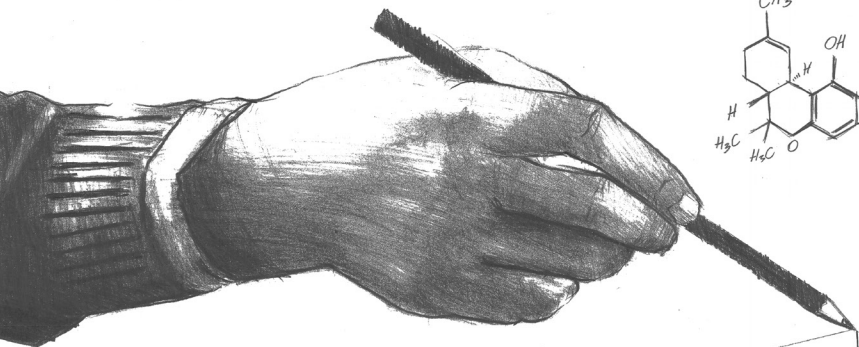


Akademia Liderów

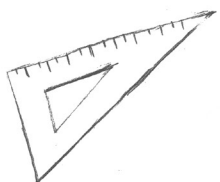
Fundacja dr Bogusława Federa



ZOSTAŃ ARCHITEKTEM SWOJEJ KARIERY



i



KROK PO KROKU



*Jeśli potrafisz o czymś marzyć,
Potrafisz także tego dokonać.*

Walt Disney



ZOSTAŃ ARCHITEKTEM SWOJEJ **KARIERY**

JAK ZAPLANOWAĆ WŁASNY BIZNES
LUB ROZWÓJ ŚCIEŻKI ZAWODOWEJ

Dr Bogusław J. Feder

Zostań Architektem Swojej Kariery

Autor:

Dr Bogusław J. Feder

Redakcja i korekta:

Paula Kmieciak/Brand Voice

Projekt graficzny okładki:

Bartłomiej Strzewiczek/Łukasz Szymczak

Projekt graficzny i skład:

Łukasz Szymczak/Brand Voice

Druk i oprawa:

www.reklamymiw.pl

ISBN 978-83-947246-2-7

Nakład

1000 egzemplarzy

Wydanie I

Grodzisk Mazowiecki 2018

Copyright by Akademia Liderów Innowacji i Przedsiębiorczości Fundacja dr Bogusława Federa

Spis treści

PRZEDMOWA	7
OGÓLNE SPOJRZENIE	8
CO TO JEST KARIERA?	8
CO TO JEST PLANOWANIE KARIERY ZAWODOWEJ LUB BIZNESOWEJ?	9
TRZY ETAPY PROCESU PLANOWANIA	9
PROCES PLANOWANIA	10
I ETAP PLANOWANIA – AKTUALNA SYTUACJA, OSOBISTY BILANS	10
1. SAMOCENA – OSOBISTY BILANS	11
TEST HOLLANDA	11
ĆWICZENIE W POSZUKIWANIU WŁASNEJ PASJI ŻYCIOWEJ	18
TWOJE WARTOŚCI ETYCZNE	20
TWOJE DOŚWIADCZENIE ZAWODOWE	21
WYKSZTAŁCENIE I UCZESTNICTWO W SZKOLENIACH	21
TWOJE ZDOLNOŚCI, KOMPETENCJE I ROZWÓJ	22
PORADNIK DLA SAMEGO SIEBIE – ĆWICZENIE	24
TWOJA SYTUACJA FINANSOWA – JAK ZARZĄDZAĆ SWOIM BUDŻETEM?	25
2. OCENA RYNKU	28
JAK ZBIERAĆ INFORMACJE O KONKURENCJI (OSOBACH, FIRMACH CZY TRENDACH W BRANŻY)?	29
JAK SPRAWDZIĆ ATRAKCYJNOŚĆ WYBRANEJ DZIEDZINY?	31
JAK OKREŚLIĆ CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA FIRMĘ (LUB NA CIEBIE JAKO PROFESJONALISTĘ)?	32
JAK DOKONAĆ AUTOANALIZY SWOT?	33
OCENA WŁASNYCH SIŁ I SŁABOŚCI	33
MOJA AUTOANALIZA SWOT	35
PERSONAL BRANDING – ZBUDUJ WŁASNĄ MARKĘ	36
II ETAP PLANOWANIA – PRZYSZŁOŚĆ, PRIORYTETY I CELE DO OSIĄGNIĘCIA	40
GDZIE KONKRETNIE CHCESZ BYĆ I KIEDY?	41
JAK PRZEPROWADZIĆ ANALIZĘ WŁASNYCH CELÓW?	41
ZATWIERDZENIE LUB PONOWNE ZDEFINIOWANIE KARIERY	43
CZAS – TWÓJ SPRZYMIERZENIEC CZY WRÓG?	44
TEST 7 KLUCZOWYCH PYTAŃ DOTYCZĄCYCH REALIZACJI ZADAŃ	49
III ETAP PLANOWANIA – KONKRETNY PLAN DZIAŁANIA I SPOSÓB JEGO REALIZACJI	50
1. FORMUŁOWANIE CELÓW I ZADAŃ	51
„W JAKI SPOSÓB MOŻESZ DOJŚĆ DO CELU? JAKIE SĄ TWOJE POTRZEBY?”	52
„JAKIE MASZ PLANY DZIAŁANIA? W JAKI SPOSÓB ZASPOKOISZ SFORMUŁOWANE WCZEŚNIEJ POTRZEBY?”	53
TWOJA NAJLEPSZA STRATEGIA	54
JAKIE DECYZJE MUSISZ PODJĄĆ TERAZ?	54
2. REALIZACJA	56
KIEDY ZACZYNASZ? CO I W JAKI SPOSÓB?	56
JAK KONTROLOWAĆ PLAN, ABY OKREŚLIĆ OSIĄGNIĘTY POSTĘP?	57
CO, W JAKI SPOSÓB, KIEDY?	57
Z WYKŁADU BILLA GATES'A	58
BIBLIOGRAFIA	60

PRZEDMOWA

Niniejsza publikacja została przygotowana dla uczniów, studentów oraz wszystkich, którzy planują założenie własnej firmy lub rozpoczęcie pierwszej lub nowej pracy. To także zestaw narzędzi dla osób poszukujących własnego miejsca w biznesie i zamierzających stworzyć lub wzmocnić strategię własnej ścieżki zawodowej.

Zawrotne tempo dzisiejszego życia sprawia, że każdy, kto staje u progu rozpoczęcia własnej kariery zawodowej, musi zmierzyć się z koniecznością dokonywania samodzielnych wyborów.

Wybory te obciążone są dodatkową trudnością – dzisiaj nie jesteśmy w stanie przewidzieć, które kierunki i branże będą płatne lepiej lub gorzej, jakie nowe profesje zawodowe pojawią się na rynku, a które znikną z niego bezpowrotnie.

Obecne rozwiązania, które są korzystne dla dużych firm i korporacji mających rywalizować na komercyjnym rynku, nie zawsze sprzyjają rozwojowi indywidualnej kariery. Każdy podejmuje wiele społecznych ról – nie tylko w kontekście zawodowym. Coraz większa liczba możliwości wcale nie ułatwia dokonania wyboru ścieżki kariery.

Poradnik dostarcza także kompletu praktycznych technik pozwalających zanalizować i dokładnie poznać własne mocne i słabe strony. Publikacja ta, dostarczając podstawowych mierników i logicznych metod, ma pomóc wszystkim zainteresowanym w stworzeniu krótko i długoterminowych planów własnej kariery, z uwzględnieniem realizacji marzeń o własnej firmie (kariera związana z prowadzeniem własnego biznesu).



OGÓLNE SPOJRZENIE

CO TO JEST KARIERA?

Czym dzisiaj jest kariera? Jak najlepiej przygotować się do jej realizacji?

W potocznym obiegu „kariera” oznacza awans, objęcie odpowiedniego stanowiska lub też zdobycie uznania w oczach innych.

W literaturze przedmiotu „kariera” definiowana jest na wiele sposobów. Najczęściej interpretowana jest jako:

- zawód, suma profesji nabywana podczas całego życia,
- osobista percepcja postaw i zachowań związanych z doświadczeniem,
- droga profesjonalnego rozwoju, która ma prowadzić przez całe życie, rozumiana jako zdobywanie nowych umiejętności i kompetencji,
- ścieżka rozwoju zawodowego oraz realizowanie w jej ciągu coraz to nowych celów, stawianie wyzwań, osiąganie pozytywnych rezultatów własnych przedsięwzięć.

Każdy może inaczej definiować i rozumieć to pojęcie. Stąd też można wyróżnić dwa wymiary kariery: obiektywny i subiektywny. Pierw-

szy z nich dotyczy rodzajów i liczby pełnionych funkcji oraz osiągniętej pozycji w hierarchii organizacji. Drugi natomiast ma ścisły związek z rozwojem osobistym danej osoby, jej aspiracjami, wartościami i potrzebami.

Na kształt kariery zawodowej mają wpływ najwcześniejsze lata życia, dlatego warto budowanie ścieżki kariery rozpocząć od jej zaplanowania.

Niezależnie od profesji – najważniejszą czynnością w planowaniu jest wyznaczenie celów, które chcemy osiągnąć w trakcie naszego życia zawodowego.

Planowanie kariery daje wiele korzyści, a do największych możemy zaliczyć:

- poczucie, że jest się „kowalem własnego losu”,
- świadomy wybór drogi zawodowej,
- analiza własnych możliwości i świadomość swoich zalet,
- satysfakcja z wykonywanego zawodu,
- wzrost atrakcyjności w oczach pracodawcy (jeśli planujesz związać się z już istniejącą firmą).

J. Eliot¹ przedstawia następujące wskazówki pomocne w osiągnięciu sukcesu zawodowego:

- W trakcie podejmowania ważnych decyzji polegaj przede wszystkim na swoim doświadczeniu i intuicji, a nie na rozumie, w myśl zasady „mniej myśl, więcej działaj”.
- Nie koncentruj się zbyt mocno na rezultatach, lecz odnajduj przyjemność w tym, co robisz.
- Bądź otwarty na nowe, nawet ryzykowne rozwiązania, gdyż tylko takie dają możliwość rozwoju i sprawdzenia swoich umiejętności.
- Bądź pewny siebie i rozwijaj tę cechę u swoich pracowników (jeśli planujesz prowadzenie własnej firmy).
- Koncentruj się na jednym celu i w pełni się w niego zaangażuj.
- Koncentruj się na sukcesach, a nie na porażkach.
- By odnieść sukces – pamiętaj, że nie ilość pracy jest ważna, ale jej jakość.



¹ Eliot J., „Kompas sukcesu”, TygodnikWprost, nr 1151 za: <https://mfiles.pl/pl/index.php/>
Kariera 2017.07.07

CO TO JEST PLANOWANIE KARIERY ZAWODOWEJ LUB BIZNESOWEJ?

Planowanie to proces ustalania celów i odpowiednich działań by je osiągnąć.

Za planowanie kariery można uznać cały proces planowania zaprojektowany i rozwinięty tak, aby pomóc Ci zrozumieć kim jesteś i co robisz.

Planowanie przyniesie Ci zrozumienie dotychczasowych osiągnięć i możliwości odnoszenia sukcesów w przyszłości, ograniczy niepewność precyzując Twoje pragnienia, pomoże ustalić cele w powiązaniu z wybraną drogą życiową.

Z uwagi na czas realizacji możemy wyróżnić następujące rodzaje planowania:

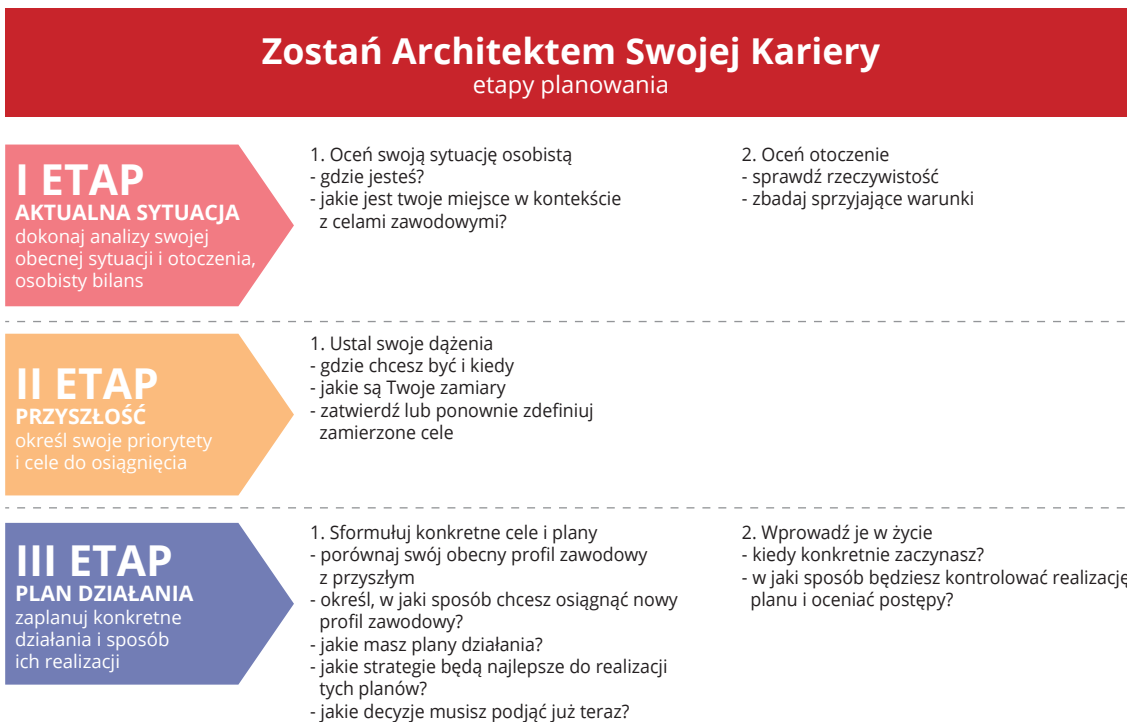
- strategiczne (powyżej 5 lat) – plan przyszłości, dzięki któremu o wiele łatwiej wytyczyć ścieżki postępowania i realizacji (co zamierza się osiągnąć w życiu, lista wartości),
- długoterminowe (od 2 do 5 lat) – konkretne przedsięwzięcia służące realizacji nadrzędnego celu,
- średnioterminowe (od kilku miesięcy do roku) – to odpowiedzi na pytania – co należy zrobić, aby zrealizować plan długoterminowy,
- krótkoterminowe (do trzech miesięcy – krótkie zadania do wykonania,
- bieżące – działania codzienne lub w skali tygodnia (spotkania, sprawy do załatwienia),

Na potrzeby niniejszego Poradnika przyjęliśmy proces planowania pod nazwą Zostań Architektem Swojej Kariery składający się z trzech głównych etapów:

- ETAP I – w którym dokonasz analizy swojej obecnej sytuacji oraz otoczenia,
- ETAP II – w którym określisz swoje priorytety i cele do osiągnięcia,
- ETAP III – w którym zaplanujesz konkretne działania i sposób ich realizacji.

Szczegóły przedstawia poniższa infografika.

TRZY ETAPY PROCESU PLANOWANIA



Źródło: opracowanie własne

W dalszej części Poradnika prezentujemy konkretne narzędzia do realizacji całego procesu planowania.

SAMOOCENA – OSOBISTY BILANS

JAK OCENIASZ SWOJĄ OBECNĄ SYTUACJĘ OSOBISTĄ?

TEST HOLLANDA

Do uporządkowania wiedzy na swój własny temat, pomocny może okazać się tzw. Test Hollanda². Powstał on na bazie teorii dotyczącej rozwoju zawodowego, według której preferencje zawodowe są kształtowane w relacji do środowisk zawodowych.

Według tej teorii można wyróżnić sześć następujących typów osobowości:

Typ realistyczny



Osoba, która lubi rozwiązywać różne problemy poprzez działanie. W pracy chętnie używa maszyn i narzędzi, np. przy obsłudze obiektów, produkcji lub przetwarzaniu surowców, ich wydobywaniu, przy uprawie roślin czy hodowli zwierząt. Dobrze czuje się realizując zadania, w których trzeba się napracować fizycznie.

Wymagane umiejętności: zdolności mechaniczne, manualne, siła fizyczna, koordynacja wzrokowo-ruchowa, talenty praktyczne, przestrzeganie reguł.

Preferowane wartości: zdrowy rozsądek, uczciwość, korzyści materialne uzależnione od efektów pracy, mocny charakter, odważny styl życia.

² W. Trzeciak: Planuję swoją przyszłość zawodową. W: Moja przyszłość zawodowa. Warszawa: ZDZ, 2000.

Preferowane czynności: związane z aktywnością fizyczną.

Określa siebie jako człowieka praktycznego, konserwatywnego, posiadającego lepsze zdolności manualne niż społeczne.

Postrzegany przez innych jako wytrwały, szczery, gospodarny, polegający na sobie.

Unika zawodów, w których przeważają kontakty z innymi ludźmi.

Typowe zawody: elektryk, grawer, kierowca, mechanik, optyk, pilot, tokarz, tapicer i inne zawody rzemieślnicze. Zawody związane z przetwórstwem surowców, leśnik, ogrodnik, rolnik.

Typ badawczy



To osoby, które dążą do zrozumienia otaczającego ich świata i poszukujące prawdy poprzez analizę rzeczy, zjawisk, myśli i uczuć. W pracy lubią spotykać się z abstrakcyjnymi, skomplikowanymi problemami i wyzwaniem, a także oceniać i tworzyć teorie.

Wymagane umiejętności: studio-wania i pogłębiania wiedzy, naukowe, analityczne, matematyczne, techniczne, łatwość wystawiania się i pisanie prac wzbogacających aktualny stan wiedzy.

Preferowane czynności: intelektualne, analityczne, ukierunkowane

na pokonywanie nieoczekiwanych trudności.

Widzi siebie jako osobę inteligentną, metodyczną, sceptyczną, dokładną, posiadającą znajomość rzeczy.

Postrzegany przez innych jako inteligentny, wykształcony, niezależny, introwertywny.

Unika sytuacji wymagających zdolności przywódczych.

Typowe zawody: antropolog, astronom, archeolog, biolog, chemik, filozof, geolog, geograf, fizyk, farmaceuta, matematyk, historyk, meteorolog, programista, politolog, statystyk, socjolog.

Typ artystyczny



Osoba o tym typie osobowości to niezależny intelektualista, niezwykle twórczy i otwarty na otoczenie. Lubi zajmować się sztukami pięknymi, muzyką, literaturą, chętnie rozwija własne pomysły, koncepcje i tworzy nowe rzeczy. Preferuje zachowania kreatywne, niecodzienne sytuacje, wymianę myśli. Woli pracować w sytuacjach nieplanowanych, wykorzystując swoją wyobraźnię i zdolności twórcze. Problemy rozwiązuje przez tworzenie.

Wymagane umiejętności: sprawność rąk, oczu, wyostrzony słuch, inteligencja i kreatywność, aby

z fantazją uprawiać sztuki piękne, muzykę oraz pisarstwo.

Preferowane wartości: oryginalność, niezależność, idealizm, piękno. Preferowane czynności: aktywność intelektualna, twórczość muzyczna, aktorska, literacka, plastyczna, rzeźbiarska.

Określa siebie jako osobę obdarzoną wyobraźnią, otwartą na otoczenie, niezależnego intelektualistę. Postrzegany przez innych jako skomplikowany idealista, niezwykły, wrażliwy, twórczy, niedbały, niepraktyczny. Unika rutyny i ustalonych reguł.

Typowe zawody: aktor, architekt, dyrygent, dekorator wnętrz, fotograf, ilustrator, kompozytor, malarz, muzyk, pisarz, projektant mody, plastyk, reżyser, rzeźbiarz, tancerz, wizażysta.

Typ społeczny



Lubi zajęcia z innymi ludźmi: pomaga, doradza, wyjaśnia, informuje, opiekuje się innymi, leczy. W pracy z innymi używa słów, uczuć i idei.

Wymagania: uzdolnienia – talenty społeczne, umiejętność kontaktowania się i postępowania z innymi, empatii, życzliwości, towarzyskości, kojącego oddziaływania na innych. Preferowane wartości: sprawiedliwość, odpowiedzialność, idealizm, rozumienie innych, troska o ich dobro.

Preferowane czynności: praca z innymi, w celu udzielenia im pomocy i ułatwienia życia. Postrzega siebie jako osobę empatyczną, cierpliwą, odpowiedzialną, wyrozumiałą, otwartą na problemy

innych. Postrzegany przez innych jako taktowny, cierpliwy, przyjazny, uczynny, miły, uprzejmy, współczujący, serdeczny, wielkoduszny. Unika czynności o charakterze technicznym, manualnym, wymagających dużego wysiłku fizycznego.

Typowe zawody: fizjoterapeuta, bibliotekarz, hostessa, ksiądz, kelner, lekarz, logopeda, masażysta, nauczyciel, psycholog, pracownik socjalny, policjant, ratownik, pielęgniarka, stewardesa, trener.

Typ przedsiębiorczy



Lubi pracę z ludźmi, ale ukierunkowaną na osobiste korzyści. Lubi mieć władzę, pieniądze, wpływać na innych, kierować, przewodzić, przekonywać innych do celów organizacyjnych lub osiągnięć ekonomicznych.

Wymagania: umiejętności z zakresu kierowania, nakłaniania innych, organizowania, pewność siebie, zdolności krasomówcze.

Preferowane wartości: władza, sukces finansowy i społeczny, wpływy.

Preferowane czynności: nakłanianie, kierowanie.

Postrzega siebie jako osobę towarzyską, pewną siebie, energiczną, optymistyczną, podejmującą ryzyko, ugodową, popularną.

Postrzegany przez innych jako osoba bystra, ambitna, dbająca o zysk, energiczna, władczą, pewna siebie, przyciągająca uwagę, poszukująca przyjemności, impulsywna.

Unika skomplikowanych zagadnień naukowych.

Typowe zawody: adwokat, agent ubezpieczeniowy, akwizytor, dyplomata, doradca np. podatkowy, księgarz, makler, menedżer, notariusz, prawnik, zaopatrzeniowiec.

Typ konwencjonalny



Lubi zajęcia i zawody z danymi, ich porządkowaniem i strukturalizowaniem. Lubi porządek i bezpieczeństwo. Rozwiązuje problemy według ustalonych zasad, instrukcji, reguł i procedur działania, poleceń zwierzchników.

Wymagania: uzdolnienia urzędnicze i organizacyjne, rzetelność, dokładność, subordynacja, umiejętność ścisłego przestrzegania instrukcji.

Wartości preferowane: oszczędność, konformizm, zarabianie pieniędzy.

Postrzega siebie jako osobę sumienną, dokładną, nie rozrzutną, praktyczną, dokładną.

Postrzegany przez innych jako systematyczny, zasadniczy, skuteczny, rozważny, kontrolujący się, pedantyczny, bez wyobraźni.

Unika konfliktów, problemów interpersonalnych, pracy, której brak jasnych instrukcji.

Typowe zawody: archiwista, biletter, agent celny, agent ubezpieczeniowy, edytor, inkasent, kasjer, kosztorysant, księgowy, notariusz, radca prawny, recepcjonista, rzeczoznawca, statystyk, syndyk, stenograf, urzędnik biurowy, technik BHP, wizytator.

Test Hollanda służy do przedstawienia podobieństw i różnic między typami osobowości ludzi, a wymaganiami zawodów. Pozwala też określić, w jakim stopniu konkretny zawód odpowiada danej osobie i czy nadaje się ona do środowiska pracy, w którym zawód jest wykonywany; na ile praca w konkretnym środowisku zaspokaja jej dążenia i cele. Może ona bowiem umożliwiać pracownikowi pełną samorealizację i zgodność postrzegania samego siebie z podejmowanymi rolami zawodowymi.

W praktyce typy „czyste” występują rzadko. Zdarza się, że u jednej osoby mogą dominować cechy charakterystyczne dla dwóch typów, np. badawczo-realistyczny, społeczno-artystyczny, etc. Może powodować to bądź różnorodność preferowanych zawodów, bądź różnorodność atrakcyjnych, odmiennych w swym charakterze stanowisk pracy, w obrębie jednego zawodu.

Dla wielu osób powyższe krótkie opisy tych sześciu typów mogą okazać się niewystarczające do dokonania porównania i oceny. Może też okazać się, że wymagania stawiane przez zawód, do którego się przygotowywały nie są zgodne z jego typem osobowości.³

³ <https://runninginaforest.wordpress.com/2015/01/14/john-hollands-theory-of-career-choice-theories-every-careers-adviser-should-know/>



ZRÓB TEST HOLLANDA – DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ O SWOICH PREFERENCJACH ZAWODOWYCH

Celem tego testu jest samopoznanie. Na liście poniżej zaznacz te zdania, z którymi się zgadzasz i które są zgodne z Twoimi opiniami oraz sposobem myślenia. Test wypełnij bez dłuższego namysłu – w myśl zasady, że pierwsza myśl, jaka przyjdzie Ci do głowy, jest najlepsza. Wykonanie testu pozwoli na określenie trzyliterowego kodu.

1. Posiadanie silnego i zgrabnego ciała jest dla mnie ważną rzeczą.
2. Staram się dogłębnie zrozumieć rzeczy.
3. Muzyka, kolory, piękno każdego rodzaju może wpłynąć na moje usposobienie.
4. Ludzie wzbogacają moje życie i nadają mu sens.
5. Wierzę w siebie i w to, że mam wpływ na rzeczy.
6. Doceniam jasno określone kierunki działania, które dokładnie określają, co mam robić.
7. Potrafię budować, znosić wszystko sam, sam dawać sobie radę.
8. Mogę godzinami myśleć o czymś.
9. Doceniam piękne otoczenie. Kolory i formy znaczą dla mnie bardzo dużo.
10. Kocham towarzystwo.
11. Lubię rywalizację.
12. Muszę mieć najpierw uporządkowane zaplecze i dopiero potem rozpocząć pracę nad projektem.
13. Lubię pracować rękami.
14. Badanie nowych idei daje mi zadowolenie.
15. Zawsze poszukuję nowych sposobów, aby dać wyraz moim twórczym zdolnościom.
16. Doceniam możliwość dzielenia moich osobistych spraw z innymi.
17. To, że jestem najważniejszą osobą w grupie, daje mi zadowolenie.
18. Jest dla mnie sprawą honoru, by dbać o wszystkie szczegóły w mojej pracy.
19. Nie przeszkadza mi, że zabrudzę ręce w czasie pracy.
20. Wykształcenie jest dla mnie nieustającym procesem rozwijania i wyostrenia mojego sposobu myślenia.
21. Lubię ubierać się nietradycyjnie oraz wypróbować nowe kierunki mody i kolory.
22. Często wyczuwam, gdy jakaś osoba ma potrzebę rozmowy.
23. Lubię organizować ludzi i dawać im impuls do pracy.
24. Rutyna pomaga mi w ukończeniu pracy.
25. Lubię kupować rzeczy, które są punktem wyjścia do dalszej pracy.
26. Czasami mogę siedzieć godzinami i pracować nad rozwiązaniem problemów, czytać lub myśleć o życiu.
27. Potrafię wyobrazić sobie różne rzeczy.
28. Czuję się dobrze, kiedy zajmuję się innymi ludźmi.
29. Lubię, gdy dają mi kredyt zaufania w pracy.
30. Jestem podbudowany, wiedząc, że dobrze i starannie rozwiązałem powierzone mi zadanie.
31. Chciałbym najchętniej być sobą i wykonywać rzeczy praktyczne, pracować rękami.
32. Chętnie czytam książki na każdy temat, który budzi moją ciekawość.
33. Uwielbiam wypróbować nowe, kreatywne pomysły.
34. W sytuacji, gdy mam jakieś problemy z innymi, preferuję rozmowę i znalezienie rozwiązania.
35. Żeby osiągnąć sukces, należy mierzyć wysoko.
36. Lubię sytuacje, które wymagają ode mnie podejmowania decyzji i brania na siebie odpowiedzialności.
37. Lubię przeznaczać masę czasu na dyskusje.
38. Analizuję dany problem gruntownie, zanim podejmę działania.
39. Lubię zmieniać otoczenie tak, aby uczynić je czymś innym i specjalnym.
40. Kiedy jest mi przykro, znajduję przyjaciela, by z nim porozmawiać.
41. Kiedy proponuję plan, wolę żeby inni zajmowali się szczegółami.
42. Zwykle jestem zadowolony z miejsca, w którym przebywam.
43. Pracowanie na świeżym powietrzu dostarcza mi nowego zasobu energii.
44. Bez przerwy zadaję pytanie „dlaczego?”.
45. Podoba mi się, że moja praca jest wyrazem mojego nastroju i uczuć.

46. Lubię znajdować sposoby pomagania ludziom, by byli bardziej ludzcy wobec siebie.
47. Branie udziału w podejmowaniu ważnych decyzji jest dla mnie niezmiernie ciekawe.
48. Zawsze cieszę się, gdy ktoś inny przejmuje kierownictwo.
49. Lubię, gdy moje otoczenie jest proste i praktyczne.
50. Roztrząsam problem, dopóki nie znajdę odpowiedzi.
51. Piękno natury porusza coś ukrytego we mnie.
52. Bliskie stosunki z innymi są dla mnie ważne.
53. Lepsze stanowisko i awans są dla mnie ważne.
54. Efektywność to coś dla mnie – pracować określoną ilość godzin każdego dnia.
55. Dla uniknięcia chaosu potrzebny jest silny system z ustalonym prawem i porządkiem.
56. Książki zmuszające do myślenia zawsze poszerzają moje horyzonty.
57. Bardzo cieszę się z możliwości pójścia na wystawę, do teatru czy do kina.
58. „Nie widziałem Cię długi czas – powiedz, co u Ciebie?”
59. Niezmiernie ciekawą rzeczą jest możliwość wpływania na innych ludzi.
60. Kiedy przyrzekam, że coś zrobię, wykonuję to do najdrobniejszego szczegółu.
61. Solidna, fizyczna i twarda praca nikomu nie zaszkodzi.
62. Chciałbym nauczyć się wszystkiego, co jest dostępne o tematach, które mnie interesują.
63. Nie chcę być jak inni. Wolę robić rzeczy inaczej.
64. „Powiedz mi, jak Ci mogę pomóc”.
65. Jestem gotów podjąć ryzyko, by kontynuować sprawę.
66. Lubię jasne i precyzyjne linie postępowania, kiedy coś zaczynam.
67. Pierwsze, co widzę w samochodzie, to dobry silnik.
68. Ludzie działają stymulująco na mój intelekt.
69. Kiedy czymś się zajmuję, mam tendencję do zapominania o całym świecie.
70. Martwi mnie, że jest tylu ludzi w naszym społeczeństwie, którzy potrzebują pomocy.
71. Zabawnie jest podsuwać innym ludziom pomysły.
72. Nie znoszę, kiedy ktoś zmienia metodę, kiedy kończę pisanie swojej pracy.
73. Zwykle znajduję wyjście w sytuacjach „podbramkowych”.
74. Nawet samo czytanie o odkryciach jest ciekawe.
75. Lubię robić happeningi.
76. Zawsze staram się jak mogę, by okazać uwagę ludziom, którzy wyglądają na samotnych i bez przyjaciół.
77. Lubię handlować.
78. Nie lubię robić rzeczy, które nie są zatwierdzone.
79. Sport jest ważny, jeśli ciało ma być zdrowe.
80. Sposób funkcjonowania natury budził zawsze moją ciekawość.
81. Zabawnie być w dobrym humorze i robić coś niezwykłego.
82. Sądzę, że ludzie w głębi duszy są dobrzy.
83. Jeśli nie dam sobie rady za pierwszym razem, rozpoczynam jeszcze raz z nową energią i entuzjazmem.
84. Cenię wysoko sytuację, kiedy wiem, czego inni ode mnie oczekują.
85. Lubię rozłożyć rzeczy na czynniki pierwsze, by zobaczyć, czy dam sobie radę.
86. „Nie denerwuj się, możemy przemyśleć sprawę i zaplanować następny krok”.
87. Byłoby mi trudno wyobrazić sobie moje życie bez pięknych rzeczy wokół mnie.
88. Często tak się dzieje, że inni przychodzą do mnie, by opowiedzieć o swoich problemach.
89. Zwykle nawiązuję kontakt z ludźmi, którzy mogą pokazać mi drogę do nowych możliwości.
90. Nie potrzebuję dużo, by być szczęśliwym.

Obliczanie wyniku

Należy zakreślić te same liczby, które zostały zakreślone w teście samooceny.

R	B	A	S	I	T
1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36
37	38	39	40	41	42
43	44	45	46	47	48
49	50	51	52	53	54
55	56	57	58	59	60
61	62	63	64	65	66
67	68	69	70	71	72
73	74	75	76	77	78
79	80	81	82	83	84
85	86	87	88	89	90

Zapisz ilość liczb zakreślonych w każdej kolumnie:

R	B	A	S	I	T
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Wpisz litery, które otrzymały największą liczbę punktów:

1	2	3
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Odszyfrowanie oznaczeń

- R** - realista
- T** - tradycjonalista (konwencjonalny)
- I** - inicjator (przedsiębiorczy)
- B** - badacz
- A** - artysta
- S** - otwarty na kontakty z ludźmi (społeczny)

Interpretacja wyników:

REALISTA



Osoba cechująca się: niezależnością, praktycyzmem, dobrą formą fizyczną, konserwatyzmem. Używa rąk i oczu, by badać rzeczy lub coś wykonać. Używa sprawniej ciała niż słów, bardziej myśli niż uczuć. Posiada fizyczną kondycję, siłę, logikę. Lubi napięcie, podejmować ryzyko, być na świeżym powietrzu, konkretne problemy, pieniądze, używać narzędzi i dużych maszyn. Rozwiązuje problemy przez działanie.

PRZEDSIĘBIORCZY



Osoba cechująca się: energią, niezależnością, zapałem, pełnią wiary w siebie, dominacją. Używa myślenia i uczuć do pracy z ludźmi oraz wykonywania zadań. Posiada umiejętność uczuciowego wczuwania się w sprawy, jest pewna siebie. Lubi organizować, kierować, administrować, a także mieć pieniądze i wpływy.

ARTYSTA



Osoba cechująca się: kreatywnością, uczuciowa, o poczuciu estetyki, analizuje swoje myśli i uczucia, ekspresyjna, asocjalna. Używa rąk, oczu, myśli, by tworzyć nowe rzeczy, pisać. Posiada dobre oko, wyostrzony słuch, inteligencję, wykazuje się rozumieniem kolorów, form, dźwięków i uczuć. Lubi piękno, luźną działalność, wymienną myśli, interesujące i niezwykłe widoki, dźwięki, struktury, ludzi. Rozwiązuje problemy, kierując się uczuciami.

TRADYCJONALISTA



Osoba cechująca się: pokojowym usposobieniem, uporządkowaniem, dokładnością, używa myślenia, oczu i rąk, by wykonać zadania. Jest logiczna, dokładna, odpowiedzialna. Lubi porządek, zdecydowanie, bezpieczeństwo. Rozwiązuje problemy poprzez podążanie za uznanymi zasadami.

BADACZ



Osoba cechująca się: niezależnością, ciekawością świata, analizuje swoje myśli i uczucia. Używa myślenia, zasobu informacji bardziej niż zwykle, kontakty z ludźmi i rzeczami częściej niż zwykle. Posiada zdolności intelektualne, logikę i znajomość rzeczy. Lubi wyzwania, wymianę myśli i skomplikowane, abstrakcyjne problemy. Rozwiązuje problemy przez myślenie.

SPOŁECZNIK



Osoba przywódcza, która interesuje się innymi, uczuciowa, humanistyczna, wspierająca, odpowiedzialna. W pracy z ludźmi, którą woli bardziej niż fizyczną działalność, używa uczuć, słów i idei. Posiada umiejętności wczuwania się, rozumienia spraw, jest otwarta, naturalna, taktowna. Lubi pomagać innym, dzieli się, lubi grupy, luźną działalność. Rozwiązuje problemy kierując się uczuciami.

ĆWICZENIE W POSZUKIWANIU WŁASNEJ PASJI ŻYCIOWEJ

Kolejnym narzędziem do odkrycia swojej misji lub pracy idealnej dla siebie, jest ćwiczenie w poszukiwaniu własnej pasji życiowej.

Zastanów się i odpowiedz sobie na pytania:

Co fascynowało Cię od dziecka, jakie zawody Ci imponowały, kim chciałeś zostać i dlaczego? Czy dziś jest to nadal aktualne?

Co dzisiaj interesuje Cię najbardziej, jaki obszar zawodowy, branża? Kto Ci imponuje, kim chciałbyś być? Kim są Twoje autorytety?

Wokół jakich tematów kręcą się Twoje pasje, hobby, zainteresowania?

Czy wiesz, jakie biznesy są najbliższe Twojej pasji? Co możesz zacząć robić i kim możesz być, aby zarabiać na swojej pasji?

Co potrafisz, jakie masz zdolności i talenty? W czym masz największą wiedzę i doświadczenie? Jaką dziedzinę (branżę) znasz najlepiej, wiesz o niej najwięcej? Jaki jest Twój największy sukces i jakie umiejętności pomogły Ci go osiągnąć?

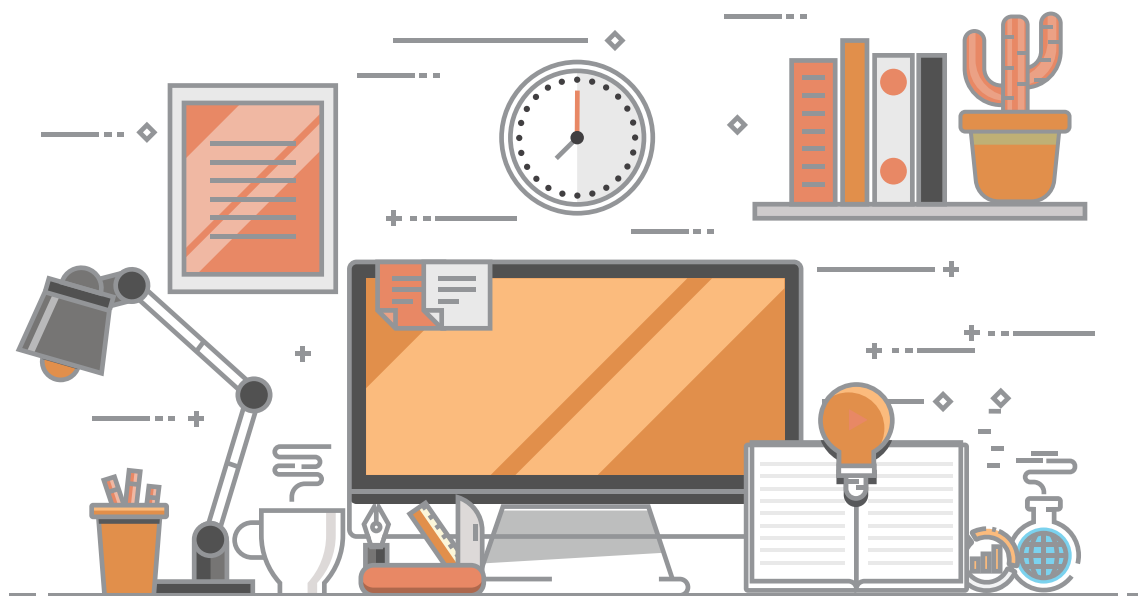
Czy to co świetnie umiem, na czym się znam – może być dochodowe? Czy ludzie tego chcą? Gdzie ten potencjał ukierunkować, by móc na tym zarabiać?

Bilans osobisty

Oprócz określenia preferencji zawodowych, warto też dokonać tzw. bilansu osobistego. Jest to dość wymagająca analiza, do której niezbędna staje się także identyfikacja Twoich mocnych stron i potencjalnych możliwości.

Aby ułatwić Ci dokonanie efektywnej samooceny, proces ten podzielony został na pięć etapów:

- (a) Wartości etyczne
- (b) Doświadczenia zawodowe
- (c) Wykształcenie i uczestnictwo w szkoleniach
- (d) Umiejętności, kompetencje i rozwój
- (e) Sytuacja finansowa



(B) TWOJE DOŚWIADCZENIE ZAWODOWE (uzupełnij)

Wymień wszystkie rodzaje działalności, jakimi się dotychczas zajmowałeś – także te, wykonywane bezpłatnie. Następnie wylicz rodzaje pracy, która Ci odpowiada/odpowiadała lub sprawia/sprawiała przyjemność i daje/dawała satysfakcję. Następnie wymień te, których wykonywanie nie daje/dawało Ci satysfakcji ani przyjemności. Podaj przyczyny, dla których tak się dzieje/działo.

Prace dające satysfakcję:

Rodzaj pracy, zajęcia	Przyczyna
1.	
2.	
3.	
4.	

Prace nie dające satysfakcji:

Rodzaj pracy, zajęcia	Przyczyna
1.	
2.	
3.	
4.	

(C) WYKSZTAŁCENIE I UCZESTNICTWO W SZKOLENIACH (uzupełnij)

Wymień otrzymane ostatnio lub w przeszłości rodzaje formalnego wykształcenia związane z Twoją obecną i przyszłą pracą.

Wykształcenie/Przeszkolenie	Opisz związek z wybranym zawodem, dziedziną
1.	
2.	
3.	
4.	

Wymień otrzymane ostatnio lub w przeszłości rodzaje formalnego wykształcenia niezwiązane ani z obecną, ani z przyszłą pracą.

Wykształcenie/Przeszkolenie	Powód wyboru i ukończenia szkoły/uczelni/kursu
1.	
2.	
3.	
4.	

(D) TWOJE ZDOLNOŚCI, KOMPETENCJE I ROZWÓJ

Wiedząc, jak wiele ról spełnia każdy właściciel firmy czy pracownik (kierownik lub konsultant), określ jakie konkretnie umiejętności i kwalifikacje są Twoim zdaniem najważniejsze w Twoim przypadku.

Na kolejnej stronie podajemy kilka przykładów wymaganych umiejętności.

Oceń ich obecny poziom u siebie, stosując skalę od 1 do 5 (1 = niski, 5 = wysoki). Dodaj wszystkie inne wymagania i umiejętności, które uważasz za istotne dla siebie (uwzględnij także swoje zainteresowania i hobby).

Kolumna „Plan rozwoju”:

- Przy dziedzinach, w których nisko oceniłeś swoje kwalifikacje, podaj pomysł rozwijania tych umiejętności.
- Przy dziedzinach, w których masz wysokie kwalifikacje, podaj pomysł ich wykorzystania tak, by nie uległy zapomnieniu.

Po ocenie posiadanych umiejętności uporządkuj je według stopnia ważności.



PLAN OSOBISTEGO ROZWOJU

(uzupełnij według instrukcji z poprzedniej strony)

Dziedzina	Umiejętności, kwalifikacje	Stopień opanowania	Plan rozwoju
1.	Podstawowe umiejętności komunikowania się (słuchania, obserwowania, relacjonowania, umiejętnego odstawiania się)	1 2 3 4 5	
2.	Relacje z innymi (umiejętność kształtowania ich w oparciu o zaufanie)	1 2 3 4 5	
3.	Umiejętność rozwiązywania problemów (zarówno grupowo, jak i indywidualnie)	1 2 3 4 5	
4.	Zarządzanie własną firmą (zasady i praktyka)	1 2 3 4 5	
5.	Umiejętności diagnozowania (rozumienie sytuacji, wartości i kultury, gotowość do zmian)	1 2 3 4 5	
6.	Zdolności organizacyjne (planowanie i realizowanie, prowadzenie rozmów, metody zbierania danych)	1 2 3 4 5	
7.	Umiejętności doradzania i nauczania	1 2 3 4 5	
8.		1 2 3 4 5	
9.		1 2 3 4 5	
10.		1 2 3 4 5	
11.		1 2 3 4 5	
12.		1 2 3 4 5	
13.		1 2 3 4 5	
14.		1 2 3 4 5	
15.		1 2 3 4 5	

PORADNIK DLA SAMEGO SIEBIE – ĆWICZENIE (uzupełnij)

Kolejnym narzędziem, które inspiruje do refleksji i kształtowania rozwoju zawodowego, jest metoda „poradnika dla samego siebie” – poradnik jest wynikiem udzielenia osobistych odpowiedzi na kilka pytań dotyczącej przyszłej lub obecnej kariery, niezależnie od tego, czy dopiero się ona rozpoczyna, czy trwa miesiąc, rok, czy cztery lata.

W ten sposób stworzysz subiektywny poradnik dopasowany do swoich potrzeb i preferencji.

Zrób listę ważnych rzeczy, których nauczyłeś się dotychczas, a które warto wiedzieć, kiedy rozpoczyna się karierę.

Odpowiedz na pytania:

1. Czego najważniejszego nauczyłeś się dotychczas (w szkole, na uczelni, w trakcie wolontariatu, stażu, praktyki), także w swojej karierze (jeśli już masz za sobą pierwsze doświadczenia zawodowe)?

Np. rozsądnego działania, odpowiedzialności, podejmowania decyzji, nieufności, kompromisu

2. Jakich błędów nie chciałbyś popełnić?

Np. niekompetencji, konfliktu z otoczeniem, przyjęcia do pracy niewłaściwej osoby.

3. Jakie przekonania, postawy i zachowania „sprawdziły się” w Twoim życiu zawodowym?

Np. konsekwencja w postępowaniu, bycie sobą, pewność siebie, szacunek do pracy innych.

4. Jakie postawy i przekonania Cię zawiodły?

Np. zbyt duża szczerość, własna bierna postawa, zbyt duże poświęcenie pracy.

5. Co zrozumiałeś zbyt późno?

Np. nie wiem, praca wywiera silny wpływ na życie osobiste, należy działać otwarcie i szczerze.

(E) TWOJA SYTUACJA FINANSOWA – JAK ZARZĄDZAĆ SWOIM BUDŻETEM? (uzupełnij)

Dzięki ocenie finansowej otrzymasz jasny obraz swojej sytuacji materialnej w chwili obecnej i w przyszłości. Znajomość własnych finansów jest ważna, gdyż pozwala określić zasoby, którymi dysponujesz lub których Ci brakuje. Zgodnie ze sztuką księgową, sytuacja finansowa to – w uproszczeniu – Twój majątek, czyli aktywa i pasywa.

Aktywa – czyli to, co posiadasz. Wylicz wszystkie bieżące aktywa, tj. oszczędności i inwestycje, które można wymienić na gotówkę w ciągu roku oraz wszystkie długoterminowe oszczędności i inwestycje, których zamiana na gotówkę jest niemożliwa w ciągu roku. Wylicz też to, co posiadasz, np. dom, samochody, itp.

Aktywa bieżące

Rodzaj	Wartość
1.	
2.	
3.	

Aktywa długoterminowe

Rodzaj	Wartość
1.	
2.	
3.	

Pasywa – czyli to, co jesteś winien: Twoje zobowiązania, rachunki, koszty itp.

Wylicz wszystkie bieżące i długoterminowe zobowiązania (opłaty, które musisz uiścić w ciągu roku oraz długoterminowe zobowiązania bankowe, hipoteczne, pożyczki itp.).

Pasywa bieżące

Rodzaj	Wartość
1.	
2.	
3.	

Zobowiązania długoterminowe

Rodzaj	Wartość
1.	
2.	
3.	

Dochód roczny – czyli to, co składa się na cały Twój dochód w roku, np. pensje, odsetki, dywidendy, zyski kapitałowe, darowizny, prezenty itp.

Rodzaj	Wartość
1.	
2.	
3.	
	Łącznie

Wydatki – są dwa rodzaje wydatków: stałe i zmienne.

(a) **Wydatki stałe** obejmują opłaty hipoteczne, ubezpieczenia, podatki, opłaty za usługi, koszty utrzymania, koszty domu, samochodu itp.

(b) **Wydatki zmienne** to takie, które nie są niezbędne lub które możesz przełożyć na później (wakacje, rozrywki, ubrania i biżuteria)

(a) Stałe wydatki

Rodzaj	Wartość
1.	
2.	
3.	
4.	

(b) Zmienne wydatki

Rodzaj	Wartość
1.	
2.	
3.	
4.	
	Łącznie

Planowanie finansowe – Jakie masz cele finansowe? W przyszłym roku, za 5 lat, za 10 lat, za 15 lat? Jakimi metodami musiałbyś się posłużyć, aby je zrealizować? Np. – zwiększyć oszczędności, przełożyć spłatę podatków, przesunąć inwestycję itd.

Rok	Suma	Sposób

Zarządzanie budżetem to niezbędne narzędzie do tego, aby uzyskać jak najlepszy pogląd na temat dysponowania własnymi finansami.

Oto argumenty za stałym planowaniem osobistych finansów:

- **kontrola** – kontrola nad własną sytuacją finansową pozwoli Ci na posiadanie realnego wpływu na to ile, kiedy i na co wydajesz. Zamiast dostosowywać się do tego, ile zostaje pod koniec miesiąca, zdobędziesz wiedzę o tym, na co wydajesz środki i na co możesz sobie pozwolić w przyszłości. Może właśnie na swoją firmę?
- **wiedza** – prowadzenie budżetu domowego to podstawa planowania przyszłych działań. Analizując historię swoich dochodów i wydatków z ostatnich miesięcy, możesz przewidzieć swoją sytuację w najbliższej przyszłości: kiedy pojawi się duży cykliczny wydatek, ile wydasz na najbliższe święta i jak wysokie mogą być Twoje oszczędności z przyszłych wypłat. To bardzo cenna wiedza.
- **bezpieczeństwo finansowe** – pieniądze mogą być źródłem niepewności, a budżet domowy to właśnie narzędzie do ich rozwiewania. Pozwoli na określenie, czego można spodziewać się w najbliższej przyszłości.
- **możliwość inwestycji** – kontrola nad finansami często prowadzi do zwiększenia oszczędności, a te mogą bezpośrednio pomóc w realizacji marzeń – chociażby o własnej firmie lub osiągnięciu innych celów.

Obecnie na rynku istnieje wiele aplikacji internetowych (darmowych i płatnych), programów oraz prostych szablonów MS Excel, Numbers i Google Docs, które pomagają w definiowaniu własnego budżetu oraz jego planowaniu i realizowaniu. Wybierz ten, który najbardziej ci odpowiada. Warto zainteresować się także poradnikami z tej dziedziny – pod hasłem „sztuka zarządzania budżetem domowym” czy „finanse osobiste” odnaleźć można wiele interesujących lektur – dostępnych w wersji darmowej i płatnej. Polecamy także przeszukanie blogów i vlogów.

Przykłady:

Darmowy szablon budżetu domowego

<http://jakoszczedzacpieniadze.pl/darmowy-szablon-budzetu-domowego>

10 zasad zarządzania domowym budżetem

https://www.nbp.pl/edukacja/dodatki_educacyjne/Newsweek_df/1.pdf

5 aplikacji, które pozwolą Ci oszczędzić pieniądze

<https://www.payu.pl/blog/5-aplikacji-ktore-ozwola-ci-oszczedzic-pieniadze>



2

OCENA RYNKU

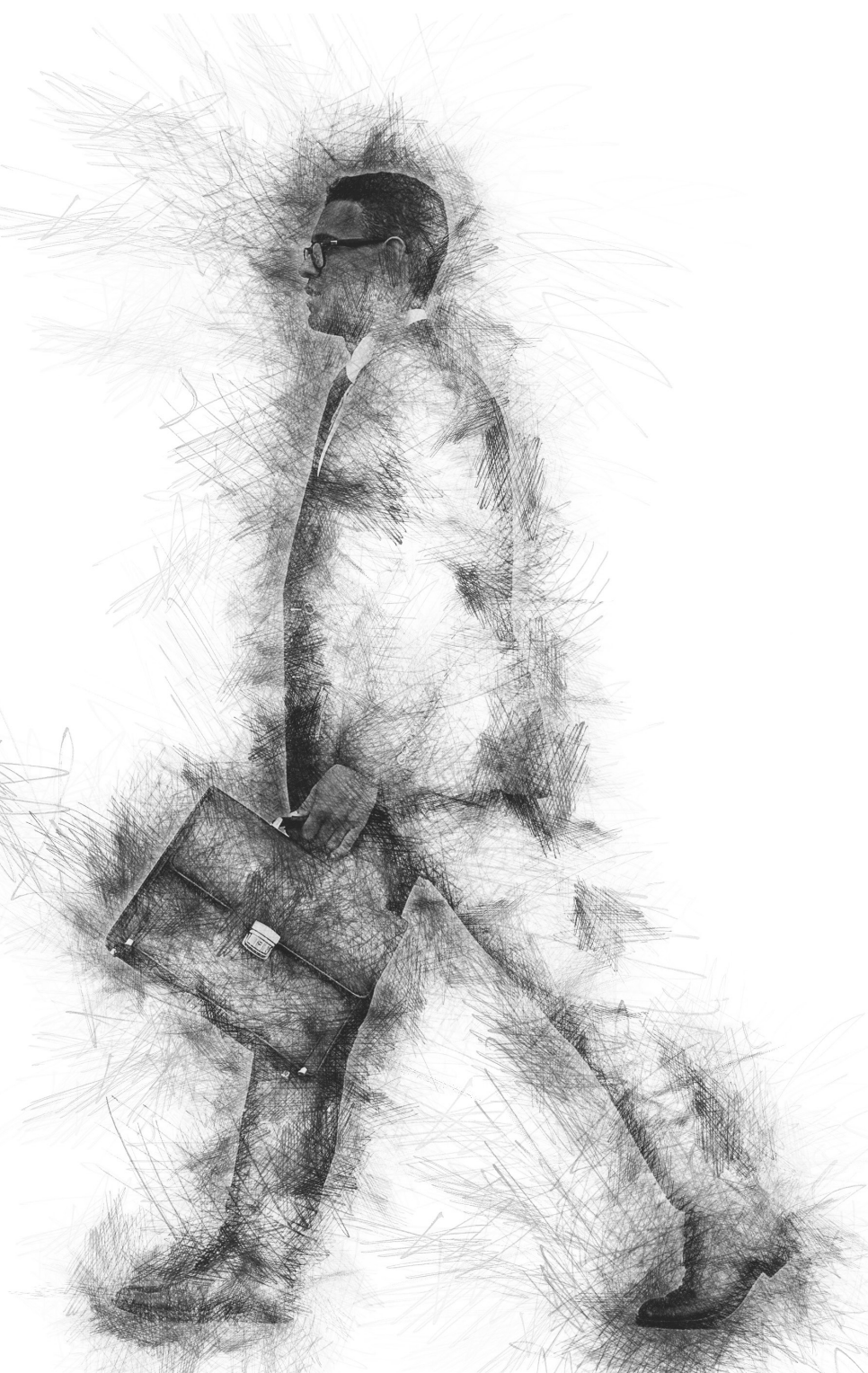
JAK ZANALIZUJESZ NAJBLIŻSZE OTOCZENIE, RZECZYWISTOŚĆ ORAZ ZBADASZ SPRZYJAJĄCE WARUNKI?

Prawidłowo przeprowadzona ocena rynku pomoże Ci w pełni zrozumieć działanie rynku i ludzi funkcjonujących na nim, bezpośrednio lub pośrednio związanych z Twoim otoczeniem zawodowym. Pomoże Ci także zmodyfikować sposoby oceny rzeczywistości oraz umożliwi określenie usług czy produktów, jakie zamierzasz oferować.

Bez względu na to, czy chcesz dopiero rozpocząć czy kontynuować swoją dotychczasową pracę, czy też zająć się inną dziedziną bardzo ważne jest, abyś dokładnie sprecyzował swoją zawodową/biznesową definicję.

Teraz, po wykonaniu ćwiczeń z poprzednich stron, jesteś prawdopodobnie bliższy sprecyzowania tego, co chcesz robić. W dalszej części pomożemy Ci sprawdzić sytuację rynkową, aby zobaczyć, w jaki sposób Twoja firma lub Ty sam możesz dostosować się do potrzeb rynku. Jak ocenić rynek:

- (A) Zbieraj informacje o konkurencji — określ cechy charakterystyczne odpowiednich towarów i usług.
- (B) Sprawdź atrakcyjność wybranej przez siebie dziedziny — dlaczego jest ona ciekawa dla Ciebie?
- (C) Jakie siły ją kształtują?
- (D) Jakie masz mocne i słabe strony w porównaniu z konkurencją? Personal Branding.



(A) JAK ZBIERAĆ INFORMACJE O KONKURENCJI

(OSOBACH, FIRMACH CZY TRENDACH W BRANŻY)?

Analiza konkurencyjności oznacza wyznaczenie istotnych potrzeb klienta oraz porównanie tego, w jaki sposób Ty możesz je zaspokoić z tym, jak mogą to zrobić Twoi konkurenci.

Powstaje pytanie, w jaki sposób zbierać informacje o warunkach konkurencji. Oto lista znakomitych, łatwo dostępnych źródeł informacji:

- Internet (strony domowe firm, portale społecznościowe, fora, opinie),
- biblioteki, czytelnie,
- prasa i TV,
- sprawozdania z badań rynku,
- opisy patentowe,
- urzędy państwowe: Główny Urząd Statystyczny (www.stat.gov.pl), Ministerstwo Finansów (www.mf.gov.pl), Ministerstwo Rozwoju (www.mr.gov.pl) i inne,
- dane o imporcie i eksporcie,
- targi, wystawy branżowe, konferencje, kongresy branżowe,
- publikacje handlowe, foldery reklamowe, ogólnodostępne oferty,
- dystrybutorzy, handlowcy,
- analizy ryzykowności,
- analizy finansowe.

Jakie inne źródła informacji przychodzą Ci jeszcze do głowy? (uzupełnij)

Przykładowo:

- Rozmowy ze znajomymi, rodziną,
- kluby profesjonalne,
- warsztaty, kursy i seminaria,
- organizacje zawodowe,
- czasopisma branżowe,
-
-
-



Ocena konkurentów – na podstawie zebranych informacji o warunkach konkurencyjności, zidentyfikuj swoich głównych konkurentów, oceń ich mocne i słabe strony, pozycję na rynku oraz pozycję w branży.

Główny konkurent	Wartość (ocień mocne i słabe strony)
a)	
b)	
c)	
d)	
e)	

Charakterystyka dostępnych produktów i usług – inny sposób oceny konkurencji polega na określeniu tych produktów czy usług, którymi chcesz się zająć i przypisaniu im działających na tym polu konkurentów.

Rodzaj produktu/usługi	Liczba firm konkurujących (lub wpisz ich nazwy)
a)	
b)	
c)	
d)	



(B) JAK SPRAWDZAĆ ATRAKCYJNOŚĆ WYBRANEJ DZIEDZINY

Dlaczego ta branża, ten zawód, lub ten biznes jest dla Ciebie atrakcyjny?

Atrakcyjny zawód lub biznes to taki, w którym:

1. Nie ma silnych dostawców (tj. ludzi, którzy dostarczają Twój rodzaj produktu/usługi) dominujących na rynku.
2. Jest różnorodność klientów zainteresowanych Twoim produktem/usługą.
3. Nie ma wielu konkurentów, mających taki sam lub lepszej jakości towar/usługi - jesteś najlepszy!
4. Twój produkt/usługa są jedyne w swoim rodzaju.

Czy możesz powiedzieć „TAK” na któryś powyższych punktów?

TAK

TAK

Powyższe „TAK” - to Twoje przewagi konkurencyjne!

Czy możesz znaleźć jakikolwiek inny czynnik, który jest ważny dla atrakcyjności wybranej dziedziny? Przykładowo: zdolność rozwiązywania konfliktów, zdolność bycia kreatywnym i odkrywczym w pracy z klientami itp. (uzupełnij)

.....

.....

.....

.....

.....

.....



(C) JAK OKREŚLIĆ CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA FIRMĘ (LUB NA CIEBIE JAKO PROFESJONALISTĘ)? (uzupełnij)

Aby określić istotne czynniki wpływające na firmę (lub na Ciebie jako profesjonalistę), należy wziąć pod uwagę następujące czynniki:

- 1.** Technologia. Jaki wpływ na rodzaj prac lub usług, które masz zamiar oferować, lub w których zamierzasz się specjalizować, ma postęp techniczny?

- 2.** Jakie są uwarunkowania społeczne Twojego biznesu – demografia, właściwości psychologiczne i socjalne?

- 3.** Jaki jest zasięg Twojego biznesu – lokalny, międzynarodowy, ogólnosiwiatowy?

- 4.** Jakie rozpoznajesz trendy w dziedzinie, którą chcesz się zająć – warunki ekonomiczne w kraju?

- 5.** Czy znasz przepisy prawne i zasady działania w danej branży, dziedzinie? Czy trzeba posiadać licencje, specjalne pozwolenia, czy są jakieś ograniczenia? Jeśli nie wiesz – to czy znasz kogoś, kto mógłby Ci pomóc się dowiedzieć?

JAK DOKONAĆ AUTOANALIZY SWOT?

OCENA WŁASNYCH SIŁ I SŁABOŚCI

Analiza SWOT to jedna z popularniejszych technik porządkowania informacji, wykorzystywana w bardzo wielu naukach – czerpią z niej ekonomiści, finansiści, analitycy, terapeuci czy trenerzy.

Znajomość własnych silnych i słabych stron pomoże Ci określić kluczowe predyspozycje i możliwości oraz poprawnie umiejscowić swoje aspiracje.

Warto znać rządzące nią reguły – przyda się ona nie tylko w procesie prezentacji siebie (np. w trakcie rekrutacji – rozmowy kwalifikacyjnej), czy w trakcie rozmowy sprzedażowej z kontrahentem, ale też w wielu innych dziedzinach życia codziennego.

Nazwa tego narzędzia to akronim pochodzący od czterech czynników istotnych podczas analizy:

- mocnych stron (Strengths),
- słabych stron (Weaknesses),
- szans (Opportunities)
- oraz zagrożeń (Threats).

Wszystko, co poddawane jest analizie SWOT, należy rozłożyć na takie cztery obszary.

W części dotyczącej mocnych stron powinny znaleźć się wszystkie zalety, zarówno w kontekście osobistym, jak i ogólnym. Zatem należy się skupić nie tylko na tym, co sami w sobie lubimy, ale też na tym, co daje nam przewagę nad innymi, jest naszym atutem, pozwalającym wybić się z tłumu.

Słabe strony to wszystko to, czego nie lubimy, nie potrafimy, co może stanowić piętę achillesową.

Aby wyjaśnić szanse, warto wrócić do języka korzyści – to w tym miejscu na przykład przed rozmową kwalifikacyjną łączymy swoje mocne strony z wymaganiami firmy i pokazujemy, co dzięki temu da się osiągnąć.

Zagrożenia to natomiast miejsce na skonfrontowanie niedociągnięć z wymogami firmy – chociaż na nich nie należy się mocno skupiać już podczas samej rozmowy rekrutacyjnej lub prezentacji swojej firmy.

Warto posiadać je we własnym zasobie informacji, aby wiedzieć, nad czym trzeba pracować albo jakich zadań lepiej jest unikać.

Każda informacja ujęta w ramach opisanych powyżej kryteriów czterech grup (SWOT) jest następnie zapisywana w czteroczęściowej macierzy strategicznej, w której jednej część zawiera czynniki pozytywne, a druga negatywne.

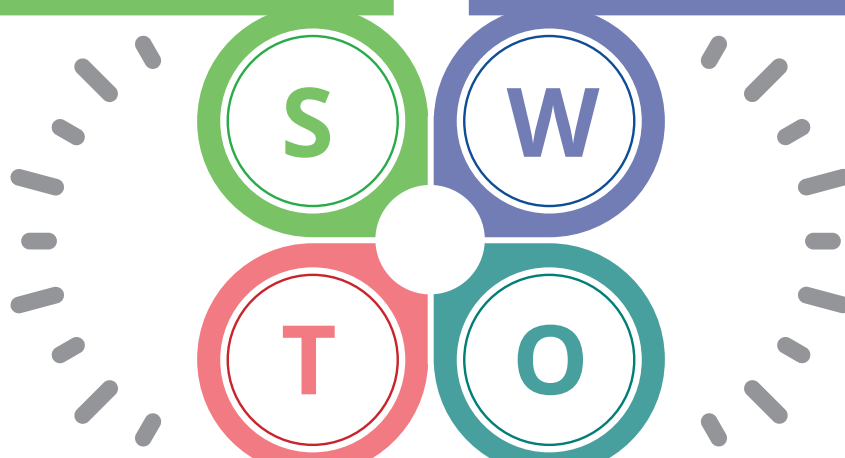


Pozytywne / Wewnętrzne (cechy osobiste)

Moje mocne strony:
Tutaj jest miejsce na twoje zalety. Odpowiedz sobie na pytania:
– co umiem robić dobrze?
– co mnie wyróżnia na tle innych ludzi?
– jakie umiejętności rozwinąłem do tej pory?
– jakie są moje atuty?
Wypisz wszystkie pozytywy, które świadczą o tym, że jesteś dobry na rynku pracy w jakiejś dziedzinie, np. znajomość języków obcych, umiejętności techniczne, umiejętności branżowe, ale także cechy osobowościowe typu: uczciwość, lojalność, punktualność, wysoka motywacja do pracy.

Negatywne / Wewnętrzne (cechy osobiste)

Moje słabe strony:
Zastanów się szczerze nad:
– swoimi słabościami,
– tym, co robisz gorzej,
– tym, czego nie umiesz, a powinieneś,
– swoimi cechami osobowościowymi, które przeszkadzają Ci w pracy,
– obawami, które Cię trapią.
Wypisz wszystko, co zdecydowanie hamuje Twój rozwój, np. brak znajomości programów komputerowych, brak doświadczenia zawodowego, brak prawa jazdy, słaba dyscyplina, lenistwo itp.



Negatywne / Zewnętrzne (cechy otoczenia)

Moje zagrożenia:
Spójrz na otoczenie krytycznym okiem, dokładnie przeanalizuj wszystko, co się dzieje wokół, jakie stoją przed Tobą przeszkody, np. wzrost bezrobocia, ciągle zmieniające się wymagania pracodawców, zmiana przepisów, wzrost konkurencji.

Pozytywne / Zewnętrzne (cechy otoczenia)

Moje szanse:
Zwróć uwagę na otoczenie i wypisz zjawiska zewnętrzne, które mogą pomóc w realizacji ścieżki kariery, przeanalizuj/zidentyfikuj szanse, które pojawiają się wokół Ciebie – np. wzrost zapotrzebowania na specjalistów z Twojej dziedziny, zmiana przepisów prawa, rozwój infrastruktury miejskiej.

Takie pogrupowanie pozwala zidentyfikować silne powiązania, obszary problemowe, w obrębie których można rozpocząć tworzenie nowych rozwiązań, strategii dotyczących krótszego, ale też dłuższego odcinka czasu – co powoduje, że analiza SWOT to nie tylko narzędzie analityczne, ale również planistyczne.

Jak już wspomniano, analiza SWOT to dobry pomysł na przygotowanie przed rozmową rekrutacyjną – ale nie tylko. Taką autoanalizę można przeprowadzać częściej, dla własnej informacji albo przed podjęciem różnych ważnych decyzji w kwestii kariery. Analizować można zresztą nie tylko siebie – SWOT wykorzystywany jest dla firm, projektów, działów. Można w ten sposób zdecydować np. o wyborze samochodu. Zastosowań jest wiele, a ogranicza je tylko wyobraźnia samego zainteresowanego.

MOJA AUTOANALIZA SWOT

(uzupełnij na podstawie informacji ze strony 33–34)

Określ swoje słabe i mocne strony, w porównaniu z konkurencją (osobami lub firmami). Wymień je poniżej, dopisując uzasadnienie. Czy są one odzwierciedleniem Twoich umiejętności, kwalifikacji i planów ich rozwoju, które opisałeś na str. 23.

Moje mocne strony	Uzasadnienie
1.	
2.	
3.	
4.	

Moje słabe strony	Uzasadnienie
1.	
2.	
3.	
4.	

Moje szanse	Uzasadnienie
1.	
2.	
3.	
4.	

Moje zagrożenia	Uzasadnienie
1.	
2.	
3.	
4.	



PERSONAL BRANDING – ZBUDUJ WŁASNĄ MARKĘ

10 ZŁOTYCH ZASAD

KOMUNIKACJI MARKI OSOBISTEJ

JOANNA MALINOWSKA-PARZYDŁO

– AUTORKA BLOGA JESTESMARKA.PL

CVO W PERSONAL BRAND INSTITUTE

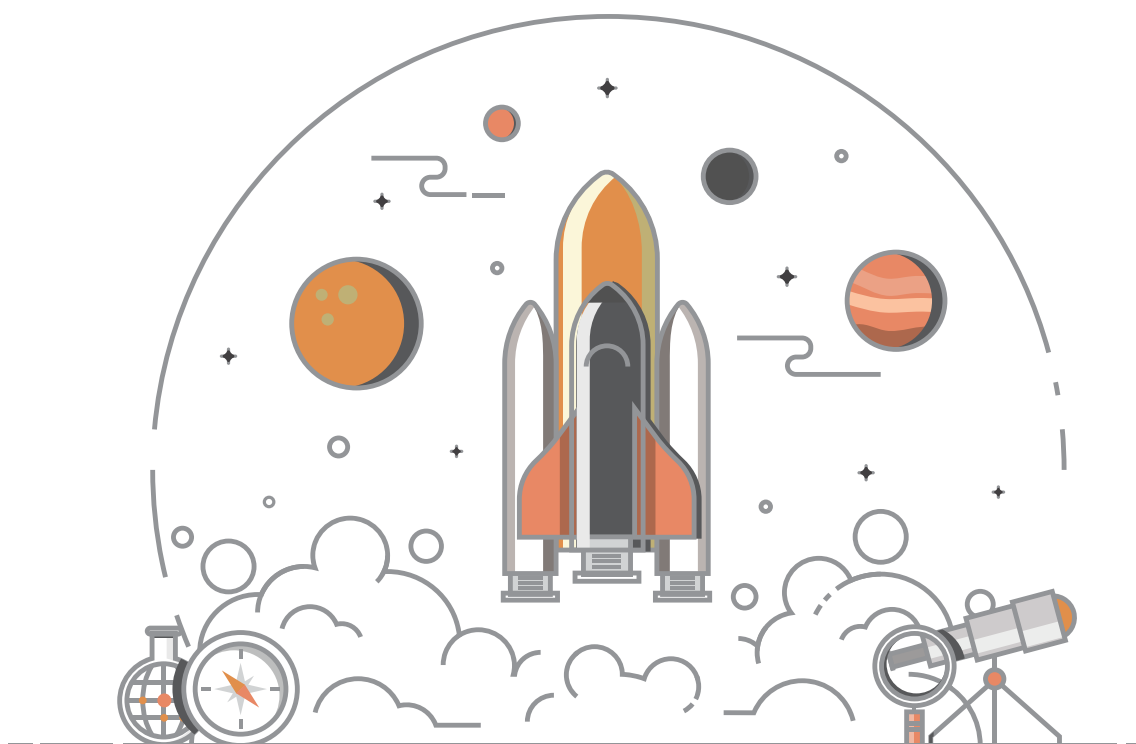
WWW.PERSONALBRANDINSTITUT.COM

1. Opracuj strategię i określ grupy docelowe – Twoim celem NIE jest komunikowanie się ze wszystkimi lub z kimkolwiek.
2. Marka to efekt Twojej komunikacji — przyjrzyj się więc językowi, którym się na co dzień posługujesz. Trudno budować silną markę, jeśli słabo i niepewnie posługujesz się podstawowym narzędziem komunikacji jakim jest język ojczysty. Cóż z tego, że żyjemy w czasach dominacji zdjęć i obrazków nad słów em mówionym i pisanym. Kiedy zamierzam zaofiarować komuś pracę i czytam jego CV, w którym jest napisane, że język polski jest jego językiem ojczystym, to oczekuję, że przynajmniej tym językiem posługuje się biegle jako native.
3. Pamiętaj, że markę osobistą budujesz przez całe życie do jego ostatniego dnia, choć Twoja reputacja i zła lub dobra sława będą żyć dalej, podobnie jak historia Twoich aktywności na profilach społecznościowych, jeśli żyjący bliscy nie będą posiadali hasła do Twojego profilu. W spadku zostawisz swoim dzieciom i wnukom kontent wrzucony do sieci — lepiej, żeby to było wiano a nie przekleństwo.
4. Reputację budowaną lata-
- mi utracić możesz błyskawicznie. Nie tylko 140 znakami na Twitterze, ale jednymi nieprzemyślanym kliknięciem związanym z publikacją treści lub zdjęcia, które mogą z rujnować zaufanie do Ciebie.
5. Publikując w sieci jakiegokolwiek zdjęcia, miej na uwadze dwie kwestie: kto będzie te zdjęcia oglądał i czy może je oglądać każdy. Nigdy nie wiesz, w czyje ręce trafią. Mogą trafić w ręce obecnego lub przyszłego szefa, przyszłego męża, osoby decydującej o Twoim awansie, Twoich studentów, klientów, Twojej mamy lub teściowej, dziecka lub jego wychowawcy w szkole.
6. Skoro nie umiesz oszacować ogromu zagrożeń związanych z udostępnianiem danych i pików w sieci, zachowuj się mądrze, w sposób wspierający siebie i nienarażający Ciebie ani Twoich bliskich na potencjalne ryzyko i zagrożenia. Inteligencja komunikacyjna jest kompetencją XXI wieku. Jeśli zignorujesz fakt, że na własne życzenie stałeś się elementem ogromnego roju, globalnego systemu opartego na inteligentnych, zaawansowanych bazach danych, możesz się narazić na poważne kłopoty.
7. Zarządzaj sobą w sieci w opar-
- ciu o przemyślaną strategię. Najprostsza polega na tym, że nie klikam jeśli nie rozumiem instrukcji. Pytam mądrzejszych, jeśli nie rozumiem konsekwencji kliknięcia.
8. Silne marki są aktywne w podtrzymywaniu relacji, w komunikowaniu: jestem tu, widzę Cię, jesteś mi potrzebny lub mam dla Ciebie coś wartościowego — równie uważne i głębokie jak w awatarym „I see you” (film Avatar w reż. Jamesa Camerona).
9. Marka to sztuka patrzenia na siebie oczami innych, a nie sztuka patrzenia wyłącznie na siebie. Patrz na siebie oczami odbiorców i bierz pod uwagę, co pomyślą o Tobie ludzie, oglądając selfie będące informacją, że nie znalazłeś w otoczeniu żadnego ciekawszego tematu od siebie samego.
10. Naucz się profesjonalnie, odważnie i wprost komunikować własne opinie pod szyldem własnego nazwiska. Niech inni hejtują, Ty komunikuj otwarcie swoje opinie, konfrontuj się, argumentuj, tocz profesjonalne, mądre spory nastawione na wypracowanie nowych rozwiązań i punktów widzenia w sposób okazujący szacunek innym uczestnikom dyskusji czy wirtualnej rozmowy.

JAKO MARKETER SWOJEJ MARKI W PRZESTRZENI INTERNETU (BEZ WZGLĘDU NA TO CZY JEST TO MARKA POWIĄZANA Z TWOIM NAZWISKIEM, ROLĄ ZAWODOWĄ NP. KANDYDATA DO PRACY, SPECJALISTY, EKSPERTA LUB LIDERA, CZY MARKA PRACODAWCY).

PAMIĘTAJ:

1. Tak precyzyjnie, jak to możliwe, zdefiniuj swoich odbiorców. Nazwij, z wizualizuj, opisz, poznaj ich potrzeby i preferencje, żeby móc na nie dobrze odpowiedzieć.
2. Zdefiniuj swoją unikalność, elementy komunikacji, które Cię wyróżnią, oraz obszar wiedzy, którą chcesz się dzielić. Miej autorski pomysł na siebie – w końcu Twoim celem jest wyróżnienie się z tłumu Tobie podobnych!
3. Zbuduj swoją obecność w Internecie, mając na uwadze potrzeby danej grupy odbiorców (dopasuj swoje profile, ich zawartość i awatary/zdjęcia do potrzeb partnerów oraz do otoczenia, w którym chcesz zaistnieć i komunikować się).
4. Dziel się tym, czego inni potrzebują. Oferuj atrakcyjną treść w miejsce reklamowania się. Marka „akwizytor” to nie Twój cel!
5. Sieć nie toleruje nieaktualnych informacji. Obecność w sieci oraz szacunek dla odbiorców wymagają aktywności, aktualizacji publikowanej treści i wiedzy oraz zawartości profili społecznościowych tak szybko, jak to możliwe.
6. Sieć nie toleruje zastoju. Obecność w sieci wiąże się z koniecznością publikowania z jakąś regularnością. Nie można być dobrym wydawcą, nie wskazując i nie gwarantując terminów ukazywania się wydania.
7. Opanuj sztukę prowadzenia dyskusji internetowych wokół Twojej marki, nie na swój temat.
8. Buduj sieć ważnych i wartościowych kontaktów.
 - Ustal precyzyjnie, jakie kryteria muszą spełniać osoby, które przyjmujesz do swoich kontaktów na danym portalu.
 - Zdefiniuj równie precyzyjnie, kogo do kontaktów z pewnością nie przyjmiesz (na profilu prywatnym warto unikać kontaktów stricte – prezesie i szefie działu bezpieczeństwa nie wspomnę).
 - Ustal także, kogo w Twojej sieci nie może zabraknąć. Wyślij personalizowane (!) zaproszenia do ważnych autorytetów, liderów i ekspertów, wskazując jednym zdaniem, dlaczego są dla Ciebie ważni i po co ich zapraszasz. Wysyłanie systemowych, standardowych, niespersonalizowanych zaproszeń obniża szansę na uzyskanie akceptacji i życzliwość po drugiej stronie!
9. I pamiętaj — jesteś jednym człowiekiem, choć występujesz w różnych rolach prywatnych i zawodowych. To jednak oznacza, że powinieneś mieć jedną, spójną przemyślaną strategię komunikowania siebie w świecie ważnych relacji. Próba posiadania kilku „tożsamości” czyli odmiennych lub niespójnych strategii lub funkcjonowanie stale w jakiejś wymyślonej „masce” narazi Cię na zarzut rozdwojenia jaźni — a ludzie nie planują życia, pracy czy wspólnych projektów z sieciami „schizofrenikami”.
10. Ludzie w sieci są wyculeni na ściemę i mataczenie. Bądź więc sobą, ale w najlepszej, a nie swojej najgorszej wersji, jeśli chcesz budować silną markę wysokiej reputacji.



Własny wizerunek i styl kontaktów personalnych mają spory wpływ na rozwój kariery.

Marka osobista to coś, co ludzie mówią o Tobie, gdy wychodzisz z pokoju.

Powszechną i najczęściej pojawiającą się definicją marki (brand) jest określenie jej jako: nazwy, znaku, symbolu, rysunku lub kombinacji tych trzech elementów, stworzonych w celu identyfikacji dóbr lub usług firmy oraz dla odróżnienia ich oferty od oferty konkurencji⁵.

W przypadku marek osobistych nazwą będzie imię i nazwisko, znakiem/symbolem – podpis lub parafka, a rysunkiem – wizerunek osobisty.

Przyjęcie takiej definicji marki pozwoliłoby na nazwanie każdego produktu markowym, a każda osoba posiadałaby markę osobistą. Z drugiej strony, gdy spojrzymy głębiej, jest jednak inaczej. Aby produkty i osoby były nie tylko identyfikowane za pomocą nazwy, ale przede wszystkim ze względu na wartości czy jakość, należy zwrócić uwagę na pozostałe funkcje, jakie powinna pełnić marka.

Budowanie własnej marki to decyzja i takie działanie, aby „markować” sobą, własnym nazwiskiem, wszystko, co się robi i mówi. Tym samym jest to niejako stanie się „znakiem towarowym”, „produktem” rozpoznawalnym

i rozróżnianym przez rynek lub otoczenie.

Taka kompleksowa strategia ma służyć zrozumieniu i zauważeniu własnej wyjątkowości, niepowtarzalności poprzez wzmocnienie pewności siebie oraz samoakceptacji. W jej ramach wykorzystuje się działania:

- wizerunkowe (wizaż, stylizacja ubioru, gadżety, dodatki)
- związane z rozwojem osobistym.

Budowanie marki jest procesem długotrwałym i należy się do niego dobrze przygotować.

Na potrzeby niniejszego Poradnika sygnalizujemy jedynie możliwość

⁵ P. Kotler, K.L. Keller: *A framework for marketing management*. Pearson Prentice Hall. New Jersey 2009, s. 151; P. Kotler: *op. cit.*, s. 410;

H. Mruk: *Zarządzanie marką*. Wyższa Szkoła Zarządzania i Bankowości. Wydawnictwo Forum Naukowe. Poznań 2002, s. 13; H. Mruk, I.P.

Rutkowski: *Strategia produktu. Marketing bez tajemnic*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. Warszawa 1999, s. 61; T. Kramer: *Podstawy marketingu*.

Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. Warszawa 2000, s. 107.

budowania własnej marki w kontekście zarządzania własną ścieżką kariery.

Eksperti od budowania marki osobistej radzą, aby na początku odpowiedzieć sobie na następujące pytania:

Co?

Czyli co chcesz osiągnąć. Jaki ma być efekt działalności (także w sieci internetowej)? Co ludzie od Ciebie otrzymają, czyli jakie problemy rozwiązesz? Jakie emocje mają towarzyszyć osobom, które wymieniają publicznie Twoje imię i nazwisko? Do czego Ci to będzie potrzebne? W którym kierunku będziesz się rozwijać?

Misja to baza, na której budujesz swoje życie. Gates urodził się by obdarzyć ludzi technologią, Disney by ich bawić, Einstein by odkryć przed nimi świat. Co jest Twoją misją? Co Ciebie wyróżnia?

Dlaczego?

Dlaczego ktoś ma za Tobą podążać? Dlaczego ma używać opcji „follow”? Co dajesz ludziom, jakie problemy rozwiązujesz?

Jak się wyróżnić (jak być kojarzonym z określonymi poszukiwanymi wartościami – w przeciwieństwie do bycia kontrowersyjnym)?

Jak?

Jak do tego dojść? Jak to pokazać? Jakie narzędzia wykorzystać? Do kogo mówić?

Kto ma być odbiorcą komunikatów? Jak się będziesz komunikować?

Dobra marka osobista, aby zająć umysły swoich klientów pożądanymi skojarzeniami, musi tworzyć odpowiednią komunikację, dialog.

Oto kilka prostych sposobów na to, jak wspierać rozwój marki osobistej, wykorzystując podstawowe kanały social media:

Blog – Twoja prywatna twierdza i miejsce spotkań z Twoją grupą odniesienia. Nawet jeśli nie masz pomysłu, zapału czy po prostu potrzeby do jego prowadzenia, zawsze możesz wykorzystywać blogi innych osób. Większość z nas czyta ich przynajmniej kilka. Warto nie tylko być ich biernym obserwatorem, ale stać się również aktywnym i świadomym odbiorcą. Możesz zacząć je komentować, włączać się do dyskusji, wyrażać swoje własne poglądy i stanowisko. Wykorzystaj blogi, aby pokazać, jakim jesteś człowiekiem i co masz do powiedzenia.

LinkedIn.com – to coś więcej niż wizytówka biznesowa. W świecie personal branding u spełnia taką rolę, jak strona www w Google. Warto poświęcić kilka chwil i zadbać o takie miejsce w sieci, z którego widać Cię najlepiej. Profil na LinkedIn pozwala nie tylko chronologicznie ułożyć Twoje doświadczenie, ale przede wszystkim – gromadzić rekomendacje oraz budować bazę umiejętności. Poza tym jest doskonałym miejscem wymiany i kontaktów zawodowych.

Facebook – przez niektórych jego społeczność uznawana jest za kontrowersyjną. Nie ma potrzeby, aby rozwijać dyskusji na ten temat – w skrócie można powiedzieć, że to, czym dla nas jest Facebook, zależy tylko i wyłącznie od tego, jak z niego korzystamy.

Jak warto się komunikować?

- aktywnie włączaj się do dyskusji na blogach dot. nieruchomości itp.
- udostępniaj zdjęcia/galerie z fanpage'a zawsze z osobistym komentarzem,
- możesz subskrybować wpływowe osoby i wchodzić z nimi w interakcje,
- dziel się ciekawymi materiałami i rzeczami, które są dla Ciebie ważne i wzbudzają pozy-

tywne emocje,

- bierz udział w spotkaniach i wydarzeniach branżowych

Internet (blogi, vlogi, portale społecznościowe) daje nieograniczone możliwości budowania własnej marki.

Warto jednak zwrócić uwagę na fakt, że właśnie w sieci internetowej należy szczególnie dbać o to, co masz najbardziej wartościowego – czyli Twoją reputację.

10 rzeczy, których nie należy robić na portalach społecznościowych:

1. Nie pisz, że nienawidzisz swojej pracy, swojego szefa lub współpracowników czy pracowników.
2. Nie daj się wciągać w kłótnie.
3. Nie plotkuj i nie obrażaj.
4. Nie chwal się za bardzo.
5. Nie zaśmiej swoich kanałów dystrybucji – to może zostać uznane za spam.
6. Nie proś o polubienia, udział w grach lub przesłanie „łańcuszka” itp.
7. Autolokalizacja z automatyczną aktualizacją statusu – czy wszyscy muszą wiedzieć, gdzie jesteś w danej chwili?
8. Nie wstawiaj prześmiewczych zdjęć.
9. Nie publikuj zdjęć dzieci bez zgody ich rodziców.
10. Nie pisz o wszystkich swoich imprezach i zabawach, zwłaszcza o szczegółach spożytych napojów alkoholowych i związanych z ich nadużyciem skutkach⁶.

⁶ <http://www.mama-bloguje.com/na-portalach-spolesnosciowych/> 15.07.2017

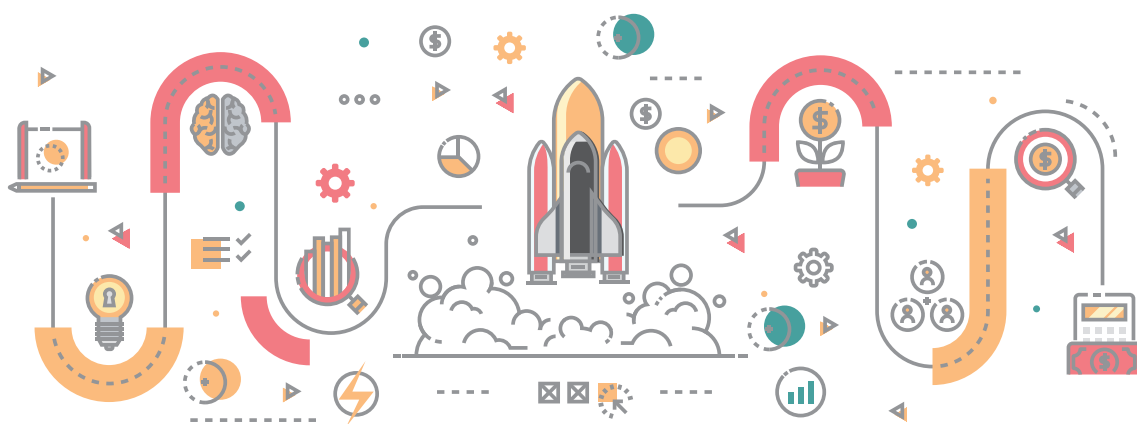
II ETAP PLANOWANIA

ZOSTAŃ ARCHITEKTEM SWOJEJ KARIERY

– PRZYSZŁOŚĆ, PRIORYTETY I CELE DO OSIĄGNIĘCIA

Na tym etapie planowania swojej kariery zajmiesz się następującymi zagadnieniami:

- (a) Gdzie konkretnie chcesz być i kiedy?
- (b) Jak przeprowadzić analizę Twoich celów?
- (c) Zatwierdzasz czy redefiniujesz swoją przyszłą sytuację?



(a) GDZIE KONKRETNIE CHCESZ BYĆ I KIEDY? (uzupełnij)

Poniżej zapisz podstawowe zadania i cele, które sobie wyznaczyłeś. Określ ich ramy czasowe. Wpisz jak najbardziej konkretne:

- np. cel – chcę zostać ekspertem w dziale sprzedaży – data osiągnięcia celu – za dwa lata, wrzesień 20... rok,
- np. zadanie – mam talent plastyczny – chcę stworzyć ofertę na lokalny rynek wykonywania portretów na zamówienie – data realizacji zadania – za 2 miesiące – wrzesień 20.. rok

Zaplanuj własne cele:

Cel	Data osiągnięcia
1.	
2.	
3.	
4.	

(b) JAK PRZEPROWADZIĆ ANALIZĘ WŁASNYCH CELÓW? (uzupełnij)

Biorąc pod uwagę poznane już własne słabe i mocne strony, a także niepowodzenia i osiągnięcia – zastanów się, czy wstępnie zdefiniowane cele są nadal aktualne i czy ich osiągnięcie jest realne?

- Twoje przewagi konkurencyjne – zajrzyj na str. 31

- Twoje atuty z autoanalizy SWOT – zajrzyj na str. 35

- Czy coś lub ktoś może Ci przeszkodzić?

Zastanów się, jakie masz inne możliwości działania? (uzupełnij)

Alternatywy	Data osiągnięcia
1.	
2.	
3.	
4.	



(c) ZATWIERDZENIE LUB PONOWNE ZDEFINIOWANIE KARIERY (uzupełnij)

Teraz ponownie sprawdź część ustalania celów i ich analizę. Jeśli podstawowe cele, które sobie wyznaczyłeś wydają się realne – pozostaje je zatwierdzić. Jeśli jednak doszedłeś do wniosku, że są one niemożliwe do zrealizowania, przyszedł czas, aby ponownie zaplanować przyszłą karierę tj. gdzie chcesz być i kiedy?

Twoje zatwierdzone cele	Data osiągnięcia
1.	
2.	
3.	
4.	

Ponownie zdefiniowane Twoje cele	Data osiągnięcia
1.	
2.	
3.	
4.	



CZAS – TWÓJ SPRZYMIERZENIEC CZY WRÓG?

Na etapie określania celów i wyznaczania terminów ich realizacji z pewnością przyda Ci się umiejętność zarządzania czasem. Ta umiejętność jest zresztą przydatna na co dzień.

Umiejętność gospodarowania czasem jest jedną z najważniejszych rzeczy, jakie można w życiu osiągnąć. Mówi się, że czas to pieniądz – ale jest to powiedzenie nieadekwatne. O ile właściwe używanie czasu może w efekcie dać nam pieniądze, o tyle żadne pieniądze nie przywrócą nam zmarnowanego czasu.

Co to jest zarządzanie czasem?

Definicje, z jakimi możesz się spotkać:

- Codzienny sposób działania, którego celem jest efektywne wykorzystanie czasu: ustalenie planu działań, harmonogramów, list zadań do wykonania, które pomagają zorganizować pracę w taki sposób, aby była jak najbardziej efektywna i zajęła optymalną ilość czasu,
- Proces planowania celów i wykonywania zadań tak, aby działać skutecznie, krok po kroku,
- Systematyczne planowanie i realizowanie zadań tak, aby osiągać cele w wyznaczonym czasie.

Prawdą jest, że mamy czas na to, aby robić w życiu to, co dla nas najważniejsze. Dobre zarządzanie czasem to umiejętność określenia, co jest dla mnie w danym momencie, w danej sytuacji najważniejsze oraz określenie działań idących w kierunku tego celu.

Zarządzanie czasem nie oznacza, że nieustannie trzeba coś robić, być człowiekiem stale zapracowanym. Oznacza takie gospodarowa-

nie czasem, który mamy, aby osiągnąć to, co dla nas ważne. To, co ważne to także marzenia, chwile przeznaczone na rozmyślania, czasem też momenty relaksu i „nicnierobienia”.

Masz ograniczoną ilość czasu, więc ważne jest, aby Twoje działania (czyli to, na co przeznaczasz ten czas) prowadziły Cię do osiągnięcia Twoich celów. Tym właśnie jest dobre zarządzanie czasem.

Jak wykorzystujesz swój czas?

Każdy z nas ma własny, indywidualny sposób działania i wykorzystywania czasu. Jedni wykorzystują swój czas bardzo efektywnie, czerpią z niego tak dużo, jak tylko się da. Innym osobom czas gdzieś się rozplywa, nie do końca potrafią go kontrolować.

Aby dobrze zarządzać czasem i mieć poczucie satysfakcji z tego, co się robi, warto przyrzeć się, na co w życiu przeznaczamy swój czas, jak nim gospodarujemy. Na które działania, obszary w życiu poświęcasz najwięcej czasu, a na które Ci go brakuje?

Jakie obszary zabierają Ci go więcej, niż powinny? Co kradnie Twój czas?

Są to tzw. „złodzieje czasu”. To nawyki, działania, sytuacje, które odwracają Twoją uwagę od rzeczy ważnych i tym samym obniżają Twoją efektywność. Na przykład długotrwałe oglądanie telewizji, portale internetowe i społecznościowe, korki uliczne, kolejki.

Nie zawsze mamy możliwość porażenia sobie ze złodziejem czasu. O ile możesz ograniczyć czas spędzany przed komputerem, tak nie-

stety niewielki masz wpływ na korki w mieście.

Masz jednak wpływ na to, co zrobisz, stojąc w tym korku! Możesz po prostu stać i denerwować się, a możesz choćby przeczytać książkę, ciekawą gazetę, przygotować się w myślach do testu na kolejny dzień w szkole.

Istnieją dwa rodzaje „złodziei czasu” – czynniki zewnętrzne i wewnętrzne⁷.

1. Zewnętrzne – są to czynniki wokół Ciebie, które zabierają zbyt dużo czasu i na które nie zawsze masz wpływ. Przykłady:
 - niespodziewane spotkania i rozmowy (np. niespodziewani goście, telefony od znajomych)
 - szukanie i porządkowanie informacji lub rzeczy
 - korki uliczne
 - kolejki
2. Wewnętrzne – wiążą się ze sposobem, w jakim zarządzasz swoim czasem. Poniżej znajdziesz kilka przykładów zewnętrznych i wewnętrznych „złodziei czasu”.

Przykłady:

- odkładanie spraw na później
- brak asertywności (nieumiejętność odmawiania)
- niezdecydowanie
- nierealistyczne planowanie działań w czasie
- niechęć do komunikowania się z innymi

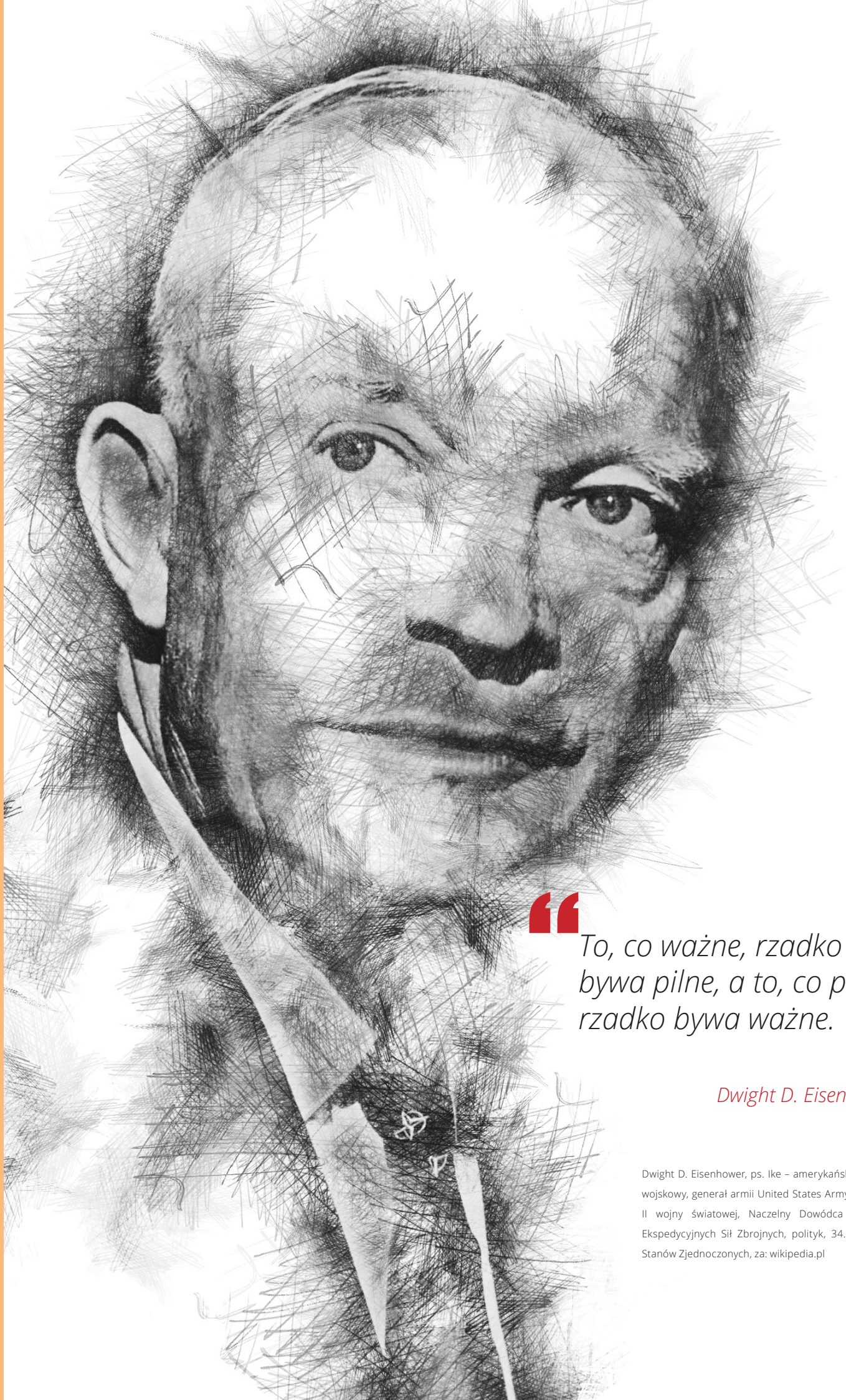
⁷ A. Nowakowska „Zeszyt ćwiczeń

Zarządzanie czasem, warsztaty marzec 2017,

Uczę się zarządzać swoją karierą”

Mój najpoważniejszy „złodziej czasu”/„przeszkadzacz” to (uzupełnij):





“

*To, co ważne, rzadko
bywa pilne, a to, co pilne,
rzadko bywa ważne.*

Dwight D. Eisenhower

Dwight D. Eisenhower, ps. Ike – amerykański dowódca wojskowy, generał armii United States Army, uczestnik II wojny światowej, Naczelny Dowódca Alianckich Ekspedycyjnych Sił Zbrojnych, polityk, 34. prezydent Stanów Zjednoczonych, za: wikipedia.pl

Jedną z technik przydatnych do lepszego organizowania swoich działań i zarządzania czasem jest tzw. Macierz Eisenhowera.

Jak z niej korzystać?

Często zbyt wiele spraw traktujemy jako pilne, podczas gdy powinniśmy zajmować się ważnymi. Jak rozpoznać, które sprawy są ważne?

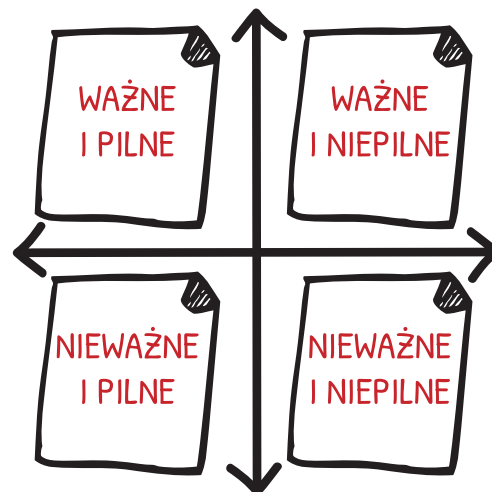
To zadanie istotne z punktu widzenia naszych obowiązków, ale też naszych wartości i celów osobistych. Dla każdego z nas inne sprawy będą tymi najważniejszymi.

Pomyśl, jakie cele są dla Ciebie obecnie najważniejsze?

Które z nich najlepiej byłoby zrealizować w pierwszej kolejności (są pilniejsze, niż pozostałe)?

Eisenhower stworzył matrycę, która pozwala lepiej rozplanować swoje działania w czasie. Podzielił zadania na:

1. ważne i pilne
2. ważne i niepilne
3. nieważne i pilne
4. nieważne i niepilne



Pierwsza część tablicy czasu – zadania ważne i pilne – dotyczy czynności, które musimy wykonać przed innymi.

Zbliża się czas ich ukończenia. Jednocześnie zaniechanie lub odłożenie na dalszy plan miałyby negatywne konsekwencje. Umieszczamy tu nagłe przypadki, ważne polecenia, mijające terminy. Gdy jest ich zbyt dużo, rozpoczyna się zarządzanie kryzysem. Wtedy zwykle do poprawnego załatwienia takich spraw potrzebna będzie pomoc lub... więcej czasu – którego nie mamy! Wypełnienie tej części dużą ilością zadań to nie-najlepsza metoda planowania własnego czasu... zdecydowanie lepiej będzie, jeśli wpiszesz tutaj zadania rzeczywiście pilne i ważne z punktu widzenia Twoich celów i zadań.

Część z ważnych zadań można przewidzieć wcześniej i przydzielić im odpowiedni termin.

Do takich spraw należy np. wizyta u stomatologa, kupno książki, co do której wiemy, że i tak w przyszłości będzie Ci potrzebna. Wcześniejsze wyznaczenie terminu uchroni Cię później przed szuka-

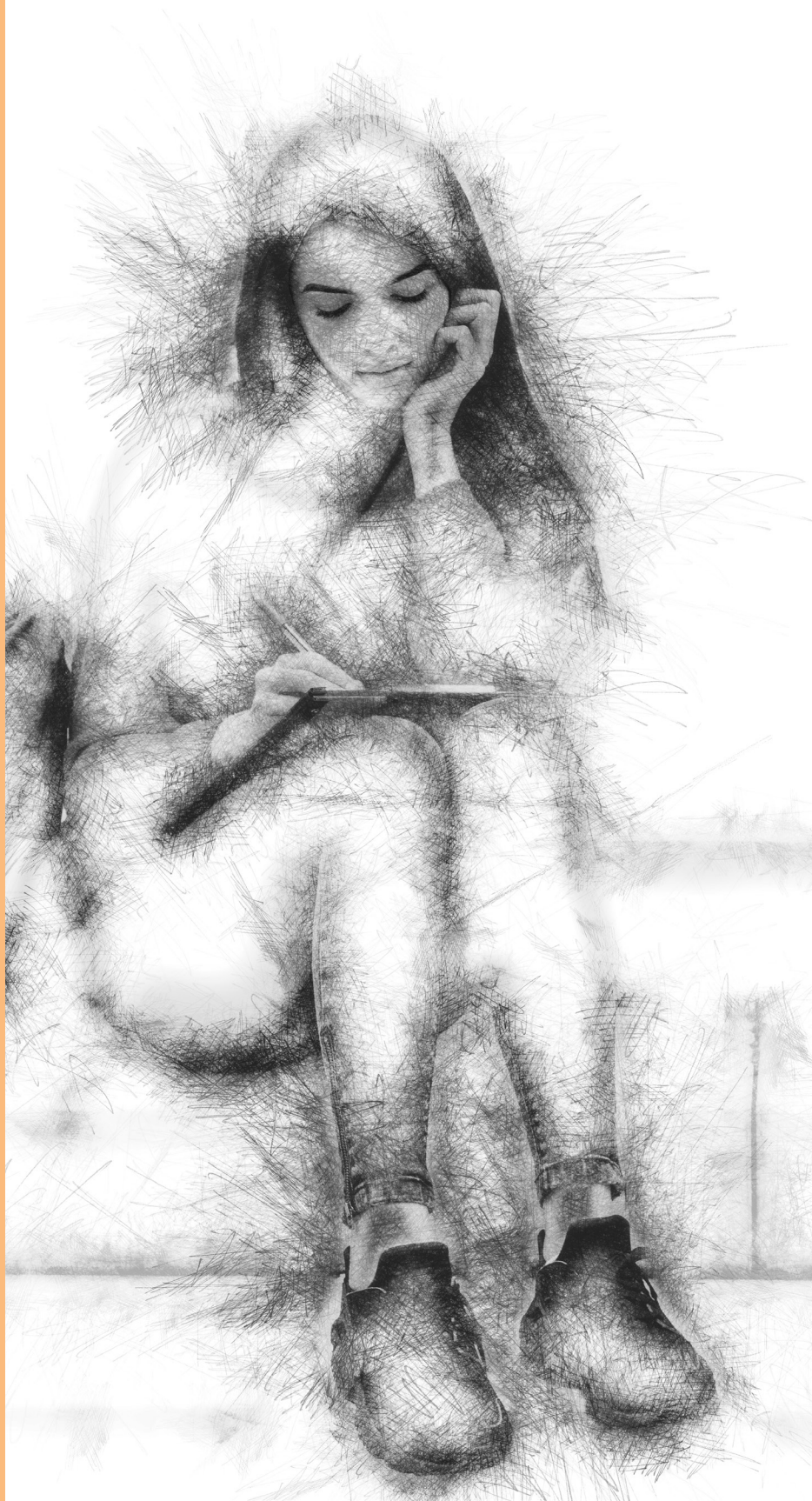
niem wolnych miejsc u dentysty, staniem w kolejkach po książkę lub czekaniem na jej zamówienie.

W części „zadania ważne i niepilne” warto umieszczać jak najwięcej istotnych spraw. Zalicza się do nich wszelkiego rodzaju przygotowania, działania wyprzedzające, naukę, jak również nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów z ludźmi, spotkania, wyjazdy, wypoczynek. Kiedy przyjdzie na nie pora, będziesz mógł/mogła poświęcić im należną porcję czasu i w pełni czerpać satysfakcję. W tej części znajdują się zarówno obowiązki szkolne, zawodowe, jak i osobiste. Brak presji czasu spowoduje, że podział pomiędzy te sfery będzie bardziej harmonijny.

Trzecią część tablicy czasu zajmują zdarzenia, które są pilne, lecz nieważne. To wiele zadań rutynowych, które nie ucierpią, gdy lekko się opóźnią – niektóre maile, telefony. Zadziwiająco, jak wiele spraw kwalifikuje się do tej części! Zauważ jednak, że zajmują dopiero trzecią pozycję w tablicy czasu. W czasie wolnym od szkoły czy pracy, zaplanowany odpoczynek lub

rozmowa są ważniejsze od wielu rutynowych działań dnia codziennego. Ważne, aby podjąć starania służące redukowaniu tej części tablicy czasu. Można to zrobić na przykład poprzez zautomatyzowanie pewnych działań (regularne opłaty, automatyczne powiadomienia), załatwianiu spraw przez Internet, kiedy to możliwe (zakupy, urzędy). Ważne jest bowiem, aby jak najmniej czasu tracić na rzeczy mniej istotne, które po prostu trzeba zrobić. Często zdarza się, że wiele czasu spędzamy w ćwiartce trzeciej myśląc, że realizujemy zadania z ćwiartki pierwszej.

Czwarta część tablicy czasu – zadania nieważne i niepilne – mieści w sobie sprawy, które nie mają konkretnego, ustalonego terminu, a przy tym – prawdę mówiąc – są mało ważne lub nieważne z punktu widzenia naszych celów, potrzeb i obowiązków. Można by zapytać – skoro są nieważne, po co je zapisywać? Zapisanie pozwoli Ci je „zobaczyć”, pamiętać o tym, że są. Unikniesz tym samym napięcia związanego z pamiętaniem o wielu różnych, mało istotnych



drobiazgach. Zadania z czwartej ćwiartki to często „złodzieje czasu” np. dojazdy, niepotrzebne maile, automatyczne sprawdzanie informacji na portalach internetowych, w tym portalach społecznościowych.

Warto przez pewien czas (1–2 tygodnie) spisywać wszystkie drobne, codzienne działania, jakimi się zajmujesz. Pozwoli Ci to zauważyć, czy zadania te są rzeczywiście istotne. Zapewne część z nich można będzie umieścić w czwartej części matrycy czasu. Będą to te działania, które odrywają Cię od głównego zajęcia, choć czasem wydawać by się mogło, że się z nim łączą.

Pamiętaj jednak, że to one nazwane zostały złodziejami czasu – odbierają Ci cenne chwile, które mógłbyś/mogłabyś wykorzystać efektywniej, z większym pożytkiem dla siebie.

W osiągnięciu celów życiowych czas może być Twoim najpotężniejszym orężem. Jeśli precyzyjnie określiłeś swoje plany życiowe, jeśli dokładnie rozpisałeś je na konkretne zadania, okaże się, że za Tobą już jest ogromna praca, a przed Tobą wszystko.

TEST 7 KLUCZOWYCH PYTAŃ DOTYCZĄCYCH REALIZACJI ZADAŃ⁸

Zachowaj ten test i raz na tydzień odpowiadaj na pytania.

Czy jasno określiłeś swoje cele życiowe?

TAK NIE

Czy je zapisałeś?

TAK NIE

Czy określiłeś zbiór celów na najbliższy rok?

TAK NIE

Czy dzisiaj wykonałeś już coś, co przybliży Cię do realizacji Twoich własnych rocznych lub długotrwałych celów życiowych?

TAK NIE

Czy dokładnie wiesz, co chcesz osiągnąć w tym tygodniu – w pracy, w domu, w szkole itp.?

TAK NIE

Czy świadomie tak kierujesz czasem, abyś był w stanie ukończyć czynności zaplanowane na dany dzień?

TAK NIE

Czy konstruktywnie wykorzystujesz swój czas – czas dojazdu, czas w kolejce, czas wolny?

TAK NIE

Tylko same odpowiedzi TAK dają Ci pewność sukcesu – 7 x tak!

⁸ M. Adamiec, B. Kożusznik „Sztuka zarządzania sobą”, PWE, warszawa 2001

III ETAP PLANOWANIA

ZOSTAŃ ARCHITEKTEM SWOJEJ KARIERY

– KONKRETNY PLAN DZIAŁANIA I SPOSÓB JEGO REALIZACJI

III etap planowania kariery został podzielony na dwie części:

1. Formułowanie celów i planów

- (a)** Jak chcesz je osiągnąć?
- (b)** Jakie masz plany działania?
- (c)** Jakie strategie będą najlepsze?
- (d)** Jakie decyzje musisz podjąć teraz?

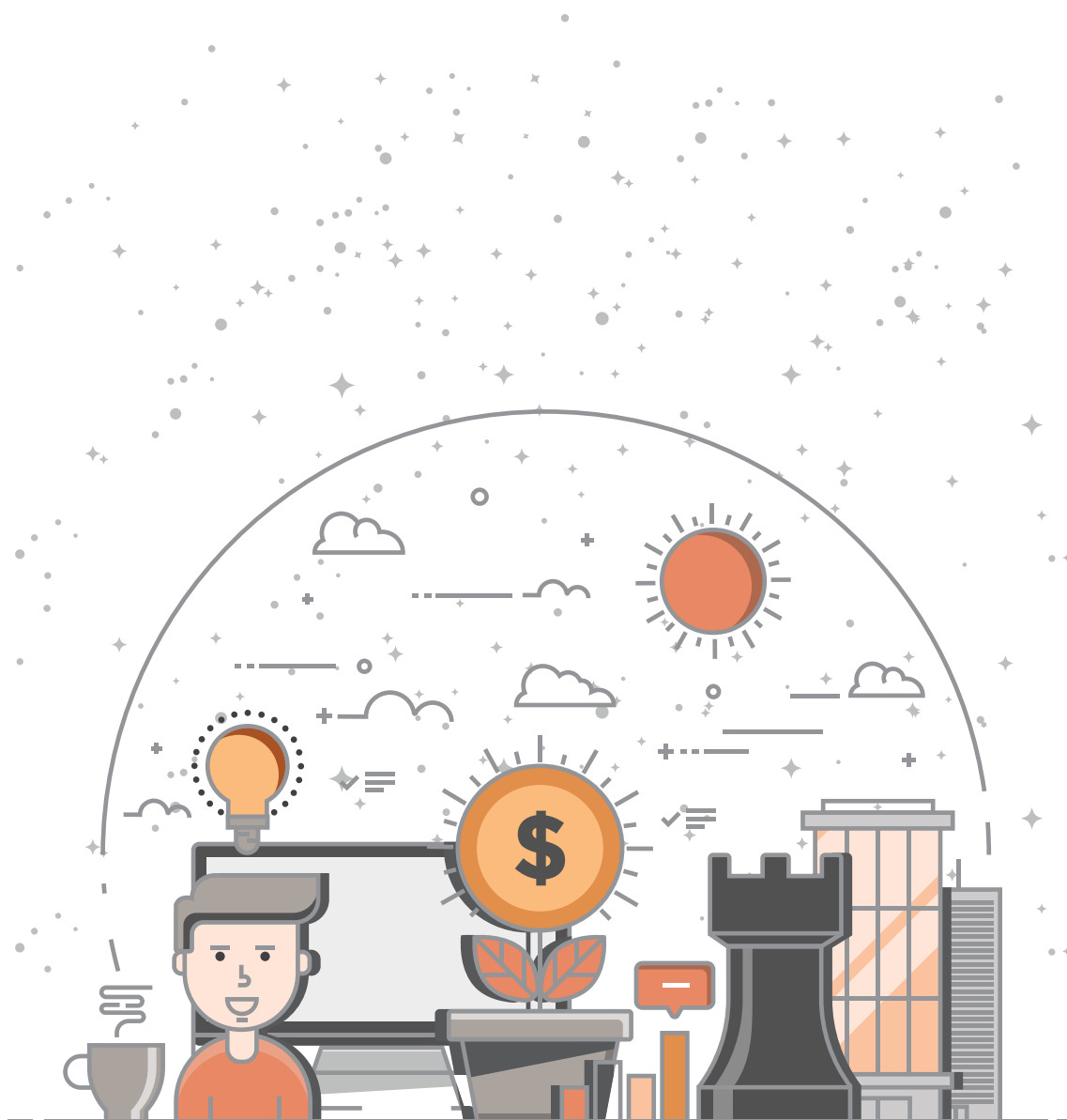
2. Realizacja

- (a)** Kiedy zaczynasz i jak?
- (b)** Jak kontrolować plan, aby określać osiągnięte postępy? Co, w jaki sposób, kiedy?



FORMUŁOWANIE CELÓW I ZADAŃ

REALISTYCZNE PORÓWNYWANIE SYTUACJI OBECNEJ Z ZAKŁADANYM PRZEZ CIEBIE SCENARIUSZEM KARIERY POMOŻE CI W SFORMUŁOWANIU POTRZEB, OCZEKIWAŃ I SPOSOBÓW DZIAŁANIA, MAJĄCYCH DOPROWADZIĆ DO WYTYCZONEGO CELU.



W JAKI SPOSÓB MOŻESZ DOJŚĆ DO CELU? JAKIE SĄ TWOJE POTRZEBY? (uzupełnij)

Doświadczenia zawodowe – Wymień dodatkowe umiejętności zawodowe, które powinieneś zdobyć. Przykładowo: obecnie brakuje Ci doświadczenia w obsłudze klienta – w takim przypadku Twoje potrzeby i cele mogłyby wyglądać następująco:

Twój cel	Potrzeba
a) np.: Umiejętność obsługi klienta	nowe doświadczenie obsługi klienta
b)	
c)	
d)	

Wykształcenie/szkolenia – Wymień swoje potrzeby rozwojowe, które określiłeś na str. 23. Przypuśćmy, że Twoim celem jest stać się człowiekiem skutecznie rozwiązującym problemy własne i firmy, ale brakuje Ci podstawowych umiejętności diagnozowania oraz uważnego słuchania. W takim przypadku Twój cel i potrzeba wyglądałyby następująco:

Twój cel	Potrzeba
a) np.: stanie się osobą kompetentną w rozwiązywaniu problemów	nabywanie umiejętności słuchania i diagnozowania
b)	
c)	
d)	

JAKIE MASZ PLANY DZIAŁANIA?

W JAKI SPOSÓB ZASPOKOISZ SFORMUŁOWANE WCZEŚNIEJ POTRZEBY?

(uzupełnij)

Doświadczenia zawodowe – Zakładamy, że ustaliłeś, że potrzebne Ci jest zdobycie doświadczenia w obsłudze klienta (patrz str.50). Jednym ze sposobów osiągnięcia tego jest znalezienie i zakup książek, ebooków lub udział w szkoleniu z tego zakresu. W tym przypadku Twój cel i potrzeba wyglądałyby następująco:

Twój cel	Sposoby zaspokajania potrzeb
a) np.: umiejętności obsługi klienta	Zapisanie się na kurs on-line: „Sztuka obsługi klienta”, zakup i przeczytanie książek, odbycie stażu w dowolnym sklepie.
b)	
c)	
d)	

Wykształcenie/szkolenie – Zobaczymy, co ustaliłeś w poprzedniej części.

Przypuśćmy, że celem wyznaczonym przez Ciebie w poprzedniej części jest zdobycie większych kompetencji w rozwiązywaniu problemów. Konkretnie umiejętności niezbędne przy realizacji tego celu to uważne słuchanie i diagnozowanie. Istnieje kilka sposobów nabycia takiej umiejętności. Może to być np. przeczytanie książki o technikach i procesach rozwiązywania problemów. Taka lektura może stać się okazją do zdobycia dodatkowej wiedzy. Możesz również wybrać jakiś program rozwoju i doskonalenia wewnętrznego proponowany przez przyjaciół, organizacje oświatowe lub instytuty kształcenia kadry menedżerskiej.

Twój cel	Sposoby zaspokajania potrzeb
a) np.: zdobycie umiejętności rozwiązywania problemów	zapisać się na kurs w ABC Uniwersytet, zdobyć certyfikat, uprawnienia
b)	
c)	
d)	

TWOJA NAJLEPSZA STRATEGIA (uzupełnij)

Która strategia jest najlepsza dla zaspokojenia Twoich potrzeb?
Korzystając ze skali od 1 do 5 uszereguj cele wyznaczone w tabeli ze strony 51, według skali ich ważności.

Potrzebne doświadczenia zawodowe (Twój cel – str. 51)

1.

.....

2.

.....

3.

.....

4.

.....

Potrzebne szkolenia (Twój cel – str. 51)

1.

.....

2.

.....

3.

.....

4.

.....

JAKIE DECYZJE MUSISZ PODJĄĆ TERAZ? (uzupełnij)

(1) Cele krótkoterminowe – jednoroczne:

a)

.....

b)

.....

c)

.....

(2) Cele długoterminowe (2 do 5 lat):

a)

.....

b)

.....

c)

.....

(3) Potrzeby finansowe:

Ile pieniędzy potrzebujesz, aby zrealizować wyliczone powyżej cele?

Oceń ponownie swoją sytuację finansową (str. od 21 do 23) oraz określ, na ile wystarczą Ci własne źródła finansowe. Jeśli są one zbyt skromne – zastanów się, gdzie możesz otrzymać brakujące fundusze (pożyczki, wsparcie rodziny, sprzedaż majątku itp.)?

Cele krótkoterminowe

a)

b)

c)

Cele długoterminowe

a)

b)

c)

Warto wiedzieć, że istnieje wiele organizacji i instytucji, które pomagają początkującym w momencie startu na zawodowej i biznesowej ścieżce kariery.

W początkowej fazie budowania własnej drogi zawodowej pomocni mogą okazać się także ci, którzy oferują know-how (pochodzący z języka angielskiego know – „wiedzieć”, how – „jak” - termin określający konkretną wiedzę techniczną z danej dziedziny, umiejętność wykonania lub wyprodukowania czegoś, kompetencję, biegłość), darmowe licencje, wiedzę, miejsce na biuro, możliwość kontaktu z innymi.

W tym sensie przyjazne otoczenie stanowią:

- Inkubatory Przedsiębiorczości,
- Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości
- Krajowy System Usług
- Powiatowy Urząd Pracy
- Fundusze venture capital
- Anioły Biznesu
- Coworking
- Crowdfunding
- Fundacje, stowarzyszenia i organizacje pozarządowe, np. Akademia Liderów Innowacji i Przedsiębiorczości

2

REALIZACJA

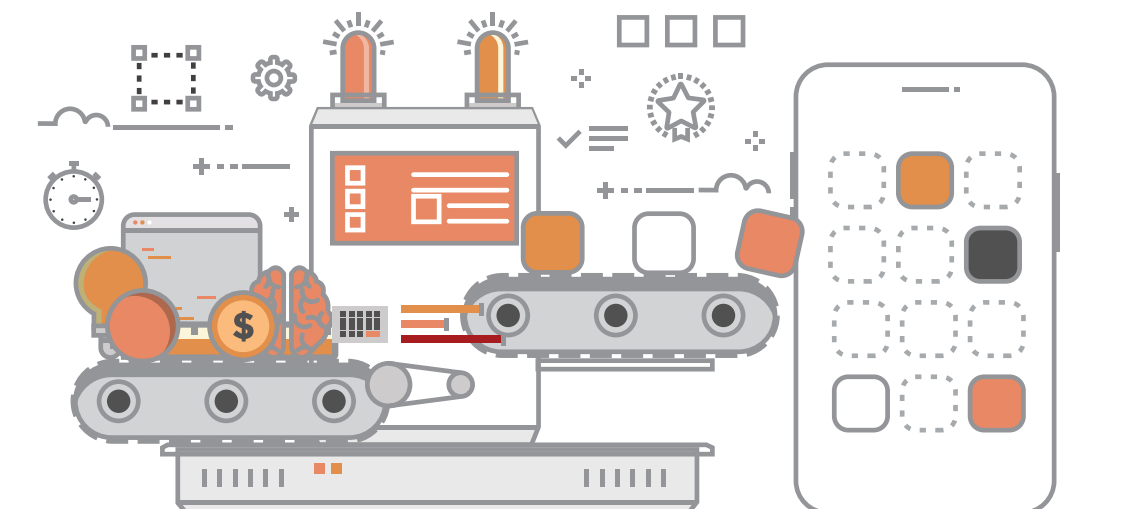
KIEDY ZACZYNASZ? CO I W JAKI SPOSÓB? (uzupełnij)

Aby określić własne cele, powróć na str. 23 – do części, w której ustaliłeś i oceniłeś swoje potrzeby. Wymień je poniżej, w kolumnie celów.

Informacje, których potrzebujesz do ustalenia metod realizacji, znajdziesz na str. 51 – w części „Sposoby zaspokojenia potrzeb”.

Teraz musisz zdecydować o datach rozpoczęcia i realizacji tych celów.

Cele	Metoda realizacji	Data rozpoczęcia
1.		
2.		
3.		
4.		



JAK KONTROLOWAĆ PLAN, ABY OKREŚLIĆ OSIĄGNIĘTY POSTĘP?

CO, W JAKI SPOSÓB, KIEDY? (uzupełnij)

Planowanie biznesu i kariery nie jest wydarzeniem jednorazowym – jako proces ciągły wymaga mechanizmu, który pozwala – od czasu do czasu – oszacować stopień realizacji celów. Tak więc, już na etapie planowania, należy przewidzieć wewnętrzny mechanizm kontroly.

Cel/Zadanie	Daty pośrednie i ostateczna	Okresowe dane kontrolne
1.		
2.		
3.		
4.		

Okresowe dane kontrolne – to Twoja ocena stopnia realizacji celu lub zadania. W tej kolumnie zapisz, jak blisko jesteś osiągnięcia celu.

Co zrobić, jeśli nie udało się zrealizować jakiejś części planu?

Masz następujące możliwości:

- Wróć do str. 38 „Etap II – Przyszłość” i zmodyfikuj ustalone tam cele i daty ich osiągnięcia.
- Ustal nowe, zrewidowane daty, a następnie dokonaj niezbędnych poprawek na dalszych stronach.
- Skoryguj zaplanowane czynności.



Z WYKŁADU BILLA GATES'A :

Bezstresowe nauczanie stworzyło pokolenie dzieciaków bez koncepcji na rzeczywistość i naraża je na porażkę w realnym świecie.

11 istotnych rzeczy, których nie nauczysz się w szkole⁹:

- Zasada nr1.** Życie jest niesprawiedliwe – przyzwyczaj się do tego!
- Zasada nr2.** Świat nie dba o Twoją samoocenę. Będzie wymagać od Ciebie, abys coś osiągnął ZANIM poczujesz się dobrze z samym sobą.
- Zasada nr3.** NIE BĘDZIESZ zarabiał kroci zaraz po skończeniu liceum czy technikum. Nie będziesz też prezesem z samochodem i telefonem komórkowym dopóki na nie nie zapracujesz.
- Zasada nr4.** Jeżeli uważasz, że Twój nauczyciel jest wymagający, zaczekaj aż będziesz miał szefa.
- Zasada nr5.** Praca na kuchni albo na zmywaku nie jest poniżej Twojej godności. Twoi dziadkowie na takie zajęcie mieli inne określenie, mówili na to SZANSA.
- Zasada nr6.** Jeżeli narozrabiasz – to nie jest to wina Twoich rodziców, więc nie rozczulaj się nad swoimi błędami tylko się na nich UCZ.
- Zasada nr7.** Zanim się urodziłeś, Twoi rodzice nie byli tacy nudni, jacy wydają Ci się być. Stali się tacy, bo muszą płacić Twoje rachunki, sprzątać i prac Twoje rzeczy i słuchać, jaki super uważasz, że jesteś. Zanim, nim uratujesz las deszczowy od pestycydów pokolenia Twoich rodziców, zajmij się posprzątaniem swojego własnego pokoju.
- Zasada nr8.** Twoja szkoła może wyeliminowała zwycięzców i pokonanych, ale życie nie! W niektórych szkołach przestano oceniać uczniów negatywnie i daje się im tyle możliwości poprawek, ile tylko potrzebują. To ma się NIJAK DO TEGO WSZYSTKIEGO, CO SPOTYKA CIĘ W ŻYCIU!.
- Zasada nr9.** Życie nie jest podzielone na semestry. W życiu nie masz wolnych dwóch miesięcy każdego lata i niewielu pracodawców zainteresowanych jest pomaganiem Ci w ODNAJDYWANIU SIEBIE. Zajmij się tym samemu.
- Zasada nr10.** Telewizja i Internet to nie jest prawdziwe życie. W prawdziwym życiu trzeba w pewnym momencie wyjść z kafejki i iść do pracy.
- Zasada nr11.** Bądźcie mili dla szkolnych kujonów – może się zdarzyć, że będziecie musieli dla jakiegoś pracować.

JEŻELI SIĘ Z TYM ZGADZASZ – PODAJ DALEJ.

JEŻELI UMIESZ TO PRZECZYTAĆ – PODZIĘKUJ NAUCZYCIELOWI

⁹ <http://www.competitiveskills.pl/> Bill Gates upowszechnił te zasady publicznie na jednym ze swoich wykładów dla młodzieży. Natomiast autorem tego tekstu jest Charles J. Sykes. Oryginalny tytuł to "Some rules kids won't learn in school" (Kilka reguł, których dzieci nie uczą się w szkole" – a zasad pierwotnie było 14.

Serwis internetowy **Mikroporady.pl** dostarcza bezpłatnego wsparcia na każdym etapie działalności gospodarczej, od podjęcia decyzji o prowadzeniu działalności gospodarczej aż do zamknięcia, przekształcenia lub zawieszenia.

Zawartość Serwisu ma różne powiązania: wzory dokumentów do pobrania, edytowania i samodzielnego dostawienia do własnych potrzeb (umowy i regulaminy w wielu wariantach i wersjach) są powiązane z rekomendacjami, poradami i instrukcjami.

Wzory dokumentów (Umowy i Regulaminy) oraz rekomendacje, porady i instrukcje można znaleźć zarówno w etapach działalności firmy, jak też są przypisane merytorycznie do kategorii: zatrudnianie, zarządzanie, administracja, podatki i rachunkowość, promocja i reklama IT, prowadzenie działalności.

MIKROPORADY.PL TO:



ponad 1440

uwag, komentarzy prawnych, orzeczeń i wyjaśnień związanych z zamieszczonymi dokumentami



ponad 240

wzorów dokumentów w wielu wariantach do natychmiastowego pobrania



ponad 400

rekomendacji, porad i instrukcji przygotowanych przez ekspertów z dziedziny prawa, zarządzania, marketingu i innych, uwzględniających specyfikę prowadzenia małej firmy



ponad 300

wyjaśnień pojęć i definicji zawartych w poradach, instrukcjach, wzorach dokumentów



prawie 65

kazusów obrazujących „przykłady z życia” na podstawie orzeczeń SN i NSA w sprawach gospodarczych dotyczących mikrofirm



ponad 180

udzielonych przez E-Punkt Konsultacyjny porad dotyczących realnych problemów, na jakie trafiają nasi użytkownicy

BIBLIOGRAFIA

Adamiec M., Kożusznik B., Sztuka zarządzania sobą, PWE, Warszawa 2001

Egan, G. Change Agent Skills in Helping and Human-Service Settings. Monterey, California: Brooks/Cole, 1985.

Eliot J., Kompas sukcesu, Tygodnik Wprost nr 115

The Skilled Helper: A Model for Systematic Helping and Interpersonal Relating. Monterey, California: Brooks/Cole, 1986.

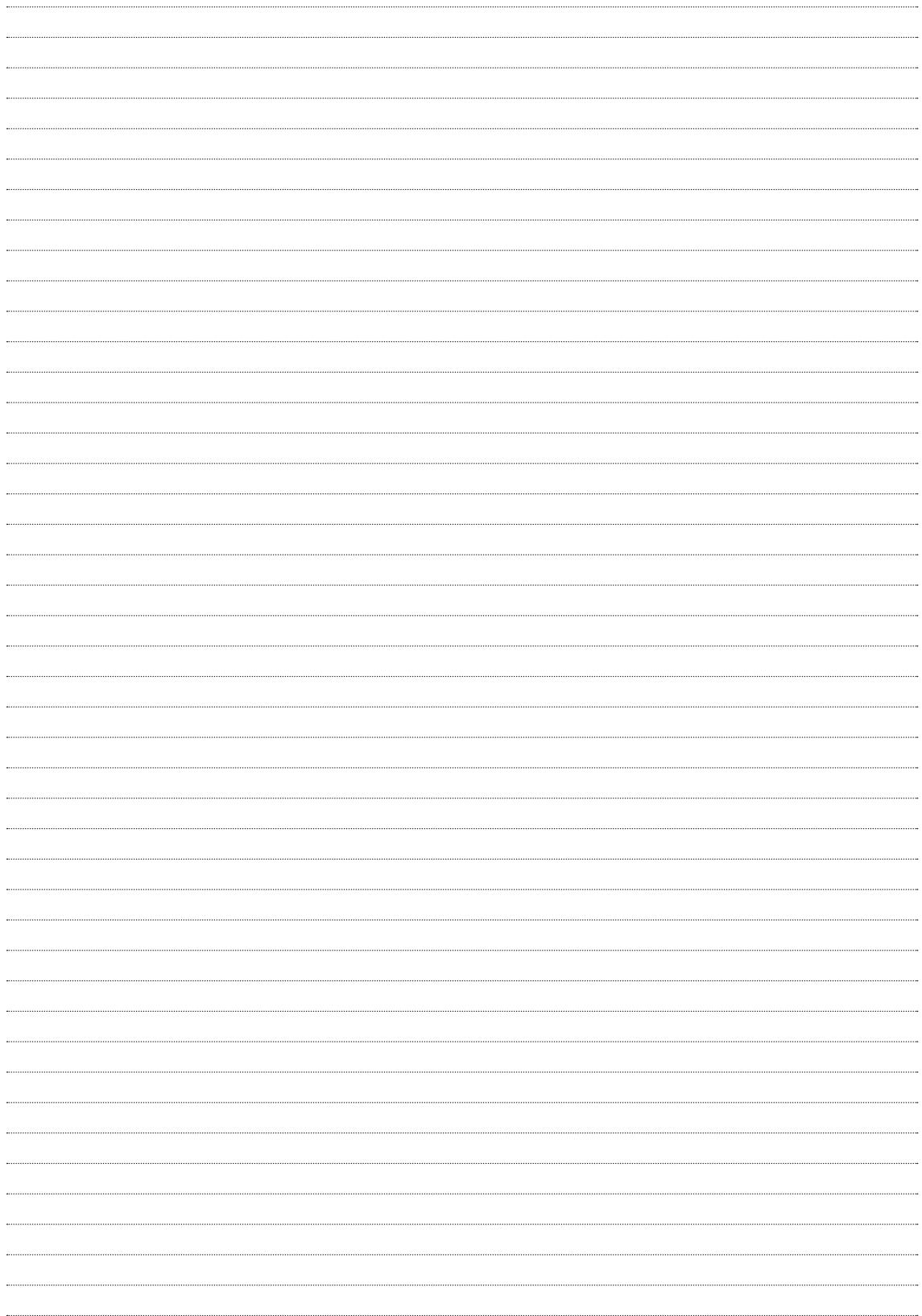
Emhart Corporation. Emhart Strategic Planning Work Guide. Farmington, Connecticut: . Corporations, 1981.

Kotler P., Keller K.L., A framework for marketing management. Pearson Prentice Hall, New Jersey 2009

Lippitt, G., and R. Lippitt. The Consulting Process in Action. San Diego, California: University Associates, 1978.

Nowakowska A., Zeszyt ćwiczeń Zarządzanie czasem, warsztaty marzec 2017, Uczę się zarządzać swoją karierą, Akademia Liderów Innowacji i Przedsiębiorczości Fundacja dr B. Federa,

Trzeciak W., Planuję swoją przyszłość zawodową, w: Moja przyszłość zawodowa, ZDZ, Warszawa 2000,



*Obecnie nawet ludzie o bardzo skromnych
zdolnościach będą musieli nauczyć się
zarządzać sobą.*

Peter Drucker





ISBN 978-83-947246-2-7



Pomóż nam działać szybciej
Zapamiętaj nr KRS 0000318482

www.Wiedza3G.pl
www.Mikroporady.pl
 [mikroporady](https://www.facebook.com/mikroporady)