



Co-funded by  
the European Union

# ONA IMA POSLO

PRIRUČNIK

OD NASTAVNIKA ZA NASTAVNIKE



She's Got a Biz



**FEMUR**  
Federación Española  
de la Mujer Rural

### **Одрицање одговорности**

Финансирано од стране Европске уније. Ставови и мишљења изражени у овом документу су ставови и мишљења аутора и не одражавају нужно ставове Европске уније или Националне агенције. Ни Европска унија ни Национална агенција не могу бити одговорне за њих.

© FEMUR

C/ Cañada de Buitrago, 1  
40353 Hontalbilla (Segovia)  
Tel. 921 123 010  
administracion@femur.es

Partneri:

- Srednja škola Sveti Trifun (Aleksandrovac, Srbija).
- IIS Gobetti Marchesini-Casale-Arduino (Turín, Italija).
- Varenos Ryto Progimnazija (Varènos r. sav., Litvanija).
- Liceul Tehnologic Clisura Dunarii (Moldova Noua, Rumunija).

# SADRŽAJ

## Uvod

### **1. Priprema i inspiracija**

Saveti za uvođenje preduzetništva u učionicu, aktivnosti za upoznavanje i motivacione aktivnosti.

### **2. Obuka i jačanje kapaciteta za nastavnike**

Kako koristiti FEMUR vodič; primeri planova časova; ključne kompetencije za nastavnike koji rade u preduzetničkom obrazovanju.

### **3. Kreiranje mentorskog programa**

Kako upariti mentore i učenike; šabloni za sesije, ciljeve i refleksiju; praktični alati za mentorstvo kao što su sporazumi, listovi napretka i dnevnic.

### **4. Radionice za učenike**

Ideje za radionice, spremne za upotrebu, koje su uspešno implementirale partnerske škole.



## **5. Organizovanje lokalnog sajma preduzetništva**

Smernice za planiranje završnog učeničkog događaja, uloge nastavnika i učenika, kriterijumi bodovanja i ideje za komunikaciju kako bi događaj bio vidljiv i inspirativan.

## **6. Najbolje prakse i poslovne ideje**

Izbor najboljih učeničkih poslovnih ideja razvijenih u Srbiji, Italiji, Rumuniji i Litvaniji.

## **7. Intervjui i citati**

Kratke izjave nastavnika i učenika o njihovom putu učenja.

## **8. Saveti za rodnu ravnopravnost i inkluziju**

Praktični materijali spremni za upotrebu ili adaptaciju.

## **9. Održivost i nastavak rada**

Ideje za nastavak rada na nivou škole: preduzetnički klubovi, mentori bivši učenici, lokalna partnerstva i veze sa resursima EU kao što su EntreComp i Platforma EU za žene preduzetnice.

## **Prilozi**





## UVOD

Ovaj priručnik je rezultat projekta „Ona ima posao – Osnaživanje žena preduzetnica iz ruralnih područja u obrazovanju“ i praktičnog rada koji su sproveli nastavnici iz Srbije, Italije, Rumunije i Litvanije. Tokom prošle godine, ovi nastavnici su sproveli u delo veštine i znanje koje su stekli tokom obuke održane u Hontabilji, u Španiji, u organizaciji FEMUR-a. Obuka je bila zasnovana na vodiču koji je FEMUR prethodno razvio u okviru projekta „Razvoj vodiča „Ona ima posao“ za nastavnike iz ruralnih područja o praktičnim preduzetničkim veštinama“.

Vodič i obuka ponudili su temeljan uvod u preduzetničko obrazovanje i njegov značaj u podsticanju inovacija i samostalnosti u ruralnim zajednicama. Nastavnici su istraživali kako da identifikuju lokalne preduzetničke mogućnosti, kako da integrišu preduzetništvo u postojeće školske programe i kako da učenice podučavaju praktičnim poslovnim veštinama kroz praktične, angažovane i inkluzivne metode. Obuka je takođe podstakla nastavnike da promovišu rodnu ravnopravnost, osporavaju stereotipe i grade značajne veze sa lokalnim preduzećima i akterima zajednice.

Po povratku u svoje škole, 16 nastavnica učesnica podelilo je ono što su naučile sa kolegama i počelo je blisku saradnju sa svojim učenicima. Svaka škola je pokrenula program mentorstva za žene u biznisu, gde su nastavnice vodile učenice kroz proces oblikovanja ideja, jačanja veština i sticanja samopouzdanja. Ova mentorstva dovela su do organizovanja lokalnih preduzetničkih izazova, gde su učenice predstavljale svoje poslovne ideje i takmičile se za najbolji projekat. Svaka škola je izabrala pobjednika, a ove pobjedničke ideje biće predstavljene i na završnoj konferenciji projekta i u ovom priručniku.

Iz tog razloga, ovaj priručnik nije zasnovan samo na teoriji. Izgrađen je na stvarnim iskustvima, radionicama, mentorskim sesijama i praksi u učionici koje su održane u četiri partnerske zemlje. Njegova svrha je jednostavna: da ponudi drugim nastavnicima jasan, praktičan put koji mogu da slede ako žele da uvedu preduzetničko obrazovanje za devojčice u svoje škole i zajednice.



Priprema i inspiracija

## Priprema i inspiracija

Uvođenje preduzetništva u učionicu postaje lakše kada učenici mogu da povežu gradivo sa stvarnim životom. Mnoge škole već upoznaju učenike sa primerima ekonomske aktivnosti kroz specijalizovane predmete, lokalne posete ili kontakt sa vlasnicima preduzeća. Davanje prilike učenicima da posmatraju preduzetništvo u stvarnom okruženju jedan je od najefikasnijih načina za podsticanje radoznalosti, kreativnosti i motivacije. Kada mladi vide kako se osnivaju preduzeća, kako ideje rastu i kako se rešavaju izazovi, počinju da preduzetništvo doživljavaju kao praktičan i ostvariv put.

Još jedan moćan način da se inspirišu učenici jeste kroz stvarne priče. Predstavljanje primera uspešnih preduzetnika, posebno žena, pomaže u razbijanju rodnih stereotipa, podstiče ravnopravno učešće i omogućava učenicima da se identifikuju sa autentičnim iskustvima. Priče o lokalnim preduzetnicima, malim porodičnim firmama, zanatlijama, proizvođačima hrane ili kreativnim startupovima čine proces učenja konkretnim i bliskim učenicima. Međunarodni primeri mogu proširiti vidike, pokazujući globalne trendove, inovacije i društvenu vrednost koju mnogi preduzetnici stvaraju. Ove priče pokazuju da uspeh nije linearan, već se gradi kroz istrajnost, fleksibilnost i kontinuirano učenje.

Korišćenje kratkih videa, intervjuva, članaka ili objava na društvenim mrežama stvarnih preduzeća pomaže da se preduzetništvo u učionici prikaže na živ i angažujući način. Nastavnici mogu voditi učenike kroz jednostavna pitanja za razmišljanje, kao što su:

- Koji problem ovo preduzeće rešava?
- Šta je inovativno u onome što rade?
- Da li bi nešto slično moglo da funkcioniše u našoj zajednici?



#### Predložene aktivnosti za upoznavanje i motivaciju

Pre svake radionice nastavnici su koristili aktivnosti za upoznavanje kako bi učenici uspostavili kontakt, posebno kada su grupe dolazile iz različitih razreda ili kada ranije nisu zajedno radili. Ove aktivnosti pomažu u izgradnji poverenja, otvorenosti i saradnje, što je od suštinskog značaja za učenje preduzetništva.

Primeri aktivnosti za upoznavanje koje su korišćene u učionicama:

#### 1. Igra sa zekom

Učenici zamišljaju da drže zeca i izvode jednostavnu radnju. Na kraju, tu radnju ponove sa drugarom iz razreda.

Svrha: razbiti početnu napetost, uspostaviti kontakt i pomoći učenicima da se osećaju prijatnije jedni s drugima.

#### 2. Kako biste "prodali" svog školskog druga?

Igra koja se koristi za uvod u marketing. Učenici kreativno „promovišu“ svog školskog druga ističući njegove pozitivne osobine.

Svrha: pomoći učenicima da na zabavan i pamtljiv način razumeju vrednost, komunikaciju i osnovne principe marketinga.

#### 3. Pronađi svog preduzetničkog blizanca

Svaki učenik dobija karticu na kojoj je opisana neka veština (kreativan, organizovan, tehnički nadaren, umetnički nadaren, zaljubljenik u prirodu). Učenici pronalaze partnera sa sličnim ili komplementarnim veštinama.

Svrha: pokazati značaj različitosti u preduzetničkim timovima i pomoći učenicima da otkriju svoje snage.

#### 4. Jedna reč – posao iz snova

Svaki učenik deli jednu reč koja predstavlja njegov posao iz snova. Ostali pokušavaju da pogode o kojoj profesiji se radi.

Svrha: otvoriti razgovor o aspiracijama i kako preduzetništvo može biti povezano sa ličnim snovima.

#### 5. Šta biste poboljšali u svojoj zajednici?

Učenici brzo izlistavaju stvarne probleme koje primećuju u svom gradu ili selu.

Svrha: usmeriti razmišljanje ka rešavanju problema i postaviti temelje za generisanje ideja.

#### 6. Šetnja ideja

Učenici prave kratku šetnju oko škole ili u blizini, posmatrajući probleme ili prilike.

Svrha: pomoći učenicima da shvate da poslovne ideje često nastaju posmatranjem stvarnih potreba.





## Obuka i jačanje kapaciteta nastavnika

## Obuka i jačanje kapaciteta nastavnika

Kvalitetna priprema nastavnika bila je od suštinskog značaja kako bi se osiguralo da se obrazovanje u oblasti preduzetništva može pouzdano i kreativno sprovoditi u učionici. FEMUR priručnik i obuka poslužili su kao temelj ovog procesa, nudeći strukturisan put kojim nastavnici mogu razviti znanje, veštine i metode potrebne da podrže devojke u istraživanju preduzetništva.

### Korišćenje FEMUR priručnika

FEMUR priručnik je služio kao glavni referentni alat tokom celog projekta. Nastavnici su se oslanjali na njega kako bi razumeli ciljeve programa i odabrali najrelevantnije teme za svaku fazu rada učenika. Pre pripreme radionica ili mentorskih sesija, nastavnici su ponovo čitali odgovarajući modul vezan za temu koju će razvijati, poput generisanja ideja, preduzetništva zasnovanog na zajednici, finansijskog planiranja, marketinga ili promocije.

Priručnik je sveobuhvatan i pruža širok spektar aktivnosti, primera i pedagoških pristupa. U momentima nesigurnosti, nastavnici su se vraćali priručniku kako bi razjasnili ciljeve i odabrali metode koje odgovaraju potrebama njihovih učenika. Obuka u Hontabilji dopunila je ovaj proces, tako što je nastavnicima pružila iskustvo iz prve ruke sa metodologijom vodiča, olakšavajući primenu sadržaja u praksi.



## Ključne kompetencije za nastavnike u preduzetničkom obrazovanju

Sprovođenje preduzetničkog obrazovanja zahteva skup različitih kompetencija. Nastavnici uključeni u projekat ojačali su veštine kao što su:

- Finansijska i ekonomska pismenost – kako bi se podržali učenici u pripremi poslovnih planova, budžeta i strategija određivanja cena.
- Komunikacione i međuljudske veštine – neophodne za motivisanje učenika, pružanje konstruktivnih povratnih informacija i vođenje kroz izazove.
- Kreativnost i rešavanje problema – kako bi se pomoglo učenicima da generišu inovativne ideje i razviju rešenja.
- Digitalne i medijske kompetencije – korisne za nastavu marketinga, promocije na društvenim mrežama i osnovne digitalne komunikacije.
- Inkluzivne metode nastave – posebno važne kako bi se osiguralo da se devojčice osećaju osnaženim da učestvuju i vode.
- Veštine stranih jezika – korisne pri korišćenju međunarodnih materijala ili saradnji sa partnerima.

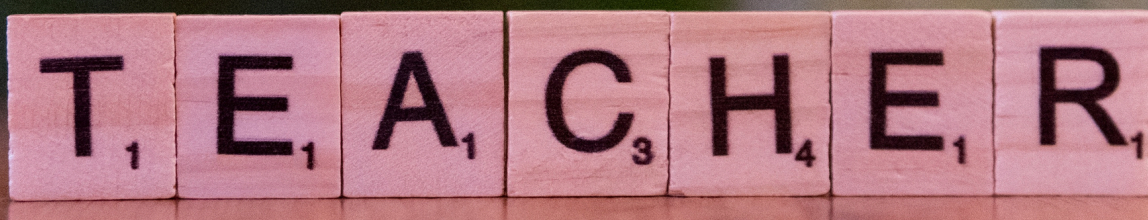
Rad u timu se pokazao posebno efikasnim. Nastavnici su često dopunjavali međusobne snage: jedan je mogao da se ističe u jeziku i komunikaciji, drugi u ekonomiji i finansijskom planiranju, treći u digitalnoj promociji ili generisanju ideja. Ova kombinacija im je omogućila da pokriju sve delove projekta sa samopouzdanom i kvalitetno

## Primena naučenog u školama

Nakon obuke FEMUR-a, nastavnici su ono što su naučili pretočili u interaktivne sesije prilagođene učenicima. Oni su:

- Prilagodili module iz vodiča svom lokalnom kontekstu
- Kreirali jasne, korak-po-korak cikluse preduzetništva za učenike
- Osmislili praktične aktivnosti koje su ideje predstavljale kroz praksu, a ne kroz teoriju
- Koristili pristup „Od nastavnika za nastavnike“, pojednostavljajući koncepte i transformišući ih u zanimljive radionice.

Faza obuke i izgradnje kapaciteta osigurala je da se nastavnici osećaju pripremljeno, podržano i inspirisano i spremno da vode svoje učenike kroz preduzetničko putovanje utemeljeno u zajednici, kreativnosti i rešavanju problema iz stvarnog života.





## Kreiranje mentorskog programa

## Kreiranje mentorskog programa

Dobro osmišljen program mentorstva daje strukturu, podršku i jasnoću preduzetničkom putovanju učenika. Povezujući učenike sa mentorima koji ih vode kroz razvoj ideja, planiranje i donošenje odluka, projekat osigurava da svaki učenik dobije personalizovanu podršku i praktične savete. U ovom projektu, nastavnici su takođe delovali kao mentori, podržavajući učenike u svakoj fazi procesa.

### Usklađivanje mentora i učenika

Uparivanje mentora sa učenicima je ključni korak u preduzetničkom obrazovanju. Proces treba da bude promišljen, pravičan i usklađen sa potrebama poslovnih ideja koje se razvijaju.

Pre dodele mentora, nastavnici prikupljaju ključne informacije sa obe strane:

#### Za učenike:

- Interesovanja i oblasti studiranja
- Trenutni nivo znanja i samopouzdanja
- Preferirani stil učenja (vizuelni, praktičan, zasnovan na diskusiji, strukturiran)
- Faza njihove poslovne ideje (inicijalna ideja, validacija, MVP, postojeći proizvod, rast)
- Lični ciljevi i očekivanja
- Snage i veštine (kreativnost, komunikacija, donošenje odluka, liderstvo, rešavanje problema)

#### Za mentore:

- Profesionalno iskustvo i oblasti stručnosti
- Znanje o industriji i specijalizacija
- Mentorski stil (direktivan, koučing, praktičan)
- Očekivanja, granice i preferirani način rada
- Dostupnost i dinamika saradnje (nedeljno, dvonedeljno, onlajn ili uživo)

Proces uparivanja treba da prati tri ključna kriterijuma: prvo, usklađenost između specifičnih potreba učenika i stručnosti mentora; zatim usklađenost između faze razvoja poslovne ideje i iskustva mentora; i na kraju, kompatibilnost stilova rada i komunikacije kako bi se obezbedio efikasan i podržavajući odnos.



## Upitnik za učenike

### 1. Osnovne informacije

Ime i prezime: \_\_\_\_\_

Email: \_\_\_\_\_

Telefon (opciono): \_\_\_\_\_

### 2. Informacije o biznis ideji

Da li imaš postojeću biznis ideju? (Da / Ne / Više ideja)

Kratko opiši svoju biznis

ideju: \_\_\_\_\_

U kojoj si fazi razvoja ideje? (Ideja / Validacija / MVP / Rast)

### 3. Potrebe učenika

Koja su tvoja 3 najveća izazova trenutno?

Navedi konkretan problem koji želiš da mentor pomogne da

reši: \_\_\_\_\_

### 4. Preduzetničke veštine - samoprocena (1-5)

Donošenje odluka: 1 2 3 4 5

Preuzimanje rizika: 1 2 3 4 5

Kreativnost i inovativnost: 1 2 3 4 5

Komunikacija i prezentacija: 1 2 3 4 5

Prodajne veštine: 1 2 3 4 5

Samodisciplina / organizovanost : 1 2 3 4 5

### 5. Iskustvo u preduzetništvu

Koliko iskustva imate?

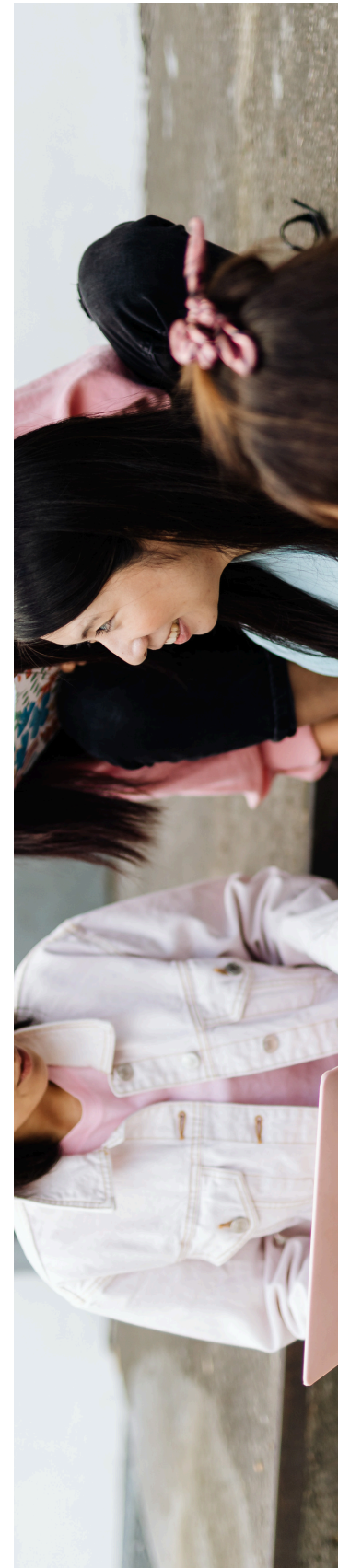




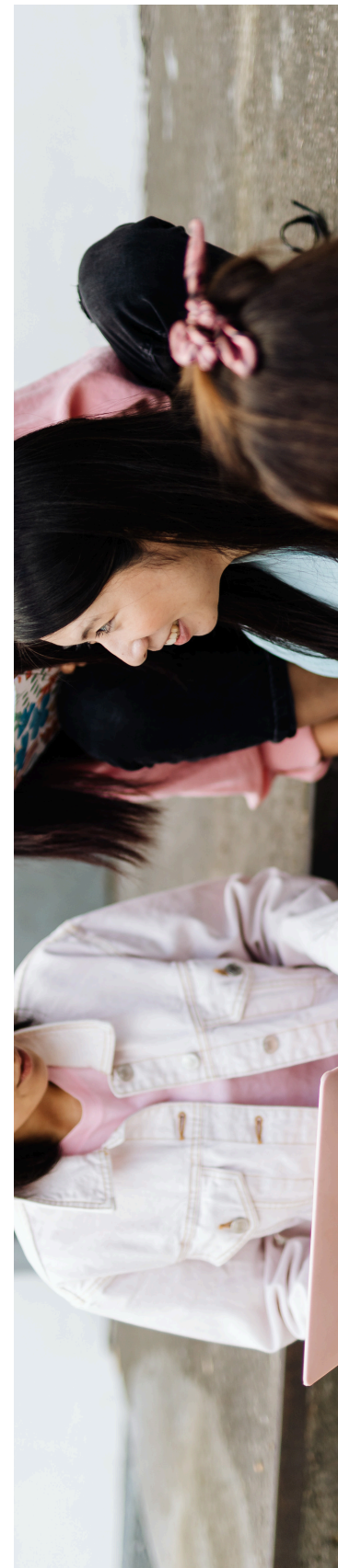
Radionice za učenike

## Workshops for students

<b>Naziv 1. radionice</b>	Osnovi preduzetništva i ličnost preduzetnika
<b>Ciljevi</b>	Upoznavanje učesnica sa tim sta je preduzetništvo, osnovama preduzetništva, kao i poželjnim osobinama jednog preduzetnika
<b>Očekivani ishodi</b>	Učesnici znaju sta je preduzetništvo, koji je njegov znacaj Procenjuju svoje preduzetničke sposobnosti
<b>Neophodan materijal</b>	Olovka, list za davanje odgovora (testovi u prilogu), marker, tabla
<b>Trajanje radionice</b>	60 minuta
<b>Način realizacije aktivnosti</b>	
<b>Uvodni deo radionice</b>	Razgovor sa učenicima o tome koliko znaju sta je preduzetništvo, kao i o vaznosti poznavanja ključnih osobina uspešnog preduzetnika
<b>Centralni deo</b>	Preduzetništvo – spremnost da se preuzme rizik kako bi se ostvario svoj poslovni poduhvat i sposobnost da nadjemo kreativno i originalno rešenje za neki problem. Važno je prepoznati poslovne prilike i šanse u svojoj lokalnoj zajednici i biti spreman da rizikuješ (za uspeh ili neuspeh)



<p><b>Centralni deo</b></p>	<p>Isticanje značaja preduzetništva (za lični rast i razvoj, osećaj samostalnosti i nezavisnosti sa jedne strane i mogućnost zapošljavanja drugih ljudi sa druge strane).</p> <p>Razgovor o profilu i osobinama preduzetnika.</p> <p>Učesnici navode koje osobine misle da poseduje preduzetnik. Mentor ih ispisuje na table, a zatim se radi rezime svih osobina i smeštaju se u određene kategorije i na taj način pravimo zajednički profil preduzetnika.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Traga za novim idejama, prilikama, šansama</li> <li>2. Usmeren na budućnost</li> <li>3. Realni optimista</li> <li>4. Kreativna</li> <li>5. Veruje u svoje ideje</li> <li>6. Veruje u sebe i svoje sposobnosti, svoje kvalitete</li> <li>7. Razmišlja slobodno i samostalno</li> </ol> <p>Učesnicima se dele list na kom su ispisane poželjne osobine preduzetnika i na tom listu procenjuju sebe.</p> <p>Naglasti da niko od nas ne poseduje sve osobine; niko nije "savršen" i da nisu sve osobine podjedano izražene i zastupljene kod svih preduzetnika.</p> <p>Neke od navedenih osobina su urodjene, ali se preduzetničke karakterne osobine pre svega stiču (obrazovanje, podrškom u okruženju, upornošću, vežbanjem...)</p>
<p><b>Završni deo</b></p>	<p>Rezime, utisci i formiranje grupa.</p>



#### Prilog broj 1. Osobine preduzetnika uz radionicu broj 1.

U kojoj meri posedujem navedene osobine

1 - uopšte se ne odnosi na mene

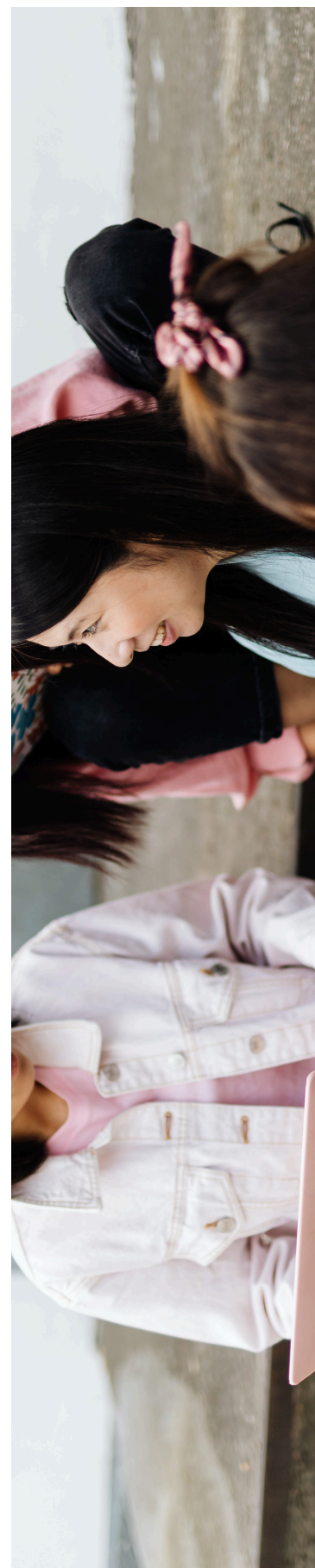
2 - u manjoj meri se ne odnosi na mene

3 - delimično se odnosi na mene

4 - u većoj meri se odnosi na mene

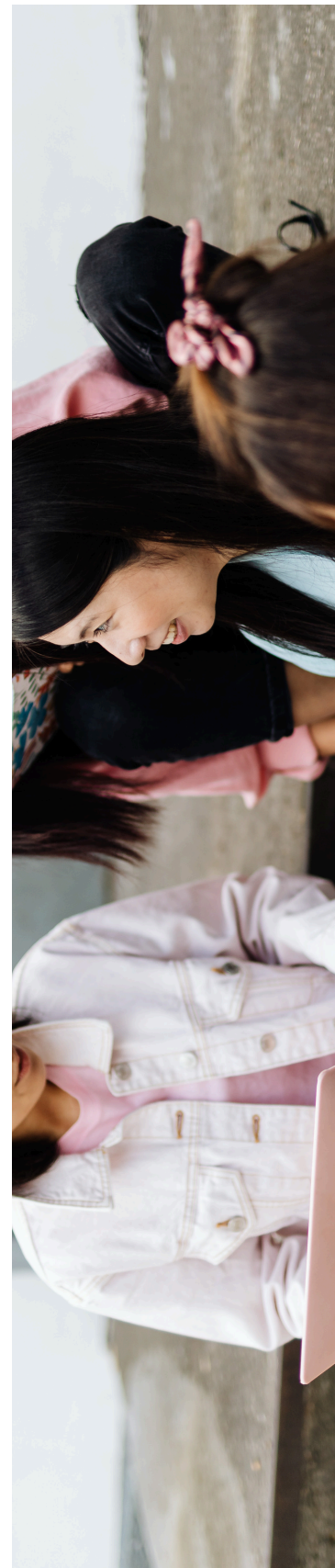
5 - u potpunosti se odnosi na mene

Osobine	
Vizionar	Ubedljiv
Optimista	Uporan
Kreativan	Fokusiran
Motivisan	Operativan
Spremnost na rizik	Komunikativan
Fleksibilan	Kooperativan
Ukupan skor	



**Prilog broj 2 uz radioniucu broj 1**

<p><b>Mogu da funkcionišem u uslovima neizvesnosti</b></p>	<p>1.Da (5 poena) 2.Ukoliko moram da, ali mi se to ne dopada (3 poena) 3.Ne, moram i želim da znam sta mogu da očekujem (1 poen)</p>
<p><b>Da li možete da živite bez organizacije</b></p>	<p>1.Da (5 poena) 2.Nisam sigurna, pomisao na život bez reda i organizacije me cini nervoznom (3 poena) 3.Ne, volim strogu oragnizaciju i rutinu u svom zivotu (1 poen)</p>
<p><b>Da li ste felksibilni i spremni na menjanje svojih odluka ukoliko se okolnosti promene</b></p>	<p>1.1.Da (5 poena) 2.Verujem da jesam, ali se moja okolina ne slaže (3 poena) 3.Ne, uglavnom sam rigidna (1 poen)</p>
<p><b>Da li dobro podnosite stres</b></p>	<p>1.Veoma dobro (5 poena) 2.Nisam dobra, ali mogu da izdrzim vece izazove (3 poena) 3.Ne podnosim dobro (1 poen)</p>
<p><b>Da li biste bili u stanju da otpustite osobu u vašoj kompaniji iako joj je taj posao zaista neophodan:</b></p>	<p>1.Da, iako mi se to ne bi dopalo (5 poena) 2.Nadam se da bih mogla (3 poena) 3.Ne mogu da zamislim da tako nešto uradim (1 poen)</p>
<p><b>Skor</b></p>	



## Radionica za učenike

<b>Naziv 2. radionice</b>	Od ideje do realizacije
<b>Ciljevi</b>	Da učenici shvate vitalan značaj preduzetničke ideje i da se upoznaju sa tim kakva ideja mora biti
<b>Očekivani ishodi</b>	Shvataju značaj i važnost dobre ideje, navode konkretne ideje i vrednuju ih prema datim kriterijumima
<b>Neophodan materijal</b>	Marker, tabla
<b>Trajanje radionice</b>	60 minuta
<b>Način realizacije - aktivnosti</b>	
<b>Uvodni deo radionice</b>	<p>Navesti par primera preduzetnica iz okoline sa ciljem da se učenice upoznaju sa tim koji sve poslovi preduzetništva postoje, čiji su oni klijenti, na koji način i koje nase potrebe zadovoljavaju.</p> <p>Nakon navodjenja primera, sumioramo svi zajedno i trazimo zajedničke karakteristike svih preduzetničkih poslova, sa naglaskom na najznačajnijoj – IDEJA.</p>



<p><b>Centralni deo radionice</b></p>	<p>Sta je zapravo ideja? Prilika, san, mogućnost, cilj...uz pomoć pitanja navodimo učenice da shvate značaj ideje (pokretac, temelj, menja se, doradjuje, analizira, usavršava...). Ideja je ono sto želimo da radimo, da bismo ostvarili svoje želje i ineterese i da bismo zadovoljilki potrebe i želje kupaca (potrošača).</p> <p>Česta greška koju prave preduzetnici je sto se ponekad okreću samo ka onome sto bi samo oni voleli, a da ne razmišljaju o potrebama potrošača.</p> <p>Sledi razgovor o idejama. Svaka učenica navodi po jednu ideju, mentori ih ispisuju na table i kreće zajedničko vrednovanje datih ideja. Vrednovanje ideja se vrši uz pomoć sledećih karakteristika:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Kakva je potražnja za tom idejom na tržištu</li> <li>2.Originalnost ideje (da li nudimo nešto novo i drugačije čega nema na lokalnom tržištu)</li> <li>3.Održivost ideje</li> <li>4.Radna snaga</li> <li>5.Prostor</li> <li>6.Ulaganja</li> <li>7.Da li se može ostvariti zarada?</li> </ol> <p>Nakon vrednovanja na skali od 1 do 5 (što više poena, ideja je pozitivnije ocenjena), pravimo rang listu.</p>
<p><b>Završni deo</b></p>	<p>Sumiranje – Ideja kreće sa željama i potrebama potrošača! Kakva ideja mora biti: održiva, privlačna, ostvarljiva, za potrošača vredna i važna.</p>



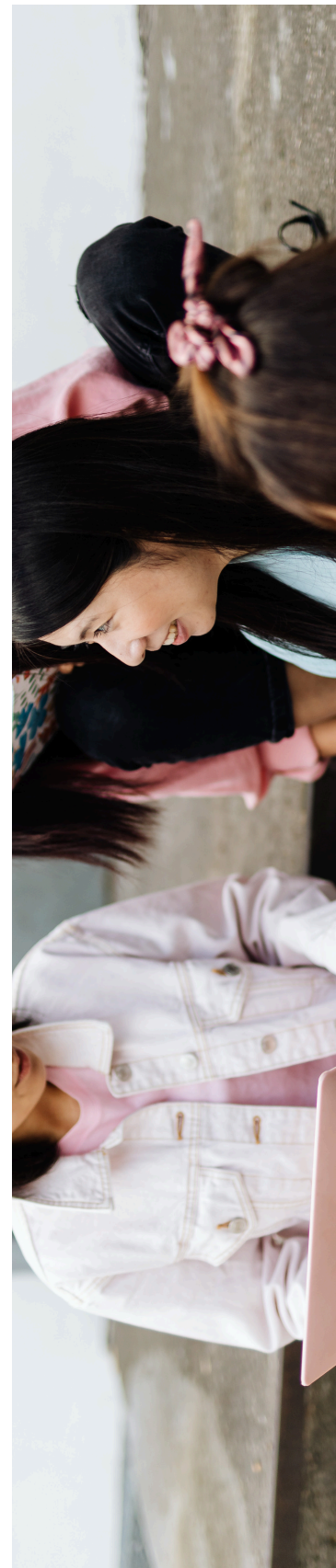
## Radionica za učenike

<b>Naziv 3. radionice</b>	Canvas model – biznis model
<b>Ciljevi</b>	Upoznajemo učenice sa elementima CANVAS modela - preduzetnički alat koji omogućava da se biznis ideja opiše, dizajnira, razvije, unapredi i testira.
<b>Očekivani ishodi</b>	Uspešno razradjena biznis ideja i popunjen biznis plan
<b>Neophodan materijal</b>	Olovka, marker, tabla, formular canvas modela
<b>Trajanje radionice</b>	120 minuta
<b>Način realizacije - aktivnosti</b>	
<b>Uvodni deo</b>	Predstavljanje značaja i elemenata Canvas modela. Učenice dobijaju pisani materijal sa navedenim potpitanjima u okviru svakog elementa biznis plana, na koje treba da odgovore.
<b>Centralni deo</b>	Formirane grupe učenica popunjavaju biznis plan. Imaju podršku mentora, koji ih obilazi, usmerava, daje povratne informacije.
<b>Završni deo radionice</b>	U završnom delu vodi se razgovor o tome koji deo je biznis plana je bilo najteže popuniti. Na osnovu analize i utisaka učesnica, planirati sledeću radionicu.



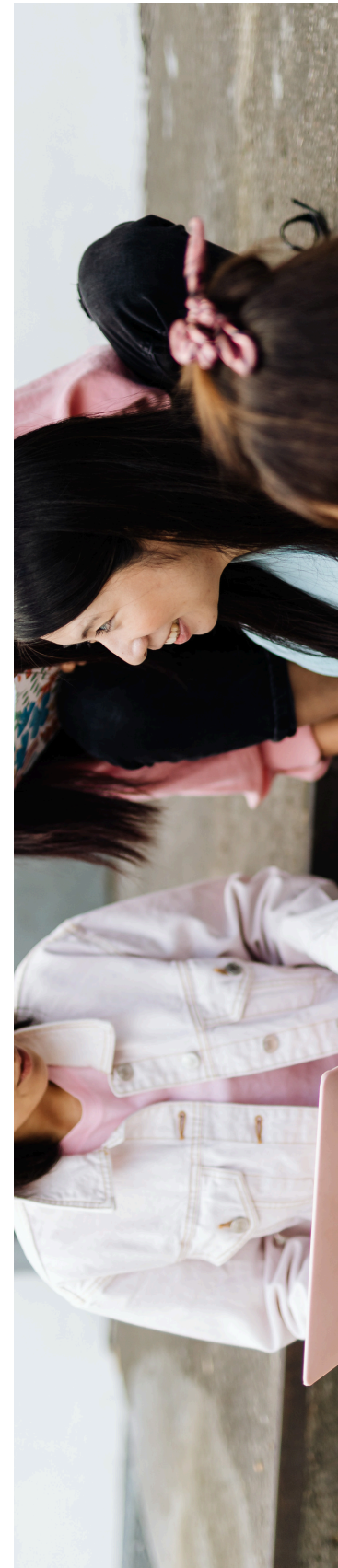
**Prilog uz radionicu broj 3**

<p><b>Klijenti i grupe klijenata</b></p>	<p>Kome je namenjen? Ko su ti najznačajniji klijenti? Da li su ti klijenti malobrojni ili mnogobrojni? Sta je to specifično kod tvojih klijenata i prema čemu se oni razlikuju od drugih?</p>
<p><b>Ključne vrednosti</b></p>	<p>Koje problem klijenta rešavaš i koje potrebe klijenata zadovoljavaš svojim rešenjem šta je vrednost koju isporučuješ klijentima</p>
<p><b>Kanali pristupa klijentima</b></p>	<p>Navedi omiljene i najčešće korišćene kanale tvojih klijenata Kako dopireš do klijenata Koji su kanali najefikasniji Koji kanali su najjeftiniji za tebe Da li se tvoji kanali poklapaju sa kanalima tvojih klijenata</p>
<p><b>Odnosi sa klijentima</b></p>	<p>Koje tipova odnosa klijenti očekuju da uspostaviš Koje odnose si već izgradio Da li su odnosi u skladu sa poslovnim modelom koji želiš da izgradiš</p>
<p><b>Linije prihoda</b></p>	<p>Koje su to vrednosti za koje su tvoji klijenti spremni da plate Način naplate</p>
<p><b>Ključni resursi</b></p>	<p>Koji su ti resursi potrebni da bi isporučio ključne vrednosti koje nudiš Da bi gradio odnose kakve želiš Da bi održao nivo prihoda</p>



**Prilog uz radionicu broj 3**

<p><b>Ključne aktivnosti</b></p>	<p>Šta to moraš da uradis da bi:          Isporučio ključne vrednosti koje nudiš          Izgradio i održavao kanale komunikacije sa klijentima          Gradio odnose kako želis i kako treba          Održao nivo prihoda</p>
<p><b>Ključni partneri</b></p>	<p>Navedi ključne partnere, ključne dobavljače...          Koje ključne resurse pribavljaš od partnera, koje ključne aktivnosti realizuju partneri          Koji su tvoji motive za uspostavljanje partnerstva</p>
<p><b>Struktura troškova</b></p>	<p>Koje troškove nameće tvoj poslovni model          Troškovi nabavke ključnih resursa          Troškovi ključnih aktivnosti          Da li te i koliko koštaju ključna partnerstva          Troškovi održavanja kanala i izgradnje odnosa sa klijentima</p>



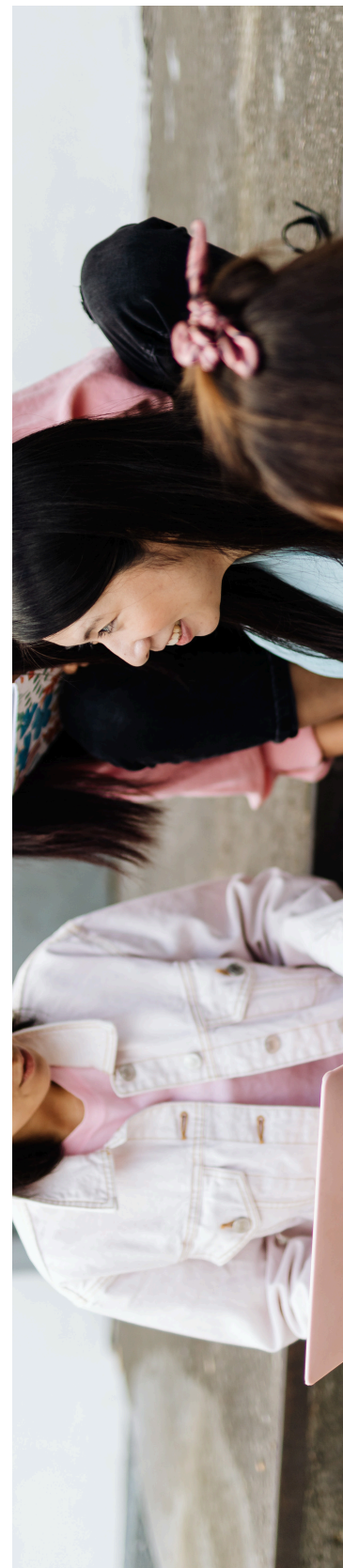
## Radionica za učenike

<b>Naziv 4. radionice</b>	Troškovi – analiza resursa
<b>Ciljevi</b>	Pruzanje dodatne podrške u vezi planiranja troškova za biznis plan
<b>Očekivani ishodi</b>	Učesnici će moći organizovanije da planiraju i predvide troškove.
<b>Trajanje radionice</b>	90 minuta
<b>Način realizacije - aktivnosti</b>	
<b>Uvodni deo radionice</b>	Osvrt na prethodnu radionicu i isticanje značaja uspešnog predviđanja i planiranja troškova.
<b>Centralni deo radionice</b>	Učesnicama se deli Prilog broj 8. i uz dodatna potpitanja objašnjavanja kreću sa popunjavanjem planiranjem troškova.
<b>Završni deo radionice</b>	Rezime...



#### Prilog uz radionicu broj 4. Troskovi – analiza resursa

	Sopstveni resursi	Potrebni resursi	Partnerstvo	Donacije
Ljudski resursi – znanja, veštine, broj saradnika, stručna sprema				
Informacije o tržištu, potrebama kupaca, konkurenciji, izvorima sredstava				
Prostor – lokacija, veličina, uredjenost				
Oprema – za opremanje prostora				
Novac				



## Radionice za učenike

<b>Naziv 5.radionice</b>	Marketing i njegov značaj za preduzetništvo
<b>Ciljevi</b>	Upoznavanje učesnica sa značajem marketinga
<b>Očekivani ishodi</b>	Upoznate su učesnice, shvataju važnost i primenjuju stečeno znanje
<b>Neophodan materijal</b>	Table, marker, PPT, projektor
<b>Trajanje radionice</b>	60 minuta
<b>Način realizacije - aktivnosti</b>	
<b>Uvodni deo</b>	Upoznavanje sa pojmom marketinga. Razgovor o primerima dobre reklame i marketinga nekog proizvoda i/ili usluge.



<p><b>Centralni deo</b></p>	<p>U centralnom delu razvrstavamo primere iz uvodnog dela prema kategorijama i tražimo sta je to zajedničko za svaki dobar marketing.</p> <p>Direktan marketing – direktno se obraćamo ljudima sa konkretnim ponudama i apelujemo na njihove potrebe i očekujemo njihov odgovor odmah (ako se javiš u narednih sat vremena dobićes i popust na svaku sledeću kupovinu...): prodajne stranice na internet koje se skroluju, meri se svaki detalj.</p> <p>U nastavku radionice prelazimo na znacaj Brenda kompanije. Učesnici navode neke poznate brendove. Sledi diskusija o tome sta nam je cilj – da prodamo brzo ili da stvorimo brend koji ce trajati godinama.</p> <p>Naglašavamo da marketinški trik koji koriste brendirane kompanije se odnosi na to da nam obećavaju bolji, kvalitetniji i ispunjeniji život ako kupimo njihov proizvod (bićemo “vredniji”).</p> <p>Sledi razgovor o društvenim vezama i velikom uticaju na naše poslovanje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ojačavanje Brenda, proizvoda, usluge</li> <li>- Promocija popusta, akcija, rasprodaja</li> <li>- Približavanje proizvoda kupcima</li> <li>- Mogućnost prodaje i povećavanje prihoda</li> </ul>
<p><b>Završni deo</b></p>	<p>Rezime i dogovor za sledeću radionicu (koliko je važna dobra promocija i marketing naše kompanije; koliko je bitno na koji način će da predstave svoj proizvod/ uslugu)</p>



## Radionica za učenike

<b>Naziv 6. radionice</b>	Prezentacija biznis planova
<b>Ciljevi</b>	Uvezbanje javnog nastupa i marketinga
<b>Očekivani ishodi</b>	Učesnici jasno i konkretno predstavljaju svoje biznis ideje
<b>Neophodan materijal</b>	PPT, projektor, flajeri, propagandni materijal
<b>Trajanje radionice</b>	Zavisi od broja kompanija (15 minuta po kompaniji)
<b>Način realizacije - aktivnosti</b>	
<b>Uvodni deo radionice</b>	Podsećanje svih učesnica na važnost da pažljivo pratimo izlaganje svih grupa. Podela evaluacionih listića sa davanjem jasnih smernica i uputstava za način ocenjivanja i ujedno biranje najbolje bizis ideje i plana.
<b>Centralni deo radionice</b>	Izlaganje i predstavljanje biznis planova. Ostale grupe i mentori prate izlaganje. Svaki učesnik za sebe popunjava evaluacioni list (u prilogu) za svaku grupu posebno. Na kraju izlaganja, učesnici drugih grupa i mentori mogu postavljati pitanja, davatai svoje komentare.
<b>Završni deo radionice</b>	Sumiranje, utisci, šta nam je koristilo, šta smo novo saznali...





## Organizovanje lokalnog sajma preduzetništva

## Organizovanje lokalnog sajma preduzetništva

Lokalni sajam preduzetništva je kulminacija projekta, gde učenici predstavljaju svoje poslovne ideje, dobijaju povratne informacije od zajednice i doživljavaju kako je to predstaviti pravi preduzetnički koncept. Organizovanje ovog događaja zahteva koordinaciju, kreativnost i jaku vezu između škole i njenog lokalnog okruženja.

### Smernice za organizovanje završnog učeničkog događaja

Dizajn događaja zavisi od resursa škole, prostora i mogućeg nivoa učešća zajednice. Može se održati unutar škole, u sali ili učionici, ili u saradnji sa lokalnim partnerima koji mogu da obezbede javni prostor. Najvažnije je stvaranje okruženja u kojem učenici mogu samouvereno i profesionalno da predstave svoje ideje.

#### Da biste pripremili događaj:

- Identifikujte raspoloživi prostor i logistiku (šandovi, stolovi, prostor za prezentacije).
- Odlučite da li će učenici prezentovati pojedinačno, u timovima ili putem izložbenih šandova.
- Pripremite jasan raspored, uključujući vreme prezentacije, ocenjivanje žirija i dodelu nagrada za poredničku ideju.
- Obavestite celu školsku zajednicu i pozovite predstavnike koji mogu doprineti vidljivosti ili stručnosti.

Sajam postaje zaista značajan kada učenici shvate da se njihove ideje bave stvarnim problemima i potrebama u njihovoj zajednici. Ovaj pristup jača motivaciju i produbljuje učenje.



#### Nastavnici

Nastavnici preuzimaju nekoliko uloga:

- koordiniranje komunikacije između učenika, mentora, drugih nastavnika i članova zajednice
- pružanje podrške učenicima tokom pripreme
- osiguravanje da događaj teče glatko
- pružanje ohrabrenja i logističkog vođstva

Nastavnici takođe mogu delovati kao mentori, posebno kada imaju stručnost u oblastima kao što su marketing, finansije ili komunikacija.

#### Učenici

Učenici pripremaju i prezentuju svoje poslovne ideje kao da se obraćaju stvarnim klijentima ili investitorima. Njihov zadatak je da jasno objasne:

- problem koji su identifikovali
- rešenje koje su razvili
- vrednost svog proizvoda ili usluge
- osnovne komponente svog poslovnog modela

Ovo pomaže učenicima da preduzetništvo vide kao praktičan, realan proces, a ne kao teorijsku vežbu.

#### Mentori

Mentori vode učenike tokom pripremnog perioda. Oni mogu pomoći u usavršavanju poslovnih planova, poboljšanju prezentacija ili savetovati o istraživanju tržišta. Njihova uloga tokom sajma je više podrška nego procena.

#### Žiri

Žiri treba da se sastoji od pojedinaca sa relevantnim kompetencijama, kao što su nastavnici sa stručnim znanjem iz ekonomije, marketinga ili jezika, ili spoljni stručnjaci iz lokalne poslovne zajednice. Uravnotežen odbor može da uključuje:

- uspešne lokalne preduzetnike
- predstavnike privrednih komora
- stručnjake iz agencija za zapošljavanje ili razvoj
- nastavnike sa specifičnim znanjem predmeta



## Kriterijumi za evaluaciju i obrazac za bodovanje

Lista za bodovanje se koristi za procenu svake poslovne ideje na osnovu kriterijuma kao što su:

- originalnost i kreativnost
- jasnoća problema i rešenja
- izvodljivost poslovnog modela
- finansijska logika i budžetiranje
- marketinška i komunikaciona strategija
- kvalitet prezentacije i timskog rada
- potencijalni uticaj na zajednicu

Korišćenje zajedničke kontrolne liste osigurava da svi članovi žirija primenjuju iste standarde

## Komunikacija i vidljivost

Vidljivost je neophodna kako bi sajam bio inspirativan i kako bi se proslavila dostignuća učenika. Škole mogu koristiti različite komunikacione kanale, kao što su:

- zvanični školski profili na društvenim mrežama (Fejsbuk, Instagram)
- kratki promotivni video snimci ili reklamni materijali
- poster ili digitalna obaveštenja unutar škole
- pozivnice poslate roditeljima, lokalnim preduzećima i partnerima u zajednici
- saradnja sa lokalnim medijima ili TV stanicama kad god je to moguće

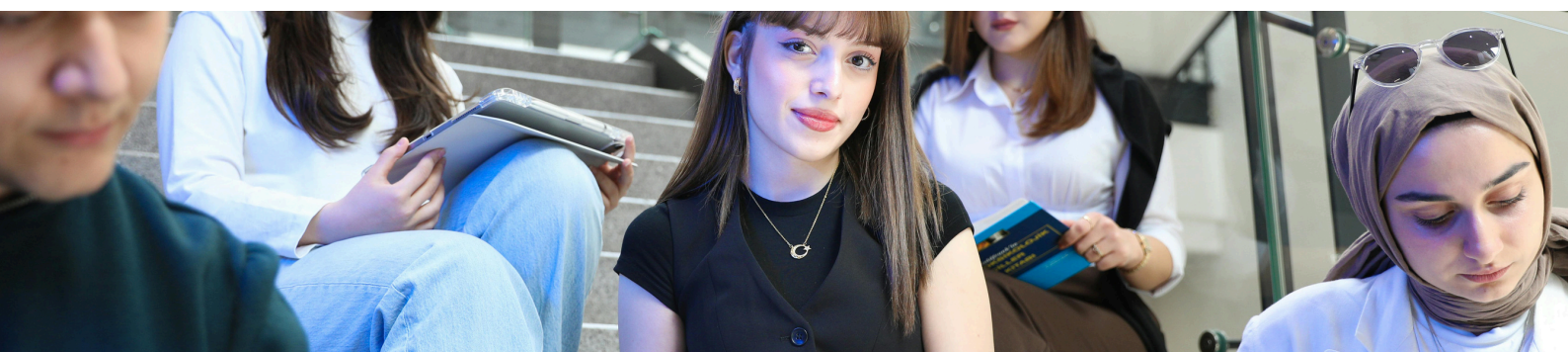
Javno isticanje učeničkog rada ističe značaj preduzetničkog obrazovanja i podstiče druge učenike da učestvuju u budućim inicijativama.

## Stvaranje privlačnog fer okruženja

Da bi sajam bio dinamičan i atraktivan:

- Obezbedite štandove ili stolove za izlaganje za svaku studentsku kompaniju.
- Dozvolite učenicima da izlože prototipove, postere ili digitalne prezentacije.
- Osmislite kategorije za nagrade (npr. Najbolji proizvod, Najbolja usluga, Najinovativnija ideja, Najbolja prezentacija).
- Podstaknite interakciju između učenika i posetilaca, uključujući trenutke za pitanja i odgovore ili neformalne intervjue.

Dobro organizovan Sajam preduzetništva pruža učenicima priliku da iskuse samopouzdanje, odgovornost i ponos na svoj rad. On spaja obrazovanje, kreativnost i zajednicu, pokazujući mladima da njihove ideje imaju vrednost i potencijal.





Najbolje prakse i poslovne ideje

## Najbolje prakse i poslovne ideje iz projekta

Tokom projekta, učenici iz svih partnerskih škola razvili su poslovne ideje koje odražavaju kreativnost, društvenu svest i jake veze sa svojim zajednicama. Ovi primeri pokazuju kako mladi ljudi mogu transformisati stvarne probleme u smisljena preduzetnička rešenja kada su vođeni kroz strukturirani proces učenja i mentorstva. U nastavku je izbor najboljih ideja koje je predstavila svaka škola učesnica.

### Srednja škola Sveti Trifun – Aleksandrovac, Srbija

#### Cozy Glow – Multifunkcionalni prostor za dobrobit žena

##### Opis:

Multifunkcionalni centar koji nudi aktivnosti vezane za velnes, lepotu i edukativne aktivnosti isključivo za žene. Usluge uključuju negu lica i kose, tretmane noktiju, tematske večeri, kreativne radionice, filmske sesije i mogućnosti za druženje, sve u jednom prijatnom prostoru.

Rešen problem: Žene često obavljaju mnogo obaveza i nemaju mesta posvećena njihovom blagostanju i ličnom razvoju. Cozy Glow stvara podsticajno okruženje gde žene mogu da se opuste, uče i ponovo se povežu sa sobom.

Ciljni klijenti: Žene starije od 15 godina, posebno one koje uživaju u kreativnosti, blagostanju i društvenoj povezanosti.

Naučena lekcija: Preduzeća koja odgovaraju na emocionalne i društvene potrebe mogu postići snažan uticaj na zajednicu.

#### Hitna šapa – Sveobuhvatna nega i podrška za kućne ljubimce

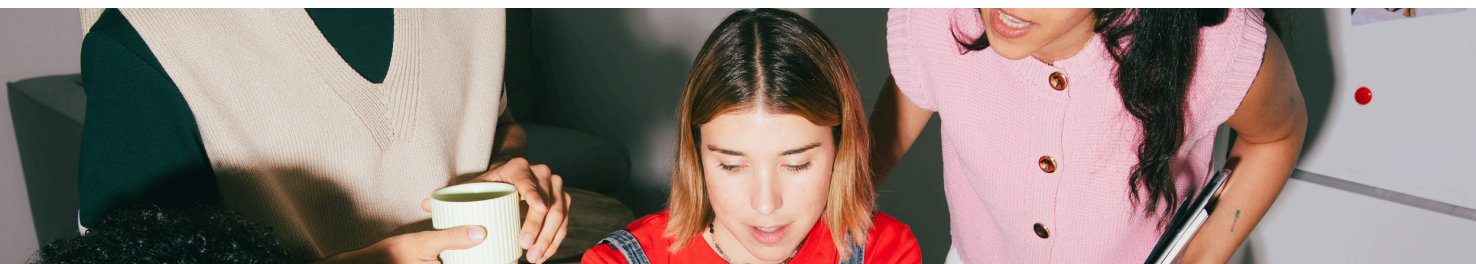
##### Opis:

Servisni centar koji pruža veterinarsku negu, negovanje, lekove, vitamine, hranu, šetnju kućnih ljubimaca i privremeni smeštaj ljubimaca kada vlasnici idu na putovanje.

Rešen problem: Mnoge porodice nemaju vremena ili resursa da brinu o svojim ljubimcima dok istovremeno balansiraju posao i svakodnevni život. Ova usluga nudi pouzdanu podršku, uključujući kućne posete starijim vlasnicima ili onima koji su daleko od postojećih klinika.

Ciljni korisnici: Svi vlasnici kućnih ljubimaca koji traže bezbednu i sveobuhvatnu negu kućnih ljubimaca.

Naučena lekcija: Fleksibilne, empatične usluge mogu zadovoljiti stvarne potrebe na rastućim tržištima kao što je nega kućnih ljubimaca.



## IIS Gobetti Marchesini–Casale–Arduino – Torino, Italija

### Ona je bezbedna – Bezbedna mobilnost za devojčice

#### Opis:

Usluga i aplikacija usmerena na bezbednost, koja podržava mlade devojke da se bezbedno vrate kući. Karakteristike uključuju rezervaciju minibusa i deljenje upozorenja o nebezbednim područjima u gradu.

Rešen problem: Mlade devojke se često osećaju nesigurno krećući se po gradu, posebno uveče. Ova ideja promovira autonomiju, samopouzdanje i međusobnu zaštitu.

Ciljni korisnici: Tinejdžerke koje traže bezbednije opcije mobilnosti.

Naučena lekcija: Preduzetništvo može podržati društvene vrednosti, posebno kada promovira dobrobit i bezbednost mladih žena.

### Edutrans – Pouzdan sistem školskog prevoza

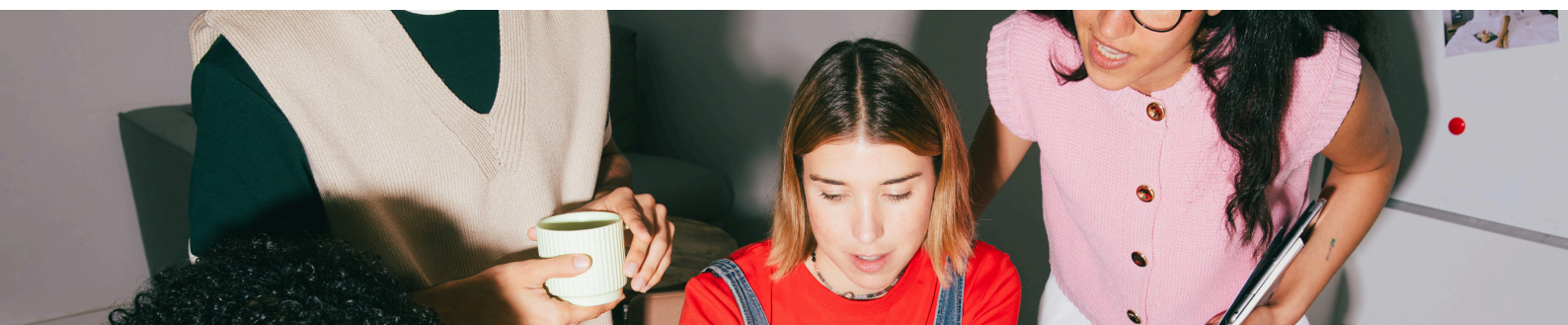
#### Opis:

Rešenje za prevoz osmišljeno da pomogne učenicima da stignu do škole na vreme, posebno kada je javni prevoz prepun. Ideja predlaže namenske školske rute i optimizovane rasporede.

Rešen problem: Gužva u javnom prevozu izaziva kašnjenja i stres za učenike. Edutrans nudi pouzdanu alternativu.

Ciljni korisnici: Učenici koji se oslanjaju na javni prevoz za školu.

Naučena lekcija: Izazovi mobilnosti mogu inspirirati inovativna rešenja kada se analiziraju iz perspektive učenika.



## Varenos Ryto Progimnazija – Varėna, Litvanija

### Dzuku Dzivai – Odeća lokalnog nasleđa

#### Opis:

Ručno rađene majice i torbe ukrašene tradicionalnim ornamentima inspirisanim regionalnim kulturnim nasleđem.

Rešeni problem: Suveniri prilagođeni mladima koji smisleno predstavljaju lokalni identitet.

Ciljni kupci: Turisti, učenici i porodice.

Naučena lekcija: Lokalna kultura može inspirisati atraktivne, savremene proizvode, a istovremeno negovati regionalni ponos.

### Prodavnica školskog pribora

#### Opis:

Mala prodavnica koju vode učenici, a koja pruža osnovni školski pribor direktno na kampusu.

Rešen problem: Učenicima je često potreban brz pristup školskom priboru tokom školskog dana.

Ciljni kupci: Čitava školska zajednica.

Naučena lekcija: Jednostavne usluge koje rešavaju svakodnevne probleme mogu biti veoma efikasne i održive.



## Liceul Tehnologic Clisura Dunării – Moldova Nouă, Rumunija

Danubeverse – Jedite, osetite, igrajte se na regionalni način

### Opis:

Koncept ekoturizma koji nudi lokalna gastronomska iskustva, kulturno pripovedanje, aktivnosti na otvorenom i impresivne VR elemente koji ističu nasleđe regiona.

Rešeni problem: Turisti često prolaze kroz region bez dugog zadržavanja ili dubokog angažovanja. Danubeverse nudi strukturirana, atraktivna iskustva koja podstiču duže posete.

Ciljni kupci: Turisti, porodice, studentske grupe, ljubitelji prirode i kulture.

Naučena lekcija: Dobro organizovani turistički koncepti mogu stvoriti lokalne mogućnosti za zapošljavanje i ojačati ruralne ekonomije.

## Najveća nagrada prirode – ekološki prihvatljivi prirodni proizvodi

### Opis:

Linija čajeva, sapuna, organskih poslastica i drugih prirodnih proizvoda napravljenih od lokalno uzgajanih biljaka i sastojaka.

Rešen problem: Postoji sve veća potražnja za prirodnim, održivim proizvodima, ali malo opcija ističe biodiverzitet regiona.

Ciljni kupci: Potrošači koji vode računa o zdravlju, turisti i lokalne porodice.

Naučena lekcija: Lokalni prirodni resursi mogu postati uspešne poslovne ideje kada se kombinuju sa kvalitetom i jakim brendiranjem.



### Zašto su ove ideje važne?

Ovi preduzetnički koncepti pokazuju kako učenici, uz pravu podršku, mogu da identifikuju stvarne potrebe, osmisle praktična rešenja i doprinesu lokalnom razvoju. Oni ističu raznolikost mogućnosti u uslugama dobrobiti, brizi o životinjama, društvenim inovacijama, kulturnom nasleđu, održivosti, turizmu i mikropreduzećima u školama. Svaka ideja ilustruje kako omladinsko preduzetništvo može osnažiti zajednice i podstaći mlade ljude da sebe vide kao sposobne kreatore promena.





## Intervjui i citati

## Intervjui i citati

Tokom celog projekta, i nastavnici i učenici su bili pozvani da razmisle o svojim iskustvima, ishodima učenja i ličnom rastu. Njihovi glasovi daju život programu i pokazuju njegov uticaj van učionice.

### Povratne informacije učenika: Šta su rekli u anketama

Učenici su odgovorili na kratak upitnik u kojem su procenjivali različite komponente programa „Ona ima posao“. Pitanja su obuhvatala teme radionica, omiljene aktivnosti, društveni uticaj i ishode učenja.

Pitanja za evaluaciju su obuhvatala:

- Koliko je program „Ona ima posao“ bio zanimljiv?
- Koja aktivnost vam je bila omiljena? (uvodne reči, poslovni plan, finansijska pismenost, marketing i prodaja)
- Da li ste već unapred znali teme radionica?
- Da li vam je projekat pružio priliku da upoznate nove školske drugove?
- Kako ocenjujete svoje znanje engleskog jezika u odnosu na sadržaj?
- Zašto biste želeli da predstavljate svoju školu na završnom događaju u Hontabilji?

Ovi odgovori su pomogli nastavnicima da razumeju motivaciju, snage i oblasti za poboljšanje. Mnogi učenici su istakli timski rad, kreativnost i komunikaciju kao ključne veštine koje su razvili.



#### Refleksije učenika

Učenici su izrazili ponos na svoja dostignuća i istakli šta je preduzetničko putovanje značilo za njih. Njihova razmišljanja pokazuju kako je projekat ojačao kreativnost, timski rad i samopouzdanje.

Razmišljanja mladih preduzetnika:

- „Kroz ovaj projekat naučio/la sam da kreativnost udružena sa timskim radom može pretvoriti jednostavnu ideju u nešto značajno.“
- „Radionice su nam pomogle da shvatimo koliko je važno istraživanje tržišta i kako lokalni resursi mogu postati prave prilike.“
- „Voleo/la sam da učim kako da promovišemo proizvode i usluge na internetu. Tehnologija nam daje toliko mogućnosti — čak i u malim mestima.“
- „Naučili smo da cenimo ono što imamo lokalno i otkrili kako prirodni proizvodi mogu postati vredni artikli.“
- „Radionice su nam pomogle da pretvorimo jednostavne ideje u stvarne projekte i pokazale nam da timski rad jača kreativnost.“
- „Bili smo motivisani jer su nam nastavnici verovali i tretirali nas kao mlade preduzetnike, a ne samo kao učenike.“
- „Predstavljanje naših ideja na engleskom povećalo nam je samopouzdanje i učinilo da verujemo da možemo više nego što smo mislili.“
- „Naučio/la sam kako nastaju pravi poslovi — od ideje do budžeta.“
- „Susret sa lokalnim preduzetnicima pokazao mi je da je posao moguć čak i u malim zajednicama.“
- „Predstavljanje naše ideje javno učinilo me je hrabrijim/om.“



#### Refleksije nastavnika

Nastavnici su podelili duboke uvide u proces vođenja učenika kroz učenje preduzetništva. Njihove refleksije naglašavaju vrednost praktičnog rada, mentorstva i međunarodne saradnje.

Razmišljanja nastavnika:

- „Ovaj projekat nas je naučio koliko je iskustveno učenje moćno — učenici najbolje uče kada stvaraju nešto stvarno i smisljeno.“
- „Rad sa našim učenicima omogućio nam je da njihovu kreativnost razumemo na novi način; postali smo facilitatori, a ne samo nastavnici.“
- „Erasmus+ obuka obogatila je našu nastavnu praksu i dala nam savremene alate koje smo uspešno primenili u školi.“
- „Posmatranje učenika potvrdilo nam je da mladi u ruralnim sredinama mogu briljirati kada dobiju kvalitetnu obuku, mentorstvo i prilike da se povežu sa drugima.“
- „Učenici su učili kroz praktičan rad — i to je napravilo ključnu razliku.“
- „Devojčice su stekle samopouzdanje i liderske veštine za koje nisu ni znale da ih poseduju.“
- „Obuka nam je pomogla da osmislimo praktične, inspirativne aktivnosti koje su učenike držale angažovanim.“

#### Zašto su ove refleksije važne

Refleksije prikupljene od nastavnika i učenika ističu transformativni uticaj preduzetničkog obrazovanja. Učenici su otkrili svoje snage, razvili praktične veštine i stekli samopouzdanje u izražavanju svojih ideja. Nastavnici su iskusili nove oblike saradnje i videli kako njihovi učenici napreduju kroz kreativnost, timski rad i primenu znanja u stvarnim situacijama.

Ovi glasovi snažno podsećaju da preduzetničko obrazovanje nije samo izrada biznis planova. Ono je izgradnja hrabrosti, identiteta, saradnje i ambicija — i osnaživanje mladih da svoj potencijal vide na nove načine.





## Saveti za rodnu ravnopravnost i inkluziju

## Saveti za rodnu ravnopravnost i inkluziju

Promovisanje rodne ravnopravnosti je u srži projekta „Ona ima posao“. Preduzetničko obrazovanje postaje značajnije i ima veći uticaj kada se devojčice osećaju ohrabreno da učestvuju, preuzmu inicijativu i vode. Ovaj odeljak nudi praktične strategije koje su nastavnici koristili za stvaranje inkluzivnih učionica, osporavanje stereotipa i osiguravanje da se svi učenici osećaju cenjeno tokom celog procesa učenja.

Stvaranje okruženja u kojem se devojčice osećaju samopouzđano je neophodno. Nastavnici su otkrili da je osnaživanje počelo od trenutka kada su devojčice pozvane da se aktivno uključe u projekat. Bile su ohrabrene da preuzmu liderske uloge, prezentuju ideje, koordiniraju zadatke i slobodno izražavaju mišljenja.

Uključivanje malog broja dečaka u aktivnosti se takođe pokazalo vrednim. To je pomoglo u negovanju zajedničkog razumevanja da jednake mogućnosti koriste svima i da preduzetništvo nije ograničeno na bilo koji pol. Kada se dečaci uključe kao saveznici, učionica postaje prostor gde cvetaju međusobno poštovanje i timski rad.

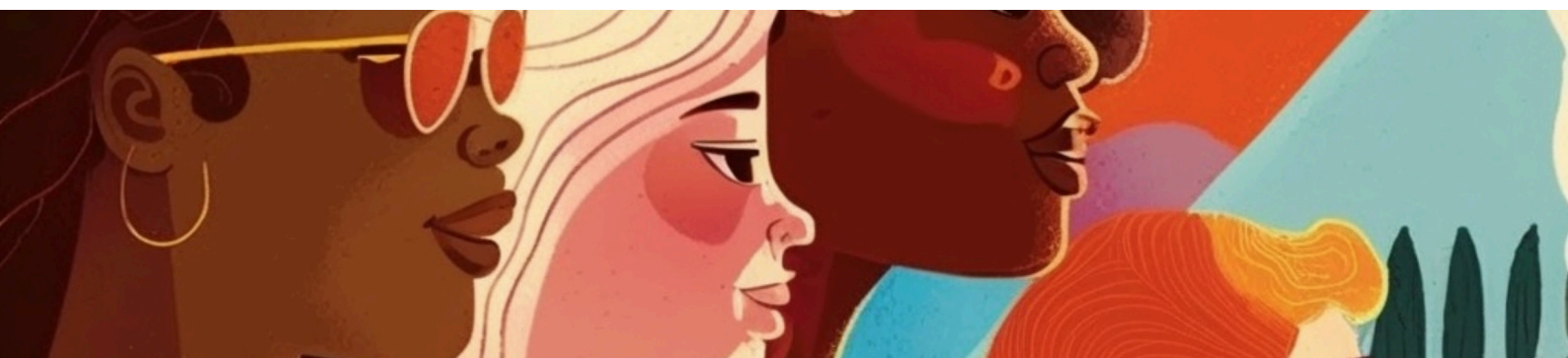
Ključni pristupi su uključivali:

- Podsticanje devojčica da vode aktivnosti, diskusije i prezentacije
- Davanje odgovornosti za donošenje odluka unutar grupe

Na početku programa, mnoge devojčice nisu sebe zamišljale kao preduzetnice. Zamišljale su karijere u kojima bi podržavale druge, umesto da vode ili inoviraju. Ovi prvi razgovori otkrili su važnost direktnog rešavanja stereotipa.

Nastavnice su koristile različite strategije da bi osporile ove obrasce:

- Omogućavanje otvorenih diskusija o budućim karijernim težnjama
  - Prikazivanje primera uspešnih preduzetnica iz različitih sredina
  - Istraživanje kako se preduzetništvo može izraziti kroz kreativnost, uticaj na zajednicu i društvene vrednosti
  - Podsticanje devojčica da sebe vide kao osnivačice, inovatorke i donosioce odluka
- Činivši preduzetništvo pristupačnim i pristupačnim, učenice su počele da menjaju svoju samopercepciju i proširuju svoje ambicije.



### Primeri inkluzivnih praksi u učionici

Inkluzivne nastavne prakse imale su ključnu ulogu u izgradnji samopouzdanja i jačanju kohezije u grupi. Nastavnici su koristili jednostavne i podsticajne strategije kako bi obezbedili da se svaki učenik — bez obzira na ličnost, sposobnosti ili poreklo — oseća uključenim.

Efikasne prakse uključivale su:

- Korišćenje aktivnosti za opuštanje i povezivanje učenika na početku sesija, kako bi se smanjila anksioznost i stvorila podržavajuća atmosfera
- Uključivanje igrica i timskih aktivnosti koje omogućavaju učešće svim tipovima učenika
- Kreiranje bezbednog prostora u kome se devojčice osećaju prijatno da progovore, postavljaju pitanja i predlažu ideje
- Osmišljavanje aktivnosti koje razbijaju stereotipe o „muškim profesijama“ ili rodnim očekivanjima
- Pozivanje preduzetnica, posebno iz ruralnih sredina, kao uzora koji prikazuju stvarne i lako povezive priče o uspehu

Ovi pristupi su pomogli učenicima da izgrade poverenje, preispitaju pretpostavke i proslave različitost.

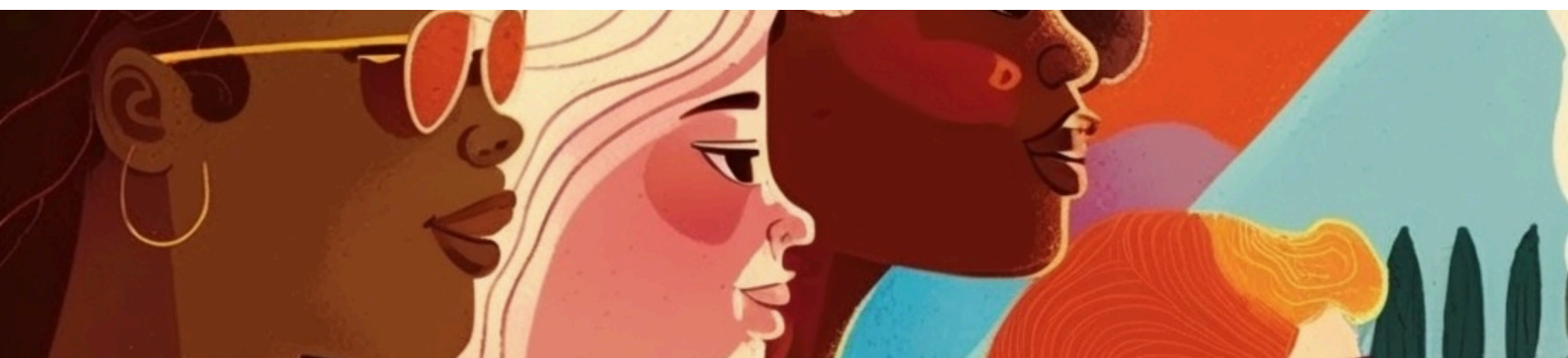
### Promovisanje jednakosti kroz saradnju

Rodna ravnopravnost se jača kada dečaci nauče da podržavaju i poštuju liderstvo devojčica. Uključivanje istih kao saradnika, a ne kao konkurenata, promoviše kulturu zajedničke odgovornosti i pravednosti. Nastavnici su pojačali ovaj način razmišljanja:

- Podsticanjem timskog rada između polova
- Isticanjem primera pozitivnih muških saveznika
- Naglašavanjem da preduzetništvo napreduje kada se čuju svi glasovi

Ova ravnoteža osigurava da učionica postane mikrookruženje jednakosti, pripremajući učenike za inkluzivno učešće u društvu.

Kada se devojčice osećaju osnaženo, one doprinose idejama sa više samopouzdanja, preuzimaju kreativnije rizike i otkrivaju nove snage. Rano osporavanje stereotipa pomaže im da sebe zamisle kao inovatorke i liderke. Inkluzivne prakse osiguravaju da se svaki učenik oseća poštovano i sposobno.





Održivost i nastavak rada

## Održivost i nastavak rada

Da bi program „Ona ima posao“ imao trajan uticaj, neophodno je nastaviti negovanje preduzetničkih veština, kreativnosti i samopouzdanja dugo nakon završetka početnih radionica i događaja. Održivost na nivou škole osigurava da nove generacije učenika imaju koristi od projekta, dok naknadne akcije jačaju veze sa zajednicom i širim evropskim resursima.

### Nastavak projekta na nivou škole

Škole mogu održati projekat stvaranjem prostora gde preduzetništvo postaje redovan deo učeničkog života.

### Preduzetnički klubovi

Preduzetnički klub je jedan od najefikasnijih dugoročnih pristupa. Sastajući se nedeljno ili dvonedeljno, klubovi mogu ponuditi učenicima mogućnosti za:

- Razvoj novih poslovnih ili ideja za društvene inovacije
- Rad u timovima na prototipovima i malim projektima
- Učenje u internim izazovima ili prezentacijama
- Učenje finansijske pismenosti, budžetiranja, marketinga i upravljanja projektima
- Dobijanje mentorstva od nastavnika, volontera ili bivših učenika
- Saradnja sa drugim predmetima (IKT, dizajn, nauka) kako bi se interdisciplinarne ideje oživele

Klubovi pomažu u izgradnji preduzetničke kulture unutar škole i obezbeđuju kontinuitet nakon projektnog ciklusa.

### Mentorstvo bivših učenika

Bivši učenici koji imaju iskustva u poslovanju, marketingu, turizmu, digitalnim veštinama ili startapovima mogu postati inspirativni mentori. Strukturirani program za bivše učenike može da uključuje:

- Mesečne ili kvartalne razgovore gde bivši učenici dele svoja iskustva
- Individualno mentorstvo za učenike koji razvijaju poslovne ideje
- Podrška u prezentacijama, komunikacijskim veštinama ili umrežavanju
- Učešće bivših učenika kao sudija na školskim takmičenjima ili sajmovima

Ovo stvara snažan osećaj kontinuiteta i pokazuje učenicima realne puteve za život nakon škole.

### Sajam školskog preduzetništva

Organizovanje godišnjeg sajma preduzetništva održava duh projekta živim. Učenici predstavljaju svoje ideje, prototipove ili digitalna rešenja školskoj zajednici i gostima. Sajam omogućava učenicima da:

- Demonstriraju veštine stečene kroz projekat
- Dobiju konstruktivne povratne informacije od nastavnika, vršnjaka i lokalnih stručnjaka
- Izgrade samopouzdanje u javnom nastupu i prezentaciji
- Dožive stvarno okruženje marketinga, komunikacije i umrežavanja

Sajam može postati kamen temeljac preduzetničke kulture škole.



## Povezivanje sa lokalnim preduzetnicima i privrednim komorama

Jačanje veza sa lokalnom zajednicom pruža učenicima inspiraciju i mogućnosti iz stvarnog sveta.

Efikasne strategije uključuju:

- Pozivanje lokalnih preduzetnika da održe gostujuća predavanja ili vode kratke radionice
  - Organizovanje poseta privrednim komorama.
  - Stvaranje mogućnosti za učenike da se upoznaju sa vlasnicima preduzeća iz svog regiona
  - Podsticanje stručnjaka da deluju kao mentori ili sudije tokom školskih događaja
- Ove veze pomažu učenicima da vide da njihove ideje mogu biti podržane, razvijene i priznate van školskog okruženja.

## Sledeći koraci i veze do resursa EU

Škole mogu proširiti uticaj projekta povezivanjem svojih aktivnosti sa širim evropskim okvirima i inicijativama.

Korisni resursi uključuju:

- EntreComp – Evropski okvir preduzetničkih kompetencija:

Detaljan vodič kroz veštine i načine razmišljanja potrebne za preduzetništvo, koristan za planiranje časova i procenu napretka.

- Platforma EU za žene preduzetnice:

Izvor priča, alata i mreža koje podržavaju žene u preduzetništvu.

- Evropske mreže omladinskog preduzetništva i onlajn zajednice:

Platforme gde učenici mogu da učestvuju u izazovima, vebinarima i međunarodnim razmenama.

## Praktične ideje za održavanje uticaja

Da bi se osigurao dugoročni kontinuitet, škole mogu da usvoje sledeće aktivnosti:

- Osnivanje stalnog kluba preduzetništva
- Pozivanje vlasnika lokalnih preduzeća i organizacija na redovne razgovore
- Organizovanje godišnjeg sajma poslovnih ideja ili mini-takmičenja
- Uključivanje bivših učenika kao mentora, govornika ili žirija
- Korišćenje kompleta alata kao dela časova tehnologije, građanstva i engleskog jezika
- Olakšavanje sastanaka između učesnika projekta i drugih učenika
- Organizovanje događaja gde učenici mogu da upoznaju žene iz lokalne zajednice koje rade u oblasti liderstva ili preduzetništva



## Aneksi

### Partneri u projektu i kontakti

Ovaj aneks pruža kontakt podatke partnerskih organizacija i nastavnika koji su doprineli razvoju i implementaciji projekta i kompleta alata „Ona ima posao“.

#### IIS Gobetti Marchesini–Casale–Arduino, Italija

Alice Zatti – [alice.zatti@gmca.edu.it](mailto:alice.zatti@gmca.edu.it)

Alessandro Cabitza – [alessandro.cabitza@gmca.edu.it](mailto:alessandro.cabitza@gmca.edu.it)

Silvia Mondino – [silvia.mondino@gmca.edu.it](mailto:silvia.mondino@gmca.edu.it)

Giuseppa Polifroni – [giuseppa.polifroni@gmca.edu.it](mailto:giuseppa.polifroni@gmca.edu.it)

#### Varėnos “Ryto” progimnazija, Litvanija

Ineta Tamošiūnienė – [ineta.tamosiuniene@gmail.com](mailto:ineta.tamosiuniene@gmail.com)

#### Liceul Tehnologic „Clisura Dunării”, Rumunija

Klermentina Radosavlevici – [klermentina@yahoo.com](mailto:klermentina@yahoo.com)

#### Srednja škola “Sveti Trifun” sa domom učenika, Serbia

Katarina Žarković – [katjaengl@gmail.com](mailto:katjaengl@gmail.com)

#### FEMUR – Federación de la Mujer Rural, Španija

Jorge Herrera Mesón – [jorge@femur.es](mailto:jorge@femur.es)

Marina Zmajche – [marina@crea360.es](mailto:marina@crea360.es)



**F E M U R**  
Federación Española  
de la Mujer Rural



Co-funded by  
the European Union

