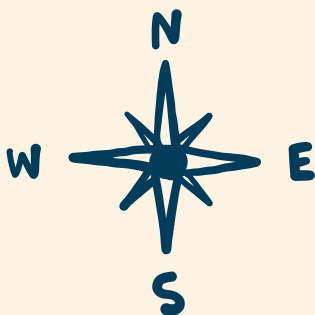
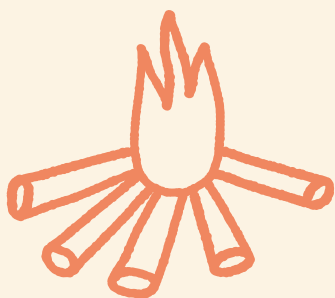
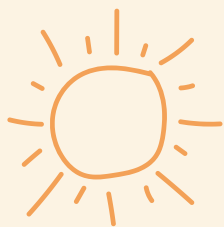




Toolkit

спрямований до тренерів та педагогів
збір інформації, вправ та сценаріїв,
що підтримують молодь у розвитку
м'яких навичок, потрібних на ринку праці







Зміст

Życiowy Survival: що це?	4
Fundacja Sempre a Frente	5
Європейський корпус солідарності	5
Чому з'явилась ця публікація?	6
Методичні розробки	7
#1 Мотивація	9
#2 Лідерство, Асертивність і Комунікація	14
#3 Тайм-менеджмент	18
#4 Особистий бренд	22
#5 Планування шляху розвитку	27
Освітня гра: IKIGRAJ	31
Створення CV	36
Автори і контакт	39



Życiowy Survival:

що це?

Życiowy Survival — це проект Солідарності, який реалізовувався з січня до листопада 2025 року групою молодих активісток та активістів (їхні імена подані на сторінці «**Автори та контакт**») за підтримки Фондації Sempre a Frente.

Спрямований на молодь віком **15–20 років** у **Люблінському воєводстві**, проект складався з кількох активностей: циклу майстер-класів для учнів середніх шкіл, відкритих занять із навичок, корисних на ринку праці, а також створення освітньої гри та цього тулкіту, який ти зараз читаєш, і організації «Festiwalu Pracy Wszelobocnej».

Нашою метою було **підвищення обізнаності щодо професійного розвитку** молодих людей, а також **навчання та розвиток їхніх компетентностей**, потрібних на ринку праці.





Фундація

Sempre a Frente

З **2010 року** ми підтримуємо молодь віком 13–30 років у розвитку соціальних компетентностей. Щороку нашими активностями користуються понад **4000** дітей та молодих людей.

Що ми робимо:

- Ми працюємо як **Центр Допомоги Дітям** у Любліні, де надаємо комплексну підтримку дітям і молоді, які мають досвід кривди чи травматичних подій.
- Ми керуємо **Центром Інформації та Розвитку Молоді**, де допомагаємо молодим людям розвивати соціально-психологічні навички, громадянську активність та ініціативність, а також реалізуємо локальні й міжнародні проекти.

Ми були ініціаторами й соціальним партнером статусу **Європейської Столиці Молоді 2023**, а також входимо до кола засновників **Національної коаліції з питань захисту дітей** та **Національної коаліції з питань праці з молоддю**.

Дізнатися більше про Фундацію можна тут:

<https://sempre.org.pl/pl>

Europejski Korpus Solidarności

Європейський корпус солідарності — це програма **Європейської Комісії**, яка дає молоді можливість долучатися до локальних ініціатив (так званих **проектів солідарності**) та брати участь у **міжнародних волонтерських проектах**, що приносять користь громадам по всій Європі.

Більше о проектах тут: **<https://eks.org.pl/>**





Чому з'явилась ця публікація?

У цьому тулкіті ми **зібрали інструменти**, які ми, як ініціативна група та реалізатори проєкту Życiowy Survival, розробили й протестували під час майстер-класів у середніх школах, у яких взяли участь сотні учнів/иць з Люблінського воєводства. Це **плани занять** та **освітня гра**, які можна використовувати, наприклад, на годинах виховної роботи або на заняттях з професійної орієнтації.

Ми створили їх у відповідь на потребу розвитку компетентностей, важливих на ринку праці, адже:

- **71,4%** молоді 14–24 років із Любліна та околиць **турбується про своє майбутнє (або теперішнє) становище на ринку праці** ¹
- **71,4%** молоді 14–24 років із Любліна та околиць **вважає розвиток важливою потребою** ¹
- **46%** осіб віком 18–24 років зізнаються, що **дорослість їх лякає** ²
- **62%** молодих людей **не погоджуються** з твердженням, що школа добре підготувала їх до дорослого життя ²

1. "Потреби, проблеми, компетенції та побоювання, пов'язані з ринком праці в очах молоді 14-24 років із Любліна та околиць", вибірка з 238 осіб, дослідження проведено у листопаді 2023 року у межах проєкту Spragnieni Kompetencji
[linktr.ee/spragnieni.kompetencji]

2. Звіт "Стан молодих 2025", Фондація "Важні справи", вибірка з 1002 осіб
[https://waznesprawy.org/wiedza/]





Методичні розробки

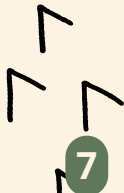
Серед підготовлених нами методичних розробок для роботи з молоддю є матеріали на такі теми:

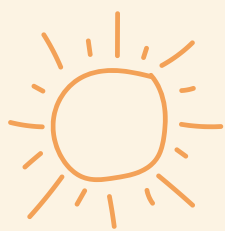
- **Мотивація,**
- **Лідерство, асертивність і комунікація,**
- **Тайм-менеджмент,**
- **Особистий бренд,**
- **Планування шляху розвитку.**

На початку кожного плану занять подано коротку специфікацію:

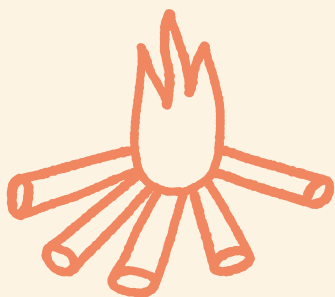
- мета заняття,
- очікуваний результат для учасників,
- цільова група, для котрої створено формат заняття,
- необхідна кількість **ведучих***,
- орієнтовний час, потрібний для проведення заняття,
- необхідні матеріали.

* **Ведучим** заняття може бути вчитель, тренер, педагог, волонтер...





Методичні розробки





Мотивація

Мета заняття: Підвищити обізнаність про те, що таке мотивація, а також навчити розрізняти внутрішню й зовнішню мотивацію.

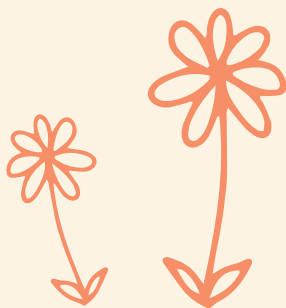
Цільова група: приблизно 30 осіб віком 14–19 років

Кількість ведучих: 1-2

Час, потрібний для проведення: 45 хвилин

Важливо! Ведучий/ведуча має чітко дотримуватися відведеного часу на кожне завдання, щоб встигнути реалізувати всі активності. Якщо обговорення затягуються, їх варто підсумувати й переходити далі.

Необхідні матеріали: два стільці, фліпчарти (або дошка й маркери), стікери, прості блокноти або аркуші паперу





Мотивація

Енерджайзер | 8 хвилин

Цей енерджайзер слугуватиме вступом до мапування різних видів мотивації. Ведучий/ведуча ставить два стільці на протилежних кінцях кімнати. Далі розділяє учасників на дві групи, наприклад, рахуючи до двох (усі «одиночки» — до однієї групи, «двійки» — до іншої). Потім ведучий просить охочих сісти на стільці. Завдання учасників — сидіти доти, доки вони не почують щось, що їх переконає. Кожен доброволець сам вирішує, чи та коли підвестися зі стільця — тут немає критеріїв виграшу.

Інші учасники мають завдання переконати людину зі своєї групи, яка сидить на стільці, підвестися, використовуючи лише слова заохочення. Якщо група не матиме ідей, ведучий/ведуча може підказати аргументи, запропонувати варіанти «нагород» за те, щоб учасник встав, або елементи гри.

Через кілька хвилин тренер просить усіх повернутися на свої місця. Він/вона запитує тих, хто сидів на стільцях, що саме переконало їх підвестися. Потім ставить запитання тим, хто переконував добровольців: як вони почувалися під час цієї активності.





Мотивація

Створення мапи асоціацій до слова “МОТИВАЦІЯ” на фліпчарті або дошці | 10 хвилин

Ведучий/ведуча просить учасників провести коротку мозкову атаку в парах і записати асоціації на стікерах. Готові записки учні прикріплюють на дошку у формі “сонечка”.

Наприкінці ведучий читає асоціації вголос.

Тренер пояснює визначення мотивації, опираючись на асоціації групи | 7 хвилин

Спираючись на енерджайзер, тренер пояснює різницю між внутрішньою та зовнішньою мотивацією (наприклад: зовнішня мотивація спрацювала, якщо учасник підвівся зі стільця, спокусившись, скажімо, солодощами).

Мотивація — це стан, який спонукає нас діяти, допомагає витримувати зусилля й рухатися до досягнення цілей. Вона може походити з нашого внутрішнього світу — наприклад, з інтересу, пристрасті чи бажання розвиватися (внутрішня мотивація), або ззовні — наприклад, із нагород, похвали чи заохочень (зовнішня мотивація).

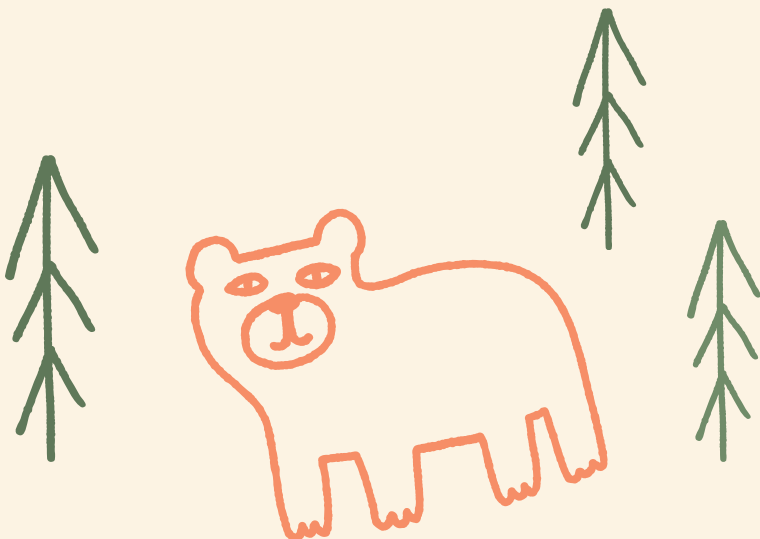




Мотивація

Аналіз власної мотивації | 10 хвилин

Ведучий/ведуча пояснює завдання і паралельно просить другого ведучого або охочого учня роздати заздалегідь підготовлені картки, щоб пришвидшити роботу. Нехай учні згадають ситуацію, у якій вони досягли успіху в навчанні чи роботі — **що їм у цьому допомогло? що спрацювало на їхню користь? що стало причиною успіху?** Потім вони розповідають цю історію сусідові/сусідці по парті як приклад та натхнення, а те, що їх мотивувало, записують на картку. Так створиться «банк ідей» про мотивацію — на випадок, коли колись її може забракнути.





Мотивація

**Ведучий/ведуча пояснює метод постановки цілей
SMARTER | 6 хвилин**

- S Specific (конкретний)**
 - Чого саме стосується ціль?
 - Що ти хочеш досягти? Яка конкретно це ціль?
- M Measurable (вимірюваний)**
 - Як перевірити прогрес у досягненні цієї цілі?
 - Як зрозумієш, що ціль виконана?
- A Achievable (досяжний)**
 - Навіщо ти хочеш реалізувати цю ціль?
 - Які вигоди і втрати можуть бути при її досягненні?
- R Revelant (релевантний)**
 - Чи реально досягти цієї цілі?
 - Чи маєш ти час і ресурси, щоб її реалізувати?
- T Time-bound (обмежений у часі)**
 - Який термін виконання мотивуватиме тебе?
 - Які дедлайни встановиш для окремих етапів?
- E Exciting (надихаючий)**
 - Що тебе захоплює в цій цілі? Яка її частина викликає в тебе емоційне піднесення?
- R Recorded (задокументований)**
 - Де ти запишеш свою ціль? Кому розкажеш про неї?

Наприкінці ведучий/ведуча просить учасників навести приклади для кожного з елементів моделі **SMARTER**.



Лідерство, Асертивність і Комунікація

Мета заняття: Посилення в учасників уміння ефективно впливати на своє оточення та вміння чітко комунікувати власні потреби й межі.

Цільова група: приблизно 30 осіб віком 14–19 років
Калькість ведучих: 2

Час, потрібний для проведення: 45 хвилин

Необхідні матеріали: Матеріали до вправи «**Будуємо дім і фігури**» (подані у **матеріалах для друку**), маркери й ручки, аркуші А4 та фліпчарти.

Підготовка:

- розподілити ролі між ведучими;
- оскільки заняття досить коротке, радимо працювати так, щоб одна людина проводила активності, а інша — готувала матеріали або стежила за часом;
- вирізати матеріали для вправи «**Будуємо дім і фігури**»;
- записати теми на фліпчартах для **групової дискусії** (детальніше описано в інструкції до вправи).



матеріали для друку





Лідерство, Асертивність і Комунікація

Збудуймо дім | 15 хвилин

Учасники отримують картки, на яких зазначені їхні вподобання щодо елементів, які має містити «дім»: форма, колір і тварина. Кожна особа має власні комбінації цих вподобань, наприклад:

- зелений і синій — гарні, червоний — негарний
- коло й квадрат — гарні, ромб — негарний
- коти й собаки — гарні, хом'яки — негарні

Завдання учасників — протягом перших 5 хвилин знайти собі пару так, щоб разом створити «спільний дім», який відповідає їхнім вподобанням (тобто вони обидва вважають його «гарним»).

Далі, упродовж наступних 5 хвилин, пари намагаються «розширити склад співмешканців» і знайти ще одну пару, яка поділяє їхні вподобання, формуючи групи по 4 особи.

Додаткова порада: Під час вправи варто мати ввімкнений таймер, а за можливості — вивести його на екран у залі (якщо є проектор). Коли час спливає, ведучі повинні чітко завершити вправу!

Перед переходом до наступної активності ведучі приділяють кілька хвилин обговоренню теми комунікації та асертивності. Для цього учасникам ставлять запитання:

- Чи вдалося вам знайти «співмешканця/співмешканців»?
- Що було легким, а що — складним у цій вправі?
- Чи доводилося вам встановлювати межі, коли чийсь вподобання не збігалися з вашими?
- Які подібні ситуації можна зустріти в реальному житті?





Лідерство, Асертивність і Комунікація

Фігури | 15 хвилин

Ведучі ділять групу на пари — найпростіше зробити це за тим, як учні сидять за партами.

Один учасник у парі отримує картку з конфігурацією фігур і має **словесно** пояснити другому, як намалювати цю фігуру (не показуючи зразок, який сам бачив!). Другий учасник малює лише те, що почує в інструкції. Після завершення пари порівнюють намальовану фігуру зі зразком.

На підсумок вправи учасники мають поділитися думками про те, який спосіб передачі інструкцій є найефективнішим та що допомагає забезпечити якісну комунікацію.

Дискусія в групах | 15 хвилин

Дискусія в групах | 15 хвилин

Ведучий/ведуча ділить групу на підгрупи по 5 осіб. Кожній підгрупі один із ведучих роздає фліпчарт із написаною темою

(Лідерство, Асертивність або Комунікація)
і одним із шести запитань:

а. **Лідерство**

- i. Навіщо групі потрібен лідер/лідерка?
- ii. Які риси має хороший лідер/лідерка?

б. **Комунікація**

- i. Що допомагає ефективній комунікації?
- ii. Що заважає комунікації?

с. **Асертивність**

- i. У яких ситуаціях асертивність є корисною?
- ii. Як бути асертивним/асертивною? Що можна сказати, щоб звучати асертивно?





Лідерство, Асертивність і Комунікація

Групи мають 10 хвилин, щоб записати свої висновки у формі карти думок.

Після завершення часу ведучі запрошують групи представити результати обговорення — кожна група презентує своє ключове поняття та відповіді на запитання.

Ведучі модерують обговорення результатів роботи кожної групи, доповнюючи їхні відповіді визначеннями та роздумами з попередніх вправ.

Приклади запитань для ведучих під час обговорення:

Лідерство: Запитай учасників, як вони почувалися в обох ролях під час вправи «Фігури».

Що допомагало досягти мети, а що — заважало?

Визначення: Лідерство як компетентність — це вміння керувати групою, формувати атмосферу довіри та надихати інших. Компетенції лідера охоплюють як м'які навички (емпатія, емоційний інтелект, вміння слухати), так і тверді навички (делегування завдань, ухвалення рішень).

Комунікація: Запитай, що таке комунікація.

Попроси навести приклади донесень, які сприяли виконанню вправ, і тих, що навпаки — ускладнювали її.

Визначення: Комунікативна компетентність — це здатність людини передавати інформацію так, щоб її коректно сприймали відповідно до ситуації та контексту спілкування.

Асертивність: Запитай, чи хтось раніше розмовляв із ними про асертивність. Чи вважають вони, що асертивність — це щось складне? Чи її можна опанувати?

Визначення: Асертивність — це вміння висловлювати власні межі та поважати межі інших. Під час розмови про межі інколи складно розрізнити асертивність від агресії чи пасивності





Тайм-менеджмент

Мета заняття: Ознайомити учасників із методами та техніками ефективного управління часом і перевагами, які з цього випливають.

Цільова група: приблизно 30 осіб віком 14–19 років

Калькість ведучих: 1-2

Час, потрібний для проведення: 45 хвилин

Необхідні матеріали: Матеріали для активностей (подані у **матеріалах для друку**), дошка/фліпчарт, маркери, стікери, за потреби — ноутбук для презентації.

Теоретичний вступ | 3 хвилини

“Унікальність часу полягає в тому, що він — обмежений і невідновний ресурс, над яким людина не має контролю. Час не можна замінити, зупинити, повернути назад, купити чи накопичити.

Важливо не стільки керувати часом, скільки робити те, що для нас справді важливе. Потрібно вміти розпоряджатися своїм часом так, щоб не доводилося шкодувати про згаяний час — а значить, і про згаяний життя.”

(Стоїнська Йоанна; «Управління часом і його значення для досягнення професійних та особистих цілей», Дебюти наукові студентів Вищої банківської школи, 2019)



матеріали для друку



Тайм-менеджмент

Аналіз власного дня | 10 хвилин

Кожен учасник отримує шаблон розкладу дня у формі 24-годинного циферблату. На його основі учасники позначають, як виглядає їхній типовий день, виділяючи різні сфери (наприклад: сон, ранок, школа, додаткові заняття, відпочинок тощо).

Важливо, щоб ведучий/ведуча під час вправи пояснював/пояснювала, що цей графік — не про кожен конкретний день, а лише спрощена схема.

Варто підкреслити, що вихідні або канікули можуть виглядати зовсім інакше — і це абсолютно нормально. У цьому завданні нам важливо створити модель найтипівішого, шкільного дня.





Тайм-менеджмент

Представлення переваг ефективного управління часом | 5 хвилин

Ведучий/ведуча ставить запитання:

«Що нам дає ефективне управління часом?»

Усі відповіді записуються на одній половині дошки/фліпчарту.

Якщо відповідей мало, ведучий може додати кілька прикладів самостійно.

Приклади:

Ефективність

Представлення перешкод в ефективному управлінні часом | 5 хвилин

Цього разу ведучий/ведуча ставить запитання:

«Що заважає нам ефективно управляти своїм часом?»

Відповіді записуються на другій половині дошки.

Добре звички

Дисципліна

Самоусвідомлення

Приклади перешкод:

- відсутність регулярності
- нестача самоконтролю
- брак мотивації, прокрастинація
- труднощі у визначенні пріоритетів
- завдання, надто «далекі» у майбутньому

Визначення пріоритетів

Ведучий/ведуча розпочинає коротку мозкову атаку, ставлячи запитання про те, яким чином можна позбутися цих перешкод.



Тайм-менеджмент

Техніки управління часом | 15 хвилин

Ведучий/ведуча ділить клас на групи по 3–5 осіб, після чого роздає кожній групі картку з однією випадково обраною технікою управління часом (Pomodoro, 60:40, «Золота година», 1+3, правило Парето). Кожна група має спробувати запланувати, наприклад, один день або тиждень/місяць, використовуючи отриману техніку.

Після завершення роботи групи презентують результати. Далі учасники — за заохоченням ведучого — можуть поділитися своїми думками, відповідаючи на запитання: Яку техніку ти вважаєш найефективнішою? Яку з них ти найохочіше використав(-ла) б у щоденному плануванні?

Рефлексія | 10 хвилин

Кожен учень пише на стікері, які враження отримав із заняття й що вважає найціннішим.

Стікери приклеюються на дошку, а ведучий/ведуча, групуючи відповіді за змістом, підводить підсумки заняття.





Особистий бренд

Мета заняття:

- 1) Ознайомити учасників із поняттями: «особистий бренд», «сфера діяльності/галузь», «самопрезентація»;
- 2) Пояснити, у яких ситуаціях і навіщо варто створювати та розвивати власний особистий бренд; навести приклади.

Цільова група: приблизно 30 осіб віком 14–19 років
Калькість ведучих: 1-2

Час, потрібний для проведення: 90 хвилин
(варто враховувати можливу перерву, особливо під час довшого заняття)

Необхідні матеріали: стікери, маркери, аркуші A4, паперова стрічка, ручки, м'ячик або антистрес-іграшка

Підготовка:

Роздрукувати матеріали та підготувати стікери з написаними ключовими поняттями.



матеріали до друку



Особистий бренд

Icebreaker | 10 хвилин

Ведучий/ведуча знайомиться з учасниками та передає їм м'якеньку іграшку або антистрес-м'яч. Завдання учасників — відповісти на запитання:

- «Як тебе звати?»
- «Що ти сьогодні їв/їла на сніданок?»

...і перекинути предмет наступній людині.

Після цього ведучий каже слово «Торнадо», і учні мають підвестися та пересісти на інше місце, щоб надалі працювати з іншою людиною, а не зі своїм сусідом по партії. (Варто пояснити це правило ще на початку заняття.) Можна наголосити, що особистий бренд — це насамперед взаємодія з різними людьми, а не лише з тими, кого вже знаєш.

Brainstorming | 15 хвилин

Спільний пошук відповіді на запитання:

«Що таке особистий бренд?». Ведучий/ведуча спрямовує дискусію так, щоб група сформулювала визначення, з яким усі згодні. Потім це визначення порівнюють із наведеним нижче:

“Особистий бренд, або personal branding, — це те, як нас бачать інші. Це створений, сформований людиною власний образ. Мета особистого бренду — щоб тебе добре сприймали люди, пов'язані з твоєю професійною діяльністю, наприклад роботодавці чи потенційні клієнти”

Джерело визначення(оригінал):

businessinsider.com.pl/prawo/podatki/czym-jest-marka-osobista/hvs8s2p





Особистий бренд

Ознайомлення з ключовими аспектами особистого бренду | 10 хвилин

Ведучий/ведуча розміщує на фліпчарті або дошці стікери з ключовими поняттями та аналізує їх разом із учасниками в ході дискусії. Пояснює терміни, уточнює, чи вони зрозумілі, і яку роль відіграють у формуванні особистого бренду:

1. **Пристрасті та інтереси** — важливі елементи ідентичності; їх усвідомлення допомагає будувати стосунки з іншими та розуміти, які теми є для нас справді значущими.
2. **Автентичність** — щире «бути собою», що дає впевненість, що нас оточують люди, які хочуть нам добра, цінують нас і ставляться з повагою.
3. **Сміливість** — щоб добре себе презентувати, часто потрібно проявляти ініціативу та мати відвагу «вийти за рамки». Це демонструє, що ми бачимо в собі позитивний потенціал, і це помічають інші.
4. **Харизма** — вміння «притягувати» до себе людей, заохочувати їх до нових партнерств і спільних дій.
5. **Ціль** — це **стан або результат, до якого людина прагне**. Під час планування особистого бренду важливо чітко визначити цілі (наприклад, охоплення якомога ширшої аудиторії або ділитися знаннями та досвідом з іншими). Завдяки цьому легше обирати відповідні кроки та активності, у які хочеться включитися.

*Після пояснення понять учасників запрошують провести їхній рейтинг, виділивши ті, що вони вважають найважливішими.



Особистий бренд

Дискусія: соціальні медіа у формуванні особистого бренду | 10 хвилин

1. У сучасну інтернет-еру важливо підкреслити усвідомленість у публікації та поширенні контенту.
 - i. Ознайомлення з поняттям **digital footprint**, яке ставить питання “Як би ми хотіли, щоб нас сприймав роботодавець?”
2. Представлення учням платформи **LinkedIn** - пояснення її призначення, можливостей.
 - i. Порівняння LinkedIn із онлайн-CV або портфоліо, а також із “бізнесовим Facebook’ом” (Платформа дозволяє автоматично згенерувати CV на основі профілю).
 - ii. Ознайомлення з поняттями: «**контакти**», «**нетворкінг**», «**галузь/сфера діяльності**».

Перерва | 5-15 хвилин

Створення особистих брендів | 20 хвилин

Поділені на групи по 3–5 осіб учні тягнуть картку з архетипом персонажа.

Їхнім завданням є створити для нього особистий бренд (використовуючи шаблон із **матеріалів для друку**), відповідаючи на запитання:

- Яка місія цієї людини / цього бренду? Що є його «родзинкою»?
 - Що виокремлює цю людину?
 - Який контент вона може публікувати в соцмережах, щоб правильно себе презентувати? Через які канали просуватися — Instagram, TikTok, YouTube, власний сайт або блог?
- 
- 



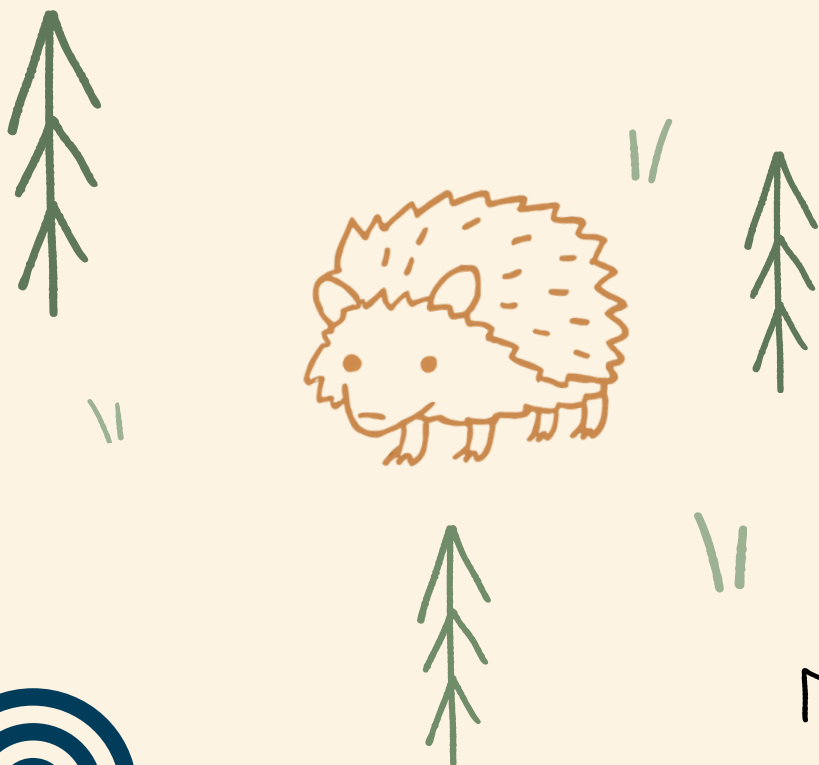
Особистий бренд

Презентація | 15 хвилин

Після підготовки «шаблонів» особистого бренду кожна група має одну хвилину (ведучий/ведуча може відміряти час таймером або секундоміром), щоб представити результати своєї командної роботи.

Рефлексія та зворотний зв'язок від учасників | 10 хвилин

Підсумок заняття від ведучого: заохочення учасників поділитися своїми враженнями та думками про тренінг, а також подяка за участь.





Планування шляху розвитку

Мета заняття: Розвиток усвідомлення власних цілей і потреб та вміння використовувати цю інформацію під час планування власного розвитку.

Конкретні цілі:

- Підвищення впевненості у прийнятті рішень, пов'язаних із саморозвитком;
- Краще розуміння власних цілей;
- Уміння керувати стресом і тиском;
- Отримання знань про можливості освітнього та професійного розвитку.

Цільова група: приблизно 30 осіб віком 14–19 років

Калькість ведучих: 1-2

Час, потрібний для проведення: 45 хвилин

Необхідні матеріали: щось, що можна кидати (наприклад, невеликий м'яч), аркуші паперу



матеріали до друку



Планування шляху розвитку

Icebreaker; розвиток | 10 хвилин

- Учні стають у коло.
- Ведучий/ведуча пояснює правила вправи:
 - Мета завдання — назвати якомога більше асоціацій, пов'язаних із розвитком і кар'єрою.
 - Людина, яка отримує предмет, швидко називає свою асоціацію й передає предмет далі.
 - Ведучий/ведуча передає м'яч або інший безпечний предмет першому учаснику й виходить за коло.
- Під час виголошення асоціацій ведучий записує їх на дошці.
- Вправа триває доти, доки ведучий/ведуча не вирішить, що асоціацій зібрано достатньо.

Підсумок: Вправа триває доти, доки ведучий/ведуча не вирішить, що асоціацій зібрано достатньо. Варто підкреслити, що розвиток може стосуватися різних сфер життя (наприклад: особистісного, професійного, соціального чи інтелектуального розвитку).

Планування власного розвитку | 25 хвилин

- На початку ведучий/ведуча знайомить групу з кейсом (розміщеним у QR-коді), який показує приклад людини та її багатовимірного розвитку.
- 
- 



Планування шляху розвитку

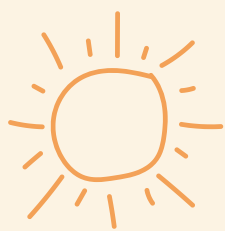
- Далі виконується індивідуальна вправа: ведучий/ведуча роздає кожному учаснику картку з надрукованою графікою (вона міститься у QR-коді на початку сценарію). Ведучий інструктує учасників почати відповідати на запитання «знизу» (від початку шляху). Учні записують свої відповіді у відповідних місцях на картці. Важливо у цьому процесі спостерігати за учасниками й підтримати тих, кому може бути складно сформулювати відповідь.

Питання:

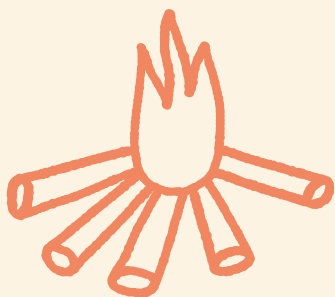
- До чого ти прагнеш?
- Яка твоя мрія? Ким ти хочеш бути?
- Які кроки потрібно зробити, щоб туди дійти? Що тобі для цього потрібно?
- Де ти зараз? Хто ти? Що ти робиш?
- Як ти сюди потрапив/потрапила?
- Ким ти був/була?

Рефлексія та коло зворотного зв'язку | 10 хвилин

- Передаючи м'яч або інший предмет по колу, учасники розпочинають процес рефлексії: кожен має поділитися однією фразою про свої враження або головну думку, яку він/вона запам'ятав(-ла) з цього заняття.
- 



Освітня гра





Освітня гра

Освітня гра **IKIGRAJ** — це інструмент, завдяки якому через гру в меморі та рефлексію над зібраними картками учасники можуть відкрити своє **ikigai** — місце, де зустрічаються їхні захоплення, навички, потреби світу та можливості заробітку.

Гра допомагає молодим людям краще пізнати себе та замислитися над своїм майбутнім.

Ikigai — це японська філософія, яка дослівно означає «причина жити».

Це концепція про пошук гармонії та задоволення шляхом поєднання того, що ти любиш, у чому ти добрий, що потрібно світу та за що тобі можуть платити.

Гра підходить для людей **будь-якого віку**, за один раз у неї можуть грати **від 2 до 4 осіб**, а тривалість (разом зі вступом і обговоренням) становить **від 25 до 45 хвилин**.

Гру можна використовувати під час різних занять, а спосіб обговорення залежить від їхнього контексту.

Приклади тем, де вона може бути корисною:

- планування освітнього або професійного розвитку;
- розвиток особистих інтересів, відкривання власних захоплень, соціальні компетентності;
- психічне здоров'я і стрес, профілактика вигорання.



Освітня гра

Як провести гру?

- Перед заняттям роздрукуйте всі матеріали.
- Поділіть групу згідно з інструкцією.
- Запитайте групу, чи знайома вона з правилами гри «меморі». Навіть якщо знайома, коротко нагадайте їх або попросіть когось із учасників пояснити. Якщо не знайома — поясніть самі. В обох випадках підкресліть, чим ця гра відрізняється від класичної гри в меморі (див. інструкцію).
- Дійте відповідно до правил підготовки гри (див. інструкцію), переконавшись, що всі готові й розуміють, що потрібно робити.
- Спостерігайте за першою фазою гри, а коли вона завершиться — привітайте учасників і перейдіть до другої частини.
- Розкажіть учасникам про концепцію *ikigai*, адаптуючи зміст до рівня та можливостей групи.
- Роздайте ігрові поля та поясніть принцип розміщення карток і заповнення відповідних частин таблиці. Підкресліть, що рефлексія має бути індивідуальною, і не існує «правильних» чи «неправильних» відповідей, особливо коли йдеться про інтерпретацію картинок. Дайте учасникам час на виконання завдання; у разі труднощів скеруйте їх за допомогою додаткових запитань (див. матеріали для друку).
- Запропонуйте учасникам (усім або охочим) поділитися своїм *ikigai*. Якщо комусь складно сформулювати відповідь, підтримайте його/її, поставивши допоміжні запитання або відкривши обговорення в групі. Можна ставити такі запитання:
 - Яке твоє захоплення? З чого воно складається?
 - Як думаєш, яка професія поєднує X і Y?
 - Як ти можеш реалізовувати місію Z?



Освітня гра

Як проводити гру? (продовження)

- Запропонуйте учасникам подумати над тим, чи мають вони ідеї, як поєднати всі чотири сфери **ikigai**. Заохотьте їх спробувати знайти хоча б **два поєднання**. Це гарний момент, щоб підвести до рефлексії про те, що шлях до ikigai може бути непростим (і так, це нормально), та нагадати, чому ця праця важлива. Залежно від потреб і рівня групи можна звернути увагу на поєднання трьох сфер:
 - Якщо те, що ти любиш, збігається з тим, у чому ти добрий, і світу це потрібно, але за це не хочуть платити, ти відчуваєш задоволення, але водночас — певну безпорадність.
 - Якщо те, що ти любиш робити, є тим, що потрібно світу і за що він готовий платити, але ти не є в цьому добрим, це викликає захоплення та самозадоволення, але також невпевненість.
 - Якщо те, що ти любиш робити, є тим, у чому ти добрий і що потрібно світу, але за це не хочуть платити, ти відчуватимеш радість і сенс, але не зможеш побудувати фінансову стабільність.
 - Якщо те, у чому ти добрий, є тим, що світ потребує і за що готовий платити, але ти насправді це не любиш, ти почуватимешся комфортно, але може з'явитися відчуття порожнечі.



Освітня гра

Як підсумувати гру?

- Підсумуйте заняття. Поставте запитання:
 - Що тобі потрібно робити, щоб у майбутньому займатися обраною тобою справою?
 - Як ми можемо дізнаватися, у чому ми добрі?
 - Де ми можемо відкривати нові захоплення?

Мета підсумку полягає не лише в тому, щоб учасники замислилися над собою та своїми відповідями про **ikigai**, але й у тому, щоб вони:

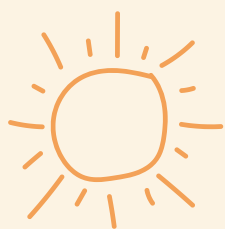
- розуміли, як можуть реалізовувати окремі сфери;
- вміли планувати подальші кроки, що наближають їх до поставлених цілей;
- усвідомлювали, де шукати знання, необхідні для пошуку власного ikigai.

Матеріали до друку:

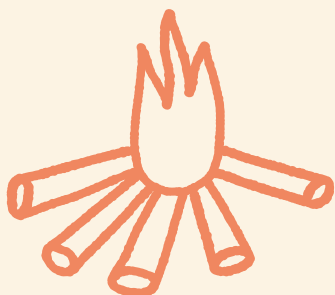
Рекомендуємо друкувати картки для гри в режимі 2 сторінки на одному аркуші.



матеріали до друку



Створення CV





Створення CV

Що таке CV (лат. curriculum vitae)?

CV — це документ, у якому ти подаєш свою освіту, навички, досвід та інтереси.

Його мета — показати роботодавцю, що ти є відповідною кандидатурою на певну посаду.

Для чого створюють CV?

CV надсилають тоді, коли хочуть отримати роботу, практику, стажування або інколи волонтерство.

Цей документ дозволяє роботодавцю:

- дізнатися, хто ти;
- ознайомитися з твоїми навичками та компетенціями;
- зрозуміти, чи підходиш ти на дану позицію.

Зазвичай наступним етапом є **співбесіда**.

Що має міститися у CV?

Основні розділи:

1. **Особисті дані:** ім'я, прізвище, номер телефону, адреса електронної пошти (e-mail має виглядати професійно, напр.: ім'я.прізвище@...).
2. **Освіта:** школа або заклад, у якому ти навчаєшся чи який закінчив/-ла. Можна також зазначити курси або тренінги, які ти проходив/-ла.
3. **Досвід (якщо є):** це може бути твоя перша робота, сезонна робота, практика, волонтерство або будь-що інше, що ти робив/-ла в рамках школи чи додаткових активностей.



Створення CV

Що робити, якщо у мене немає досвіду?

Відсутність досвіду не означає, що твоє CV буде порожнім. Є багато способів показати свої компетенції та довести, що ти можеш бути цінним кандидатом. Варто використати будь-яку активність, яка підтверджує твої навички та залученість.

Ось кілька прикладів:

- **волонтерство** — воно демонструє твою ініціативність та готовність долучатися до різних подій, акцій і проєктів; до того ж ти розвиваєш багато важливих м'яких навичок, наприклад співпрацю чи емпатію;
- **шкільні або позашкільні проєкти** — участь у таких ініціативах показує вміння працювати в команді, планувати та реалізовувати завдання;
- **конкурси, додаткові курси або тренінги** — підтверджують твою мотивацію до розвитку та бажання здобувати нові знання;
- **участь в організаціях чи гуртках** — демонструє, що ти активний/-на, зацікавлений/-на та маєш комунікаційні навички.



приклади CV



Дякуємо

**що ознайомилися
з нашою публікацією!**



Toolkit створено в межах проекту Солідарності
“**Życiowy Survival**”, який фінансується
Європейським Союзом і реалізується молоддю
у співпраці з **Fundacją Sempre a Frente**.

Автори методичних розробок і тулкіту:

Aleksandra Efir -----

Przemysław Celiński -----

Wiktor Szaniawski -----

Alicja Sadowska -----

Daniel Legut -----

Karina Szczepaniak -----

Kaja Możdżeń -----

Emilia Zielonka -----

Michał Perkuszewski -----

Patrycja Saran -----

**Дякуємо всім, хто підтримав реалізацію нашого
проекту!**

Agata Wiatr -----

Marcel Turski-Paprzycki -----

Stanislav Kapitonov -----

Kaja Szach -----

Jędrzej Szynkowski -----

Maksym Yankovenko -----

Контакт

E-mail: cirm@sempre.org.pl

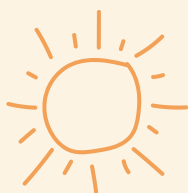
Номер Телефону: + 48 792 104 410

<https://www.facebook.com/cirmlublin>

https://www.instagram.com/_sempreaefrente_/



Dofinansowane przez
Unię Europejską



IN MY CAREER ERA

“Знаєш, у чому найбільша трагедія цього світу? Люди, які ніколи не відкрили того, що насправді хочуть робити і до чого мають здібності. Сини, які стають ковалями, бо їхні батьки були ковалями. Люди, які могли б чудово грати на флейті, старіють і помирають, так і не побачивши жодного музичного інструмента, тому стають опраччаними. Люди, наділені талантом, який вони ніколи не пізнають. А може, вони просто не народжуються в той час, у який могли б його відкрити.”

~ Terry Pratchett; “Рухомі образки”

I'M JUST
CLEVER



Проект “Życiowy Survival” було профінансовано за кошти Європейського Союзу. Висловлені погляди та думки є виключно думками авторів і не обов’язково відображають погляди чи позицію Європейського Союзу або Фондації розвитку системи освіти. Європейський Союз та орган, що надав фінансування, не несуть відповідальності за зміст.