



Bridging the gap - Nowe metody mentoringu dla młodych przedsiębiorców z branży kreatywnej

Raport podsumowujący

Profil zawodowy IO1 i standardy kompetencji dla Mentorów Przedsiębiorstw Kreatywnych w sektorze kultury i sektorze kreatywnym

STRESZCZENIE

Raport został opracowany przez Agencję Rozwoju Regionalnego Senec – Pezinok we współpracy z RINOVA



This project has been funded with support from the European Commission. This publication communication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Spis treści

Podziękowania i oświadczenie.....	3
A. PODSUMOWANIE	4
B. TŁO I KONTEKST PROBLEMU	5
1. Wprowadzenie	6
2. Najważniejsze ustalenia po badaniach w krajach partnerskich.....	7
2.1 Kluczowe ustalenia badawcze w krajach partnerskich	7
SŁOWACJA.....	7
HISZPANIA.....	8
POLSKA.....	8
WŁOCHY	9
GRECJA	10
WIELKA BRYTANIA.....	11
2.2. Model ramowy EntreComp.....	13
3. Profil zawodowy.....	16
4. Ramy kompetencji	22

Podziękowania i oświadczenie

Niniejszy raport został opracowany przez konsorcjum projektu Bridging the Gap, które składa się z:



Więcej informacji o projekcie oraz partnerach można znaleźć na stronie:

<https://www.bridgingthegapeurope.com/>

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Projekt został sfinansowany przy wsparciu Komisji Europejskiej. Niniejsza publikacja odzwierciedla jedynie poglądy autora, a Komisja nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek wykorzystanie zawartych w niej informacji.

A. PODSUMOWANIE

W niniejszym dokumencie została zdefiniowana i przedstawiona rola Mentora Przedsiębiorstw Kreatywnych (ang. Creative Enterprise Mentor, CEM), jako nowoutworzonej funkcji w powiązaniu z Europejskimi Ramami Kwalifikacji (EQF). Projekt zmierza do tego, aby możliwość wykorzystania umiejętności kreatywnych w przedsiębiorstwach stanowiła ważne i innowacyjne rozwiązanie dla wielu młodych ludzi, których wejście na rynek pracy jest poważnie utrudnione wskutek kryzysu gospodarczego z 2008 roku.

Dane, na których opiera się poniższy dokument, zgromadzono w okresie czterech miesięcy wiosną 2019 roku. W tym czasie przeprowadzono 36 wywiadów jakościowych w sześciu krajach europejskich. Daje to przegląd perspektyw wielu twórców zaangażowanych w działania w przemysłach kultury i kreatywnych (ang. CCI), podkreślając przekrojowe postrzeganie badanych zjawisk.

Z analizy zebranych danych wynika, że rola Mentora Przedsiębiorstw Kreatywnych (CEM) nie jest jasno określona i na ogół nie występuje jako specyficzne stanowisko bądź zawód w żadnym z krajów partnerskich. Nasi rozmówcy odnosili się jednak do potencjalnej roli CEM w przyszłości podkreślając jego podstawowe kompetencje oraz obowiązki. Zostały one wyszczególnione w osobnych tabelach dotyczących profilu zawodowego i ram kompetencji. W opinii ekspertów zajmujących się tym tematem podstawowymi cechami CEM powinny być wykształcenie, doświadczenie w branży kultury i branży twórczej, empatia, umiejętności cyfrowe oraz doświadczenie biznesowe.

Niniejszy projekt wypełnia istniejącą lukę w zapotrzebowaniu rynku pracy wzmacniając profil zawodowy i rozwój zawodowy Mentorów Przedsiębiorstw Kreatywnych. Co więcej, poprzez rozwijanie umiejętności kreatywnych stara się on inspirować innowacyjne sposoby pokonywania barier społecznych, geograficznych i gospodarczych, z którymi stykają się młodzi ludzie, gdy w ich grupie wiekowej panuje wysokie bezrobocie.

B. TŁO I KONTEKST PROBLEMU

W komunikacie Komisji Europejskiej „Nowe podejście do edukacji: inwestowanie w umiejętności na rzecz lepszych wyników społeczno-gospodarczych” czytamy, że „europejskie systemy kształcenia i szkolenia nadal nie są w stanie zapewnić odpowiednich umiejętności w zakresie zdolności do zatrudnienia i nie są należycie skorelowane z potrzebami biznesu... To niedopasowanie umiejętności coraz bardziej przekłada się na europejską konkurencyjność”.

Sektor kultury i sektor kreatywny ogólnie rzecz biorąc charakteryzują się: silną międzysektorowością cech, znacznym udziałem mikroprzedsiębiorstw oraz twórców samozatrudnionych (najwyższa liczba samozatrudnionych spośród wszystkich innych sektorów), stosunkowo niskim kapitałem początkowym, wysoką wartością dodaną i zrównoważoną produktywnością. To wymaga podejmowania działań takich jak niniejszy projekt (BtG) rozwijających umiejętności przekrojowe i przedsiębiorcze, które przyczyniają się do tworzenia nowych firm i zwiększania szans młodych ludzi na zatrudnienie.

Profil zawodowy i standardy kompetencji dla Mentorów Przedsiębiorstw Kreatywnych koncentrują się na tych osobach, które pracują - poza formalnym systemem kształcenia - z młodymi ludźmi napotykającymi bariery przy wejściu do branż kreatywnych. Bariery te są związane z różnicami geograficznymi i społeczno-ekonomicznymi oraz ze strukturami i praktykami branżowymi.

Agencja Rozwoju Regionalnego Senec-Pezinok (Słowacja) wzięła odpowiedzialność za stworzenie profilu zawodowego i standardów kompetencji dla Mentorów Przedsiębiorstw Kreatywnych w sektorze kultury i sektorze kreatywnym. Doprecyzowanie roli tych mentorów pozwoli zidentyfikować kluczowe dla ich skuteczności kompetencje, w tym umiejętności, wiedzę i podejście do różnych obszarów ich przyszłej działalności.

1. Wprowadzenie

Badanie to jest odpowiedzią na rosnące znaczenie gospodarki kreatywnej i bardzo specyficznej roli przemysłów kultury i kreatywnych, jako narzędzia zdolnego sprostać obecnym i przyszłym wyzwaniom, przed jakimi stoi Europa. Zapewnia ono lepsze zrozumienie funkcjonowania i specyficznych potrzeb branży, zwłaszcza małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP). Głównym celem badania jest rozwój zawodowy nowo powstałej roli Mentora Przedsiębiorstw Kreatywnych dla sektora kulturalnego i kreatywnego.

Powszechnie wiadomo, że przedsiębiorcy z sektorów kultury i kreatywnych mają specyficzne cechy: działają w trudnych warunkach rynkowych, wytwarzają dobra, które są z natury „kulturowe”, pracują z ludźmi, którzy często są bardziej zorientowani na treść niż na zysk i zazwyczaj tworzą bardzo małe firmy działające w oparciu o istniejące sieci gospodarcze. Dlatego też rola Mentora Przedsiębiorstw Kreatywnych jest niezwykle potrzebna zarówno twórcom, artystom jak i kreatywnym przedsiębiorcom, tak, aby wyposażyć ich w konkretne umiejętności i kluczowe kompetencje niezbędne w trakcie ich kariery i łączące daną osobę z rynkiem pracy.

Agencja Rozwoju Regionalnego Senec-Pezinok (Słowacja) jest odpowiedzialna za opracowanie profilu zawodowego i ram kompetencji dla Mentora Przedsiębiorstw Kreatywnych zawartych w tym dokumencie.

2. Najważniejsze ustalenia po badaniach w krajach partnerskich

W świetle badań przeprowadzonych w okresie od stycznia do maja 2019 r. we wszystkich krajach partnerskich projektu BtG rola Mentora Przedsiębiorstw Kreatywnych nie jest jasno określona i na ogół nie występuje, jako osobne stanowisko. Największymi barierami ograniczającymi kreatywnych ludzi w możliwościach zatrudnienia i rozwoju zawodowego w sektorze kultury i branży twórczej są: brak kompleksowego systemu, który wspierałby rozwój zawodowy młodych artystów, a także brak formalnych kwalifikacji, wykształcenia lub szkoleń, aby zostać mentorem lub trenerem.

Występują tutaj niewielkie różnice pomiędzy badanymi krajami. Respondenci w niektórych z nich twierdzą, że w ich krajach występują osoby pełniące rolę swego rodzaju doradców, doradców zawodowych, profesjonalnych doradców biznesowych lub ogólnego mentora biznesowego. W zakres ich pracy, w żadnym z krajów, nie wchodził jednak 'Mentor Przedsiębiorstw Kreatywnych'. Wszystkie kraje partnerskie zgadzają się jednak co do konkretnych kompetencji, zdolności i podejścia wymaganych do pełnienia tej funkcji. W kolejnych sekcjach zostaną przedstawione krótkie ustalenia dotyczące danego kraju.

2.1 Kluczowe ustalenia badawcze w krajach partnerskich

SŁOWACJA

Rola Mentora Przedsiębiorstw Kreatywnych nie została jeszcze doceniona przez słowacki system edukacji oraz system szkolenia zawodowego, nie znalazła także odbicia w słowackich klasyfikacjach zawodowych. Dane zebrane podczas wywiadów pokazały, że Mentor Przedsiębiorstw Kreatywnych powinien być osobą, która jednocześnie posiada umiejętności biznesowe i kreatywne. Powinien być także w stanie pośredniczyć między podmiotami gospodarczymi a branżą kreatywną.

Osoby, z którymi przeprowadzono wywiady, podzielają mniej więcej tę samą opinię na temat roli mentorów oraz ich obowiązków oraz kompetencji w sektorze kultury i kreatywnym. Jako najważniejsze cechy, które są przydatne w rozwoju takich osób wymieniają: empatię, umiejętności twarde (zdobycie doświadczenia na wszystkich obszarach sektora kreatywnego), umiejętność aktywnego słuchania, przekazywania oraz otrzymywania informacji zwrotnych, dobre umiejętności komunikacyjne, cierpliwość i umiejętność pracy zespołowej.

Według większości rozmówców ze Słowacji umiejętności, wiedza i obycie w działalności biznesowej są najważniejsze. Kilkakrotnie podkreślano, że obycie w biznesie może być zawsze przydatne. Nie musi to oznaczać pełnego wykształcenia biznesowego, ale raczej doświadczenie w biznesie, także w przemyśle kreatywnym. Rozmówcy wspomnieli, że ważne jest również, aby nie pozostać teoretykiem, ale zawsze mieć na podorzędu dobre przykłady, które pomagają rozbudzić wyobraźnię i motywację ludzi.

Rozmówcy słowaccy uważają, że twórcy muszą zrozumieć język biznesowy i posiadać podstawowe umiejętności administracyjne, tak, aby samodzielnie wykonać projekt i obsłużyć związaną z tym „papierkową robotę”. Co więcej, to twórcy muszą według nich wiedzieć, jak się zaprezentować i jak podnieść świadomość innych, tez swoich potencjalnych odbiorców, na temat świadczonych usług. Wszystkie te działania powinny iść w parze z nieformalnym sposobem bycia typowym dla osób twórczych.

Stwierdzili również, że także menedżerowie kultury są osobami, do których – pomimo wszystko – taki typ projektu jak BtG może być adresowany przy pewnej dozie wysiłku i że osobom działającym w obszarze

przemysłów kreatywnych na Słowacji brakuje mentalności przedsiębiorczej. Mają oni jednak kreatywne wykształcenie, a ponadto dysponują również umiejętnościami biznesowymi. Możemy powiedzieć, że jest w nich zintegrowane zarówno podejście produkcyjne, jak i biznesowe, ponieważ jest to ich zawód.

HISZPANIA

Podobnie jak na Słowacji, szkolenia, kursy lub inne tego typu formy kształcenia do zawodu „Mentora Przedsiębiorstw Kreatywnych” są w Hiszpanii zupełnie nieznanne. Chociaż istnieje krajowy rejestr mentorów o nazwie AMCES (akronim od hiszpańskiego Stowarzyszenia Mentoringu i Doradztwa) zrzeszający około tysiąca zarejestrowanych mentorów, jego obszar działania to biznes i ekonomia społeczna.

Zgodnie z hiszpańskimi ustaleniami w trakcie zrealizowanego badania w projekcie BtG - z jednej strony, Mentorzy Przedsiębiorstw Kreatywnych muszą być w stanie nawiązywać, monitorować i utrzymywać kontakty biznesowe w branży. Z drugiej strony powinni oni szukać konstruktywnych informacji zwrotnych na ten temat od odpowiednich osób i oceniać te informacje zwrotne, aby określić potrzeby rozwojowe firm.

Ponadto, aby działać skutecznie, mentor powinien łączyć następujące cechy: aktywne słuchanie, umiejętność wczuwania się w rolę przedsiębiorcy, wyczulenie na informację zwrotną, umiejętność używania odpowiedniego języka w danej chwili i opieranie się na własnym doświadczeniu.

W odniesieniu do kwestii zatrudnienia mentorzy mogą znaleźć wiele możliwości zatrudnienia w Hiszpanii. Istnieje tam obecnie instytucja zwana Enterprise Acceleration Bubble (w wolnym tłumaczeniu „banka przyspieszająca przedsiębiorstwa”). Mentorzy mogą, więc znaleźć pracę przy prowadzeniu rozmów oraz działań w każdym przedsiębiorstwie związanym z tą instytucją.

POLSKA

W Polsce istnieje system ogólnego poradnictwa zawodowego, za który obecnie odpowiadają dwa ministerstwa: Ministerstwo Edukacji (doradztwo dla dzieci i młodzieży) oraz Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej (doradztwo dla dorosłych, głównie za pośrednictwem publicznych służb zatrudnienia). Jednak nazwy doradca zawodowy lub pośrednik pracy są bardziej związane z systemem doradztwa realizowanym przez służby publiczne i raczej nieadekwatne do profilu osoby zatrudnionej w sektorze kreatywnym, którego zakres obowiązków został określony w badaniach (patrz rozdziały 3 i 4).

Według polskich rozmówców artyści są paradoksalnie wyposażeni w funkcje pożądane w biznesie, takie jak kreatywność, rozwinięta wyobraźnia i niekonwencjonalne myślenie. Osoby z osobowością artystyczną mają zazwyczaj zdolność do głębokiej refleksji i uczenia się w oparciu o wcześniejsze doświadczenia. Wiedzą, jak wyciągać wnioski i oceniać konsekwencje podejmowanych działań. Problemem jest zastosowanie tych cech w praktyce biznesowej. Mentor Przedsiębiorstw Kreatywnych powinien, zatem oprócz dobrej znajomości lokalnego rynku pracy posiadać głęboką wiedzę związaną z procedurami HR i rekrutacji, prawem pracy, a także takie umiejętności jak: prowadzenie skutecznych negocjacji i rozmów kwalifikacyjnych, umiejętności komunikacyjne, umiejętności zarządzania czasem itp.

Warto wspomnieć, że pracodawcy w sektorach kultury i kreatywnym w Polsce to przede wszystkim publiczne instytucje kultury. Niektóre z nich działają w skali kraju, ale większość to miejskie lub komunalne ośrodki kultury, domy kultury itp. Niektóre instytucje prowadzone przez prywatnych inwestorów działają od niedawna, a sektor pozarządowy powoli staje się ważnym pracodawcą (niestety liczba organizacji kulturalnych w Polsce maleje i występuje tendencja do poszerzania ich oferty o różne usługi niezwiązane z kulturą, co wynika głównie z rosnących trudności w pozyskiwaniu funduszy na niezależne działania kulturalne). Artyści

oraz pracownicy kreatywni mogą znaleźć zatrudnienie także w podmiotach prowadzących szeroko pojętą edukację artystyczną i kulturalną (szkoły, akademie sztuki, pozalekcyjne centra edukacji młodzieżowej itp.) oraz, w mniejszym stopniu, w różnych działach instytucji samorządowych (np. wydziały kultury, stanowiska artystów miejskich itp.)

Umiejętności niezbędne do osiągnięcia sukcesu zawodowego i finansowego w sektorze kultury i sektorze kreatywnym dotyczą trzech głównych obszarów. Pierwszy z nich obejmuje zagadnienia związane z ogólną działalnością gospodarczą, w szczególności wiedzę i umiejętności dotyczące rynku i otoczenia biznesowego. W ten zakres wchodzi wiele aspektów dotyczących prawa (własność intelektualna, prawo autorskie, umowy cywilnoprawne, egzekwowanie roszczeń itp.), marketingu (metody i kanały promowania działań twórczych, media społecznościowe itp.), księgowości (formy działalności gospodarczej, ubezpieczenia i podatki, współpraca z biurem rachunkowym, ulgi podatkowe itp.) oraz zarządzania (biznes plan, efektywne zarządzanie zespołem i zasobami, finansowanie operacji np. z funduszy europejskich, preferencyjne pożyczki itp.). Drugi obszar obejmuje umiejętności związane ze specyfiką sektora kultury i sektora kreatywnego, na przykład rozwój widowni lub crowdsourcing (metody angażowania widzów i komunikacji z nimi). Trzeci obszar obejmuje umiejętności komunikacyjne, takie jak projektowanie usług i budowanie narracji.

WŁOCHY

Podobnie jak w innych analizowanych krajach, we włoskim systemie prawnym profesja zawodowego mentora nie jest uwzględniona. Nie ma też funkcji profesjonalnego konsultanta dla przedsiębiorstw kulturalnych oraz kreatywnych. Przyczyną takiego stanu rzeczy jest prawdopodobnie fakt, że w ustawodawstwie włoskim omawiany tu sektor został wyodrębniony niedawno, a wszystkie powiązane z nim usługi nie są jeszcze formalnie uznawane. Jednakże na uniwersytetach spotkamy już kursy lub programy magisterskie poświęcone temu tematowi.

W świetle wywiadów z włoskimi respondentami mentor powinien być przedsiębiorcą z sektora przemysłów kultury i kreatywnych (w tym freelancerem), który prowadził zarówno działania twórcze lub artystyczne, jak i działalność gospodarczą.

Mentorzy Przedsiębiorstw Kreatywnych są postrzegani przez włoskich rozmówców, jako pośrednicy, muszą, więc oprócz języka twórców i artystów znać także język przedsiębiorców. Podczas wywiadów podkreślano także konieczność umiejętności pracy w zespole, ponieważ wielu młodych artystów i twórców zawsze pracowało samodzielnie, nie miało doświadczenia w pracy grupowej i nigdy nie znalazło się w sytuacji, w której musieliby zarządzać klientem lub finansami organizacji.

Powszechne było też przekonanie, że rola mentorów i osób ułatwiających działalność przedsiębiorstwa jest potrzebna, albowiem włoska gospodarka kreatywna jest zbyt słaba jeśli chodzi o wchodzenie na rynek, nie do końca zrównoważona i zbyt zależna od finansowania publicznego. Potrzebuje ona dostępu do europejskich i międzynarodowych rynków oraz sieci gospodarczych. Usługi mentoringu są zatem coraz częściej pożądane przez sektor, a organizacje prywatne i publiczne powoli zaczynają ich dostarczać.

Według włoskich rozmówców sektor kreatywny poszukuje:

- **Umiejętności przedsiębiorczych** (zależy to od mniej lub bardziej startupowego profilu organizacji — np. producent gier wideo będzie bardziej atrakcyjny dla inwestora, podczas gdy firma teatralna będzie bardziej myśleć o własnym zrównoważonym rozwoju i możliwości inwestowania niewielkich środków w nowe projekty artystyczne bez uzależnienia od pieniędzy publicznych)

- **Umiejętności cyfrowych** (jak stosować nowe technologie w sztuce i kulturze, ale także jak korzystać z nowych technologii w celu zaangażowania odbiorców)
- **Umiejętności umiędzynarodowienia** (jak sprzedawać na rynki zagraniczne, jak wejść w sieć globalną, jak uruchomić fundusze na współpracę europejską)
- **Umiejętności międzysektorowej wymiany pomysłów i doświadczeń** (jak stosować kreatywność w innych sektorach gospodarki, jak wspierać innowacje poprzez kreatywność)

Głównym punktem odniesienia dla umiejętności przedsiębiorczych we Włoszech jest dokument „EntreComp”. W wielu projektach, w które zaangażowani są mentorzy, EntreComp odpowiadał właśnie za określenie kompetencji, których będą potrzebować młodzi profesjonalisci (patrz sekcja 2.2).

GRECJA

W Grecji nie został określony formalny profil zawodowy dla mentora w sektorze kultury i kreatywnym. Jednak wszyscy greccy rozmówcy pełnią taką rolę mentora bez certyfikacji lub otwarcie sprecyzowanych kwalifikacji przewidzianych w ramach kwalifikacji. Nie ma także specjalnej oferty edukacyjnej dla mentorów w sektorze kreatywnym. Ci ostatni zazwyczaj uczęszczają na nieformalne kursy szkoleniowe skupione na mentoringu ogólnym, a nie na mentoringu w branży kultury.

Działalność w przedsiębiorstwach kreatywnych oprócz umiejętności o charakterze przedsiębiorczym w znacznym stopniu wymaga wiedzy w zakresie technologii informacyjnych i komunikacyjnych (ICT). Większość menedżerów uważa kreatywność swoich pracowników i swoją za wystarczającą, ale w rzeczywistości jest ona ograniczona przez zdolność do przekładania kreatywności na rzeczywiste wyniki gospodarcze. Podstawowym problemem jest tutaj brak wiedzy w zakresie sprzedaży swoich produktów, identyfikacja potrzeb rynkowych i analiza konkurencji. Bez tych umiejętności pracownicy kreatywni są znacznie mniej konkurencyjni, zwłaszcza w porównaniu z firmami zagranicznymi działającymi w ich branży.

Kolejną kwestią związaną z umiejętnościami biznesowymi jest bardzo ograniczony eksport. Tylko jeden z rozmówców był w stanie prowadzić lub rozszerzyć swoją działalność za granicą. Większość uważała to za bardzo trudny i ryzykowny krok, więc ich działalność ograniczała się tylko do terytorium Grecji lub nawet jedynie do jednego z jej regionów.

Respondenci greccy zidentyfikowali następujące pożądane cechy mentora przedsiębiorstw kreatywnych:

- a. Wszyscy rozmówcy byli zgodni, że mentor powinien mieć dogłębną **znajomość formy sztuki**, którą się zajmują jego podopieczni. Mentor powinien być dobrze poinformowany na wielu różnych poziomach.
- b. Oprócz teoretycznego kontekstu wiedzy mentora, absolutnie konieczne jest jego **wystarczające doświadczenie praktyczne** w tym zakresie. Kompetencja ta wiąże się z praktycznym aspektem przedsiębiorstw kreatywnych, w tym przydatności na rynku pracy.
- c. Mentor musi rozumieć **znaczenie uczenia się przez całe życie** (*longlife learning*). Jego/jej wiedza oraz umiejętności muszą być stale „aktualizowane”, w przeciwnym razie staną się przestarzałe na wielu poziomach, takich jak praktyka działań, promocja pracy itp. Ponadto funkcja ta jest dwukierunkowa, ponieważ mentor musi uczyć swoich podopiecznych jak wzbogacać ich własną wiedzę i doświadczenie. Zgodnie z wynikami badania to „uczenie się przez całe życie” obejmuje dwie podkategorie: uczenie się poprzez **podróże zagraniczne** oraz uczenie się poprzez wymianę doświadczeń i **współpracę**. Te dwa

podejścia składają się na ciągły proces uczenia się: podróże za granicę poszerzają horyzonty, a tym samym otwierają na nowe bodźce, które pomagają w tworzeniu profilu zawodowego. Mentor powinien także uczyć swoich podopiecznych, że muszą oni stale nawiązywać współpracę i budować znaczenie własnej marki. Z jednej strony muszą współpracować, ponieważ bycie profesjonalistą w sektorze kreatywnym wiąże się z wieloma aspektami, w których mają pewne braki (np. public relations itp.). Z drugiej strony artysta może czerpać korzyści ze współpracy z innymi artystami poprzez wymianę wiedzy i dobrych praktyk. Mentoring obejmuje również przekazywanie wiedzy, jak być częścią zespołu i skutecznie w nim funkcjonować.

- d. Mentor musi posiadać umiejętność przekazywania swoim podopiecznym **wiedzy teoretycznej oraz praktycznej**. Większość respondentów określiła tę umiejętność jako fundamentalną, podając przykłady ludzi, którzy zawiedli jako mentorzy pomimo ich głębokiej i wielowymiarowej wiedzy.
- e. Pomiędzy mentorem a podopiecznym musi panować **relacja wzajemnego zaufania i szacunku**. Te dwa czynniki były ze sobą łączone, ponieważ tworzą pewien rodzaj wzajemnej więzi, dzięki której mentor i podopieczny mogą się wzajem uczyć i być otwartymi na siebie. W tym miejscu warto wspomnieć, że podczas całego procesu mentoringu doświadczenie edukacyjne jest wzajemne, obie strony uczą się od siebie i wymieniają się wiedzą.
- f. Mentorzy muszą działać jako brakujące ogniwa między rynkiem pracy a artystami. Mentorzy powinni być w stanie **rozpoznać potrzeby rynku pracy** i odpowiednio przeszkolić podopiecznych. W tym punkcie warto przytoczyć ciekawą konkluzję jednego z rozmówców: *„Przedsiębiorstwo oznacza odpowiadanie na potrzeby rynku pracy, zaspokojenie pewnego istniejącego popytu (...). Trzeba być świadomym potrzeb rynku pracy”*. Jednak ten sam rozmówca wskazał, że ten proces przebiega w obie strony: otóż mentor musi znaleźć sposób „wygenerowania” **potrzeby na rynku pracy**, aby utworzyć połączenia z przyszłymi profesjonalnymi artystami. W tym kontekście innym obowiązkiem mentora jest *„wydobycie ze społeczeństwa potrzeby zwrócenia się ku sztuce”*.
- g. Innym elementem odnotowanym w trakcie badań w Grecji była gotowość mentora do **dzielenia się swoją wiedzą**. Mentor musi zdawać sobie sprawę, że jego obowiązkiem jest „utorowanie drogi” tym, którzy podążają za nim. Powyższe oznacza, że musi on/ona zdać sobie sprawę, że - jak to ujął jeden z rozmówców - *„artyści wchodzą do świata sztuki jako służący...”*. Stąd konkluzja, że mentorom potrzebny jest pewien poziom dojrzałości — tak aby uświadomili sobie, że wiedza (zarówno teoretyczna, jak i praktyczna) powinna być przekazana następnemu pokoleniu. W końcu większość respondentów miała mentorów, którzy „kształtowali” ich jako artystów.

WIELKA BRYTANIA

Niniejsze podsumowanie daje jedynie wgląd w zagadnienie wsparcia dla biznesu w Anglii. Większość osób biorących udział w wywiadach w Wielkiej Brytanii nie posiada żadnych formalnych mentorskich kwalifikacji i wydaje się, że dojrzała do pełnienia tych funkcji robiąc to, przynajmniej początkowo, nieformalnie — poprzez pracę w branży.

W trakcie szerokich badań zrealizowanych w Wielkiej Brytanii przez Coventry University Business School zidentyfikowano 80 programów specjalistycznego wsparcia biznesowego, skierowanych do sektora kultury i kreatywnego. To sprawia, że ustalenia w ramach niniejszego badania z Wielkiej Brytanii różnią się od sytuacji w pozostałych badanych krajach. W Wielkiej Brytanii opisywany typ mentoringu wydaje się mieć największe wsparcie ze strony rządu; największa też jest ilość dostępnych danych na ten temat.

O roli Mentora Przedsiębiorstw Kreatywnych mogą świadczyć wyniki badań zebranych przez Departament Kultury Mediów i Sportu, które miały określić jakie elementy najlepiej funkcjonują w procesie wspierania biznesowego dla sektora kultury i kreatywnego. Większość ankietowanych uznała, że rola mentora jest ważna dla rozwoju tych branż, ale także innych. Jeśli chodzi o miejsce Mentora Przedsiębiorstw Kreatywnych w klasyfikacji zawodów, w Wielkiej Brytanii wszystkie zawody są zaszeregowane zgodnie ze standardowymi kodami klasyfikacji zawodów (SOC). Zostały one ostatnio zaktualizowane w 2010 r., nie odzwierciedlają więc należycie wpływu cyfryzacji na tempo zmian w strukturze gospodarki. Wiele ról w sektorze kultury i kreatywnym nie znajduje więc odbicia w kodach SOC, nie istnieją także osobne kody SOC dla doradców lub mentorów, szczególnie tych związanych z dziedziną kreatywności i kultury.

W chwili obecnej w Wielkiej Brytanii istnieją akredytowane kwalifikacje oraz struktura zawodowa dla karier zawodowych i specjalistów doradztwa biznesowego. Jednak te stanowiska pracy nie są zawężone do sektora kulturalnego i kreatywnego. Rola Mentora Przedsiębiorstw Kreatywnych jest zatem niezbędna, aby zaspokoić potrzeby młodych twórców w zakresie przedsiębiorczości i przyczynić się do zakładania nowych przedsiębiorstw kreatywnych.

Opierając się na tych danych, a także na doświadczeniach Mentorów Przedsiębiorstw Kreatywnych z innych krajów można założyć, że mentorzy w Wielkiej Brytanii powinni być ze wszech miar pomocni w szerokim rozumieniu tego słowa, rozumieć swoich odbiorców i być pewni siebie. Nacisk jest tu kładziony także na znaczenie umiejętności budowania relacji przy użyciu zdolności komunikacyjnych w tym cierpliwości, umiejętności motywowania, słuchania itp.

Warto również wspomnieć o obecnej sytuacji w Wielkiej Brytanii związanej z wpływem Brexitu. Branże kreatywne i kulturalne w dużym stopniu opierają się na swobodnym międzynarodowym ruchu artystów oraz producentów, a także na międzynarodowej wymianie kulturalnej. Badania wykazały, że ponad 90% pracodawców z branży kreatywnej wolałoby, aby Wielka Brytania pozostała w Unii Europejskiej.

2.2. Model ramowy EntreComp

Niniejszy podrozdział przedstawia model ramowy EntreComp i kluczowe charakterystyki efektów kształcenia, które zostały na nim oparte. Dane pochodzące z tych badań jasno pokazują obowiązki i kompetencje wpisane w przyszłą „mapę” mentora pod względem zidentyfikowanych deskryptorów (wyrażeń kluczowych) w ramach EntreComp. Model ramowy EntreComp opisuje kompetencje przedsiębiorcze, które Mentor Przedsiębiorstw Kreatywnych będzie rozwijać w podopiecznym. Jednak wiele z tych kompetencji musi posiadać sam mentor, od którego oczekuje się doświadczenia w zakresie przedsiębiorczości i dogłębnego zrozumienia jej specyfiki.

Według wywiadów, zwłaszcza tych przeprowadzonych we Włoszech i Grecji, główne działania i obowiązki oparte na ramach modelu EntreComp można podsumować w następujący sposób:

Kompetencje	Co powinno się robić?	Deskrytory (wyrażenia kluczowe)
Dostrzeganie szans	Wykorzystywanie własnej wyobraźni i umiejętności, aby zidentyfikować możliwości tworzenia wartości	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zidentyfikuj i wykorzystaj okazje do tworzenia wartości, eksplorując krajobraz kulturowy ▪ Określ potrzeby i wyzwania, które należy spełnić ▪ Stwórz nowe połączenia i połącz rozproszone elementy krajobrazu, aby stworzyć możliwości tworzenia wartości
Kreatywność	Tworzenie kreatywnych idei	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Opracuj kilka pomysłów oraz możliwości tworzenia wartości, w tym lepszych rozwiązań istniejących i nowych wyzwań ▪ Przeglądaj i eksperymentuj z innowacyjnymi podejściami ▪ Połącz wiedzę i zasoby, aby osiągnąć wartościowe efekty
Wizja	Praca nad swoją wizją przyszłości	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wyobraź sobie przyszłość ▪ Opracuj wizję, aby przekształcić pomysły w działanie ▪ Wizualizuj przyszłe scenariusze, aby pomóc kierować wysiłkiem i działaniem
Ocena pomysłów	Wykorzystywanie w jak największym stopniu pomysłów i możliwości	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Szacuj wartość w kategoriach społecznych, kulturowych oraz ekonomicznych ▪ Rozpoznaj potencjał, jaki posiada dana idea w tworzeniu wartości i określ odpowiednie sposoby maksymalnego jej wykorzystania

Myślenie etyczne i zrównoważone	Dokonywanie oceny konsekwencji i wpływu pomysłów, możliwości oraz działań	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rozważ konsekwencje pomysłów, które przynoszą wartość i wpływ działań przedsiębiorczych na docelową społeczność, rynek, społeczeństwo i środowisko ▪ Zastanów się nad tym, jak zrównoważone są długoterminowe cele kulturowe i jaki jest obrany kierunek działań ▪ Postępuj odpowiedzialnie
Radzenie sobie z niepewnością, niejednoznacznością i ryzykiem	Podjmowanie decyzji dotyczących niepewności, niejednoznaczności i ryzyka	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Podejmuj decyzje, gdy ich wynik jest niepewny, gdy dostępne informacje są częściowe lub niejednoznaczne, lub gdy istnieje ryzyko uzyskania niezamierzonych wyników ▪ W procesie tworzenia wartości uwzględnij już od wczesnych etapów ustrukturyzowane sposoby testowania pomysłów i prototypów, aby zmniejszyć ryzyko niepowodzenia ▪ Szybko i elastycznie radź sobie z dynamicznie rozwijającymi się sytuacjami
Samoświadomość i własna skuteczność	Kontynuowanie rozwoju	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zastanów się nad swoimi potrzebami, aspiracjami i pragnieniami w krótkim, średnim i długim okresie ▪ Identyfikuj i oceniaj mocne i słabe strony swoich podopiecznych
Wiedza finansowa i ekonomiczna	Rozwijanie swojej wiedzy finansowej i ekonomicznej	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Oszacuj koszty przekształcenia pomysłu w działalność tworzącą wartość ▪ Planuj, wdrażaj i oceniaj decyzje finansowe w danym horyzoncie czasowym ▪ Zarządzaj finansowaniem, aby upewnić się, że twoja działalność tworząca wartość może trwać przez dłuższy czas
Motywacja	Bycie skupionym oraz niepoddawanie się	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bądź zdeterminowany, aby przemienić kreatywne pomysły w działanie i zaspokoić swoją potrzebę osiągnięcia celów

Gromadzenie zasobów	Gromadzenie potrzebnych zasobów i zarządzanie nimi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pozyskuj zasoby materialne, niematerialne i cyfrowe niezbędne do przekształcenia pomysłów w działanie i zarządzaj nimi ▪ Wykorzystuj ograniczone zasoby ▪ Uzyskaj kompetencje potrzebne na każdym etapie, w tym kompetencje techniczne, prawne podatkowe i cyfrowe a następnie nimi zarządzaj
Mobilizowanie innych	Inspirowanie, zachwywanie i pozyskiwanie innych	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inspiruj i zachwycaj odpowiednich interesariuszy ▪ Uzyskuj wsparcie potrzebne do osiągnięcia cennych wyników
Podejmowanie inicjatywy	Odwaga, aby coś zrobić	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rozpocznij procesy, które tworzą wartość
Planowanie oraz zarządzanie	Określanie priorytetów, organizowanie oraz monitorowanie	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Określaj priorytety i plany działania ▪ Dostosowuj się do nieprzewidzianych zmian
Praca z innymi	Praca w zespole, współpraca i budowanie sieci współpracy	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pracuj i współpracuj z innymi, aby rozwijać pomysły i przekształcać je w działanie ▪ Buduj sieci współpracy ▪ Rozwiązuj konflikty a gdy jest to konieczne pozytywnie stawiaj czoła konkurencji

3. Profil zawodowy

STANDARDY DLA MENTORA PRZEDSIĘBIORSTWA KREATYWNEGO W SEKTORZE KULTURY I KREATYWNYM – OPIS PEŁNIONYCH FUNKCJI	
NAZWA PROFILU ZAWODOWEGO	MENTOR PRZEDSIĘBIORSTWA KREATYWNEGO W SEKTORZE KULTURY I KREATYWNYM
SEKTOR GOSPODARKI	SEKTOR KULTURY I SEKTOR KREATYWNY
STANDARDY SZKOLENIA I WYKONYWANIA ZAWODU	
GŁÓWNY OBSZAR AKYWNOŚCI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Praca w branżach: kreatywnej i kulturalnej 2. Praca z młodymi twórcami i kreatywnymi startupami 3. Dostarczanie mentoringu 4. Wspieranie umiejętności przedsiębiorczych i wspieranie przedsiębiorczości 5. Pośrednictwo w kontaktach twórczych i biznesowych
GŁÓWNE ZAJĘCIA I OBOWIĄZKI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Praca w branżach kreatywnej i kulturalnej <ul style="list-style-type: none"> ▪ Doradzanie kreatywnym firmom w zakresie metod rekrutacji i wsparcia oraz dopasowania ich do specyfiki „młodych talentów” ▪ Budowanie sieci, zaangażowanie i skuteczna komunikacja z pracodawcami z sektora kultury oraz kreatywnego ▪ Wykorzystywanie środków publicznych dla pracodawców ▪ Bycie na bieżąco z trendami i praktykami typowymi dla branż kreatywnych i przemysłów kultury (prawo, marketing, specyfika warunków pracy) ▪ Odnotowywanie i ocenianie wyników oraz wpływów ▪ Badanie potrzeb i oczekiwań pracodawców oraz luk w umiejętnościach, które występują w branży, a także określanie możliwości zatrudnienia oraz kariery zawodowej oraz tego, jakie różnice pod tym względem występują w poszczególnych podsektorach przemysłów kultury i kreatywnych ▪ Organizowanie możliwości zdobycia doświadczenia zawodowego dla młodych ludzi np. imprez rekrutacyjnych i szkoleniowych, staży itp. tak aby poznali oni pracodawców i specyfikę danego miejsca pracy

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wykorzystywanie informacji zwrotnej od pracodawców w celu poprawy usług i przyczynienia się do rozwiązywania kwestii nierówności i wykluczenia ▪ Skuteczne wykorzystywanie różnych sposobów komunikacji i współpracy ▪ Utrzymywanie szerokich relacji z sektorem i wiedza na jego temat ▪ Utrzymywanie aktualnej listy kontaktów osób z sektora ▪ Przekazywanie informacji i wiedzy na temat sektora podopiecznym <p>2. Praca z młodymi twórcami i kreatywnymi startupami</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Odpowiednie doświadczenie w sektorze kreatywnym ▪ Budowanie relacji z interesariuszami (wewnętrznymi oraz zewnętrznymi agencjami) oraz rzecznikami rówieśniczymi ▪ Zaangażowanie i skuteczna komunikacja, utrzymywanie kontaktu z młodymi ludźmi i przyciąganie ich uwagi ▪ Ocena poziomu zaangażowania i rekrutacji ▪ Przechowywanie informacji i danych, zarządzanie nimi ▪ Wprowadzanie na rynek i promowanie usług zarówno kreatywnych firm, jak i młodych talentów, w tym za pośrednictwem mediów społecznościowych ▪ Planowanie i organizowanie wydarzeń, warsztatów i działań kreatywnych ▪ Zapewnianie wsparcia, tak aby zapewnić podopiecznym kontrolę, radzenie sobie z konfliktami i rozwiązywanie problemów ▪ Wykorzystywanie rekrutacji, dni otwartych firm itp. ▪ Przygotowywanie i opracowanie planu nauczania oraz uczenia się odpowiadającemu założeniom konkretnej strategii ▪ Ustalanie wzajemnych oczekiwań pod względem zaufania, szacunku i poufności, a także określenie innych wartości współpracy ▪ Ocena i wybór odpowiednich narzędzi diagnostycznych, aby trafnie oszacować aktualne umiejętności, wiedzę, cele i ambicje podopiecznego ▪ Wspieranie podopiecznych, tak aby mieli oni jasny ogłąd własnej sytuacji i mogli się skupić na swoich krótko- i długoterminowych celach i ambicjach ▪ Wspieranie podopiecznych w budowaniu szeregu kompetencji związanych z emocjami, w tym odporności, wytrwałości, pozytywnego podejścia, wiary w siebie, automotywacji <p>3. Docieranie z mentoringiem do potrzebujących</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Przeprowadzanie analizy potrzeb ▪ Konsultowanie się z młodymi ludźmi i korzystanie z pomocy ich rówieśników
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rozwijanie umiejętności gotowości do podjęcia pracy, doradzanie w poszukiwaniu pracy, pomoc przy analizie kompetencji w stosunku do opisu stanowiska pracy, specyfikacji osób i informacji o projektach, pomoc w przygotowywaniu podań o pracę, pomoc przy przygotowaniu się do rozmów kwalifikacyjnych, umiejętności negocjacyjne, znajomość prawa pracy i przepisów socjalnych ▪ Rozwijanie samoświadomości i świadomości społecznej, budowanie zaufania, motywacji i umiejętności komunikacyjnych ▪ Dalsze wspieranie młodych ludzi po podjęciu przez nich pracy i rozwijanie możliwości zdobywania przez nich doświadczenia zawodowego ▪ Omawianie barier i rozwijanie strategii ich pokonywania ▪ Ocena i analiza wpływu oraz wyników, wspieranie rozwoju osobistego, zawodowego i twórczego ▪ Ustalanie ram i oczekiwań dotyczących mentoringu ▪ Odsyłanie podopiecznych do innych jednostek zapewniających kreatywną edukację i szkolenia ▪ Identyfikacja, wybór i zastosowanie zestawu narzędzi cyfrowych do obsługi i/lub ulepszania zarządzania czasem, projektem i zadaniami ▪ Znajomość potrzeb biznesowych, a w razie potrzeby zdolność do aplikacji i przestrzegania metodologii Lean ▪ Wspieranie podopiecznych, tak aby skupiali się oni na jasno sprecyzowanych krótko- i długoterminowych celach i ambicjach ▪ Stworzenie indywidualnej umowy edukacyjnej z podopiecznym, która określać będzie kontekst oraz oczekiwania dotyczące uczenia się ▪ Stworzenie osobistego planu mentorskiego z celami SMART ▪ Opracowanie i wykorzystanie technik, w tym praktycznych ćwiczeń wspierających docieranie z mentoringiem do zainteresowanych ▪ Opracowanie kreatywnego biznesplanu i celów do osiągnięcia <p>4. Wspieranie umiejętności przedsiębiorczych oraz wspieranie przedsiębiorstw</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Rozwijanie postaw przedsiębiorczych, doradzanie w zakresie rozpoczynania działalności gospodarczej, kariery w wolnym zawodzie i kariery opartej na portfolio ▪ Doradztwo w zakresie rozwijania portfolio, promocji oraz tworzenia sieci, tworzenia aplikacji, nastawienia do pracy, umiejętności prezentacji, reagowania na zamówienia, konkursy i oferty „poszukiwaczy talentów”
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Doradztwo w zakresie cen, sprzedaży, dystrybucji produktów i marketingu, w tym na rynkach międzynarodowych ▪ Doradztwo w sprawie źródeł finansowania, inwestycji oraz generowania dochodów ▪ Ocena i analiza wpływu i wyników ▪ Informacje zwrotne od młodych ludzi i kreatywnych firm w celu poprawy i dostosowania usług ▪ Posiadanie aktualnych i dokładnych danych klientów oraz informacji o klientach ▪ Zapewnienie wsparcia w zakresie planowania początkowej działalności oraz dostarczanie wskazówek dotyczących zewnętrznego doradztwa w kwestiach prawnych, finansowych i związanych z własnością intelektualną ▪ Wspieranie młodych ludzi w rozwijaniu umiejętności twórczych, produkcyjnych i technicznych ▪ Przekazywanie podopiecznym informacji i umiejętności (poprzez ćwiczenia praktyczne) na temat przedsiębiorczości ▪ Wspieranie poczucia inicjatywy i postawy przedsiębiorczej ▪ Wspieranie podopiecznych w planowaniu i wdrażaniu pomysłów i projektów w praktyce <p>5. Pośrednictwo w kontaktach twórczych i biznesowych</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wspieranie obu stron w opracowaniu jasnego planu działania dla wzajemnej wymiany korzyści ▪ Skuteczna i wielokanałowa komunikacja z osobą poszukującą pracy i rynkiem pracy (pracodawcami) ▪ Upewnienie się, że potrzeby klientów są zaspokojone oraz że usługi są świadczone zgodnie z najwyższymi standardami ▪ Dowiadywanie się jakich umiejętności potrzebuje/wymaga pracodawca: zrozumienie i ocena grupy docelowej pracodawcy oraz wiedza na temat sektora kultury i kreatywnego ▪ Identyfikacja klientów, konkurentów i rynków ▪ Pośrednictwo i ułatwianie relacji biznesowych, wymian, a także rezydencji w kraju i za granicą ▪ Budowanie sieci ponadnarodowych kontaktów z osobami, organizacjami i szerszymi sieciami działającymi w z sektorze kultury i sektorze kreatywnym ▪ Wykorzystywanie informacji zwrotnej do poprawy usług i rozwiązywania problemów równych szans i różnorodności ▪ Wspieranie procesu łączenia przedsiębiorców z sektora kultury i kreatywnego oraz korzystanie z cyfrowych narzędzi i danych w celu ułatwienia tego procesu
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bycie na bieżąco z trendami i praktykami typowymi dla sektora kultury i branż kreatywnych (prawo, prawa pracownicze, sprzedaż, warunki pracy) ▪ Wykorzystywanie zachęt ze środków publicznych do wymiany doświadczeń w sektorze kultury i kreatywnym ▪ Odnotowywanie i ocena wyników oraz rezultatów działalności
<p style="text-align: center;">RODZAJE ZATRUDNIENIA</p>	<p>Mentor Przedsiębiorstw Kreatywnych może pracować jako pracownik, wolny strzelec (freelancer) lub wolontariusz świadczący usługi na rzecz:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ publicznych lub prywatnych służb zatrudnienia ▪ agencji pracy ▪ doradców biznesowych ▪ twórców kultury ▪ personelu w organizacjach zajmujących się szkoleniem zawodowym ▪ mentorów
<p style="text-align: center;">POTENCJALNE OFERTY PRACY</p>	<p>Mentor Przedsiębiorstw Kreatywnych może znaleźć oferty pracy przede wszystkim w:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ publicznych ośrodkach pośrednictwa pracy ▪ prywatnych ośrodkach pośrednictwa pracy (także w agencjach pracy tymczasowej) ▪ akademickich biurach karier ▪ organizacjach zajmujących się szkoleniem zawodowym oraz odpowiedzialnych za pomoc (bezrobotnym) stażystom w znalezieniu pracy ▪ organizacjach kreatywnych, inkubatorach przedsiębiorczości
<p style="text-align: center;">ŚCIEŻKI KSZTAŁCENIA I SZKOLENIA</p>	<p>Włochy: We włoskim systemie prawnym stanowisko zawodowego mentora nie występuje. Nie wyróżnia się też roli profesjonalnego mentora dla przedsiębiorstw kulturalnych czy kreatywnych. Dopiero niedawno powstały kursy uniwersyteckie poświęcone temu zagadnieniu.</p> <p>Słowacja: Status zawodowy i rola Mentora Przedsiębiorstw Kreatywnych w sektorze kultury i kreatywnym nie są ujęte w prawie.</p> <p>Polska: W polskim systemie prawnym występuje stanowisko doradcy zawodowego. Polscy doradcy zawodowi nie mają węższych specjalizacji (udzielają poradnictwa ogólnego).</p> <p>Hiszpania: Szkolenia, kursy lub kształcenie na doradcę zawodowego są raczej nieznanne. Jedynie Industrial Organisation School (IOS) prowadzi proces walidacji mentorów.</p> <p>Grecja: Nie ma konkretnej ścieżki edukacyjnej dla mentorów w sektorze kultury i kreatywnym. Zazwyczaj jednak uczęszczają</p>

	<p>oni na nieformalne kursy szkoleniowe zorientowane na mentoring ogólny, niezwiązany z branżą kreatywną.</p> <p>Wielka Brytania: Istnieje wiele ścieżek akredytacji związanych z umiejętnościami mentoringu. Są to między innymi dostarczanie porad i wskazówek (Information Advice and Guidance), kwalifikacje SFEDI dla doradców biznesowych, szkolenia zawodowe lub CLOCK (Collective Learning Open Curriculum Kit). Jednak nie są one ukierunkowane na rolę Mentora Przesiębiorstw Kreatywnych w branżach kultury i kreatywnych.</p>
<p>KRAJOWE I MIĘDZYNARODOWE KLASYFIKACJE ZAWODÓW</p>	
<p>ODNIESIENIA DO NARODOWYCH KLASYFIKACJI ZAWODÓW</p>	<p>Słowacja: Rola Mentora Przedsiębiorstw Kreatywnych nie została jeszcze wprowadzona do słowackiego systemu edukacji i szkoleń zawodowych. Nie uwzględniają jej także krajowe klasyfikacje zawodowe.</p> <p>Polska: Od 2013 r. Jest to zawód „otwarty” (doradca zawodowy nie należy do zawodów „regulowanych”).</p> <p>Hiszpania: Rola Mentora Przedsiębiorstw Kreatywnych nie została jeszcze wprowadzona do lokalnego systemu edukacji i szkoleń zawodowych. Nie uwzględniają jej także krajowe klasyfikacje zawodowe. Usługa mentoringu jest jednak świadczona przez wielu różnych specjalistów, którzy udzielają wsparcia młodym ludziom nieformalnie.</p> <p>Włochy: We włoskim systemie prawnym zawód mentora nie występuje. Nie uwzględniono też zawodu dedykowanego „Mentor Przedsiębiorstw Kreatywnych”.</p> <p>Grecja: Nie ma żadnych konkretnych ram kwalifikacji dla mentorów branży kreatywnej i sektora kultury</p> <p>Wielka Brytania: Wiele ról pełnionych w sektorze kultury i kreatywnym nie znajduje odzwierciedlenia w kodach SOC. Nie ma też osobnych kodów SOC dla doradców lub mentorów obsługujących sektor przemysłów kreatywnych i kultury. Najbliższy tym zawodom jest kod SOC nr 3564 (doradcy zawodowi i specjaliści poradnictwa zawodowego).</p>

4. Ramy kompetencji

Obszar działania 1:			
Praca w branżach kreatywnej i kulturalnej			
Główne obszary działalności i obowiązki	KOMPETENCJE		
	Wiedza	Umiejętności	Nastawienie
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Doradzanie kreatywnym firmom w zakresie metod rekrutacji i wsparcia oraz dopasowania ich do specyfiki „młodych talentów” ▪ Budowanie sieci, zaangażowanie i skuteczna komunikacja z pracodawcami z sektora kultury oraz kreatywnego ▪ Wykorzystywanie środków publicznych dla pracodawców ▪ Bycie na bieżąco z trendami i praktykami typowymi dla branż kreatywnych i przemysłów kultury (prawo, marketing, specyfika warunków pracy) ▪ Odnotowywanie i ocenianie wyników oraz wpływów ▪ Badanie potrzeb i oczekiwań pracodawców oraz luk w umiejętnościach, które występują w branży, a także określanie możliwości zatrudnienia oraz 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Znajomość zachowań grupowych, wartości, potrzeb, oczekiwań, środowiska i zainteresowań młodych kreatywnych ludzi ▪ Znajomość zalet i wad różnych metod komunikacji ▪ Zrozumienie kompetencji technicznych, prawnych, podatkowych oraz cyfrowych ▪ Znajomość podstawowych metod i narzędzi do budowania bazy kontaktów ▪ Znajomość prawa pracy i struktur prawnych ▪ Zrozumienie potrzeb i oczekiwań pracodawców, rynku pracy oraz trendów w produkcji i zatrudnieniu w sektorze kultury i kreatywnym ▪ Zrozumienie określonych podsektorów kultury i sektora kreatywnego pod względem 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kreatywne myślenie ▪ Umiejętność motywowania podopiecznych do określonych celów i do terminowości w wykonywaniu pracy ▪ Wykształcenie lub doświadczenie w dziedzinie twórczości kreatywnej ▪ Umiejętność oszacowania kosztów przekształcenia pomysłu w działanie tworzące wartość ▪ Planowanie, wdrażanie i ocena decyzji finansowych ▪ Zarządzanie finansowaniem ▪ Pozyskiwanie wsparcia od pracodawców z branży kreatywnej ▪ Skuteczna komunikacja, perswazja, negocjacje i przywództwo ▪ Planowanie oraz zarządzanie ▪ Umiejętność współpracy i wspólnej pracy z innymi tak aby rozwijać pomysły i przekształcać je w działanie ▪ Planowanie wydarzeń ▪ Kreatywne myślenie i rozwiązywanie problemów 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dostrzeganie i wykorzystywanie możliwości ▪ Przewidywanie trendów ▪ Inspirowanie odpowiednich interesariuszy ▪ Wykorzystywanie ograniczonych zasobów ▪ Podejmowanie decyzji, gdy jej wynik jest niepewny ▪ Szybkie oraz elastycznie radzenie sobie z dynamicznie zmieniającymi się sytuacjami ▪ Tworzenie porozumień oraz budowanie sieci kontaktów ▪ Docieklivość ▪ Zachęcanie do partnerstwa i współpracy ▪ Otwartość na innowacje ▪ Wytrwałość w obliczu nieoczekiwanych trudności ▪ Szukanie kompleksowych rozwiązań wraz z pracodawcami ▪ Umiejętność krytycznej refleksji nad sukcesem podopiecznego ▪ Otwartość oraz elastyczność jeśli chodzi o nowe kreatywne pomysły

<p>kariery zawodowej oraz tego, jakie różnice pod tym względem występują w poszczególnych podsektorach przemysłów kultury i kreatywnych</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Organizowanie możliwości zdobycia doświadczenia zawodowego dla młodych ludzi np. imprez rekrutacyjnych i szkoleniowych, staży itp. tak aby poznali oni pracodawców i specyfikę danego miejsca pracy ▪ Wykorzystywanie informacji zwrotnej od pracodawców w celu poprawy usług i przyczynienia się do rozwiązywania kwestii nierówności i wykluczenia ▪ Skuteczne wykorzystywanie różnych sposobów komunikacji i współpracy ▪ Utrzymywanie szerokich relacji z sektorem i wiedza na jego temat ▪ Utrzymywanie aktualnej listy kontaktów osób z sektora ▪ Przekazywanie informacji i wiedzy na temat sektora podopiecznym 	<p>ich ogólnej charakterystyki, a także specyfiki procesów pracy i ról z nimi związanych</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Znajomość ram edukacyjnych i szkoleniowych dla sektora kultury i kreatywnego ▪ Zrozumienie, jak prowadzić kreatywny biznes ▪ Zrozumienie wagi zdrowia i bezpieczeństwa pracy ▪ Znajomość kontaktów pracodawców, sieci branżowych i organizacji pośredniczących ▪ Zrozumienie praktyki i produkcji twórczej ▪ Zrozumienie kluczowych cech i specyfiki zasad marketingu oraz finansów w sektorze kultury i w branży kreatywnej 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umiejętności monitorowania oraz nadzoru ▪ Zarządzanie danymi i informacjami ▪ Zdolność do budowania sieci kontaktów ▪ Korzystanie z dostępnych rozwiązań cyfrowych typu udostępnianie treści, chmura, narzędzia do współpracy sieciowej ▪ Generowanie, produkowanie i zbieranie potrzebnych materiałów do tworzenia treści instruktażowych ▪ Skuteczne mobilizowanie zasobów 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pewność siebie w działaniu i podejmowaniu inicjatyw ▪ Aktywność w dzieleniu się informacjami i zasobami ▪ Samozrozumienie i wyrażanie siebie
--	--	---	--

Obszar działania 2:

Praca z młodymi twórcami i kreatywnymi startupami

Główne obszary działalności i obowiązki	KOMPETENCJE		
	Wiedza	Umiejętności	Nastawienie
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Odpowiednie doświadczenie w sektorze kreatywnym ▪ Budowanie relacji z interesariuszami (wewnętrznymi oraz zewnętrznymi agencjami) oraz rzecznicami rówieśniczymi ▪ Zaangażowanie i skuteczna komunikacja, utrzymywanie kontaktu z młodymi ludźmi i przyciąganie ich uwagi ▪ Ocena poziomu zaangażowania i rekrutacji ▪ Przechowywanie informacji i danych, zarządzanie nimi ▪ Wprowadzanie na rynek i promowanie usług zarówno kreatywnych firm, jak i młodych talentów, w tym za pośrednictwem mediów społecznościowych ▪ Planowanie i organizowanie wydarzeń, warsztatów i działań kreatywnych ▪ Zapewnianie wsparcia, tak aby zapewnić podopiecznym kontrolę, radzenie sobie z konfliktami i rozwiązywanie problemów ▪ Wykorzystywanie rekrutacji, dni otwartych firm itp. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zrozumienie kompetencji technicznych, prawnych, podatkowych oraz cyfrowych • Znajomość zalet i wad różnych metod komunikacji • Dostęp do sieci organizacji pracujących z młodymi ludźmi oraz kreatywnych startupów • Znajomość odpowiednich narzędzi diagnostycznych do identyfikacji i oceny potrzeb i oczekiwań podopiecznych. • Znajomość metod docierania do młodych ludzi oraz komunikowania się z nimi • Posiadanie gotowej listy opcji jak rozwinąć kreatywny startup • Posiadanie wiedzy na temat procesu i wymagań niezbędnych do opracowania skutecznego planu nauki • Posiadanie wiedzy na temat zasad i metodologii adaptacji materiałów dydaktycznych dla przedsiębiorców • Ochrona młodych ludzi (bezpieczeństwo pracy) 	<ul style="list-style-type: none"> • Wykształcenie lub doświadczenie w branży kreatywnej • Umiejętność rozpoznawania potencjału grupy i jej pomysłów • Zastosowanie podejścia nieformalnego zamiast ścisłego i zaplanowanego • Zdolność do mobilizowania zasobów i zarządzania nimi, tak aby pracować razem i współpracować z innymi w celu rozwijania pomysłów i przekształcania ich w działanie • Zdolność do budowania sieci kontaktów, • Zdolność do angażowania młodych ludzi w twórcze działania tak aby budowali sieci współpracy z innymi organizacjami. • Budowanie sieci współpracy i porozumienia • Umiejętność komunikowania się z różnymi odbiorcami (język, ton i styl) • Umiejętności komunikacyjne • Rozwiązywanie konfliktów • Zdolność do formułowania strategii i programów i/lub wspólnego podejmowania decyzji, wyciągania wniosków lub stosowania rozwiązań • Zdolność planowania i zarządzania działaniami 	<ul style="list-style-type: none"> • Rozumienie, że istnieją różne typy osobowości i że istnieje potrzeba innego podejścia do każdego z nich (różne podejście do osób introwertycznych i ekstrawertycznych) • Otwartość na różne podejścia do transferu wiedzy • Elastyczna identyfikacja wyzwań i stawianie im czoła • Stawianie czoła konkurencji w pozytywny sposób, gdy jest to konieczne • Wiara w wartość twórczej ekspresji • Pokazywanie roli solidności, punktualności, rzetelności w pracy • Entuzjazm w inspirowaniu i motywowaniu • Oddzielanie spraw osobistych i zawodowych • Pewność siebie • Umiejętność autorefleksji na temat sukcesu • Rozwijanie istniejących umiejętności, sposobów uczenia się i korzystania z technologii i narzędzi • Zapewnienie szkolenia powiązanego

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Przygotowywanie i opracowanie planu nauczania oraz uczenia się odpowiadającemu założeniom konkretnej strategii ▪ Ustalanie wzajemnych oczekiwań pod względem zaufania, szacunku i poufności, a także określenie innych wartości współpracy ▪ Ocena i wybór odpowiednich narzędzi diagnostycznych, aby trafnie oszacować aktualne umiejętności, wiedzę, cele i ambicje podopiecznego ▪ Wspieranie podopiecznych, tak aby mieli oni jasny ogłęd własnej sytuacji i mogli się skupić na swoich krótko- i długoterminowych celach i ambicjach ▪ Wspieranie podopiecznych w budowaniu szeregu kompetencji związanych z emocjami, w tym odporności, wytrwałości, pozytywnego podejścia, wiary w siebie, automotywacji 	<ul style="list-style-type: none"> • Znajomość różnych technik i stylów mentoringu • Znajomość zachowań grupowych, wartości, potrzeb, oczekiwań, środowiska i zainteresowań młodych, kreatywnych ludzi 	<p>od prostych do złożonych sytuacji (współpraca, praca zespołowa, współtworzenie)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wykorzystanie podstawowego oprogramowania komputerowego, komunikacji IT oraz Internetu • Umiejętności międzykulturowe i umiejętność pracy, a także inkluzyjnej komunikacji z różnorodną grupą • Wykorzystanie kontaktów peer-to-peer • Wykorzystanie narzędzi komunikacji ICT, których używają młodzi ludzie • Umiejętność budowania zaufania i szacunku, aby rozpoznawać, a następnie objaśniać czynniki istotne dla odniesienia sukcesu • Zdolność rozpoznawania osiągnięć (podsumowania to świetny sposób na określenie i celebrowanie osiągnięć, które przyniosła dana relacja) • Zdolność do równoważenia kompromisów i odpowiedzialności • Umiejętność korzystania z co najmniej 2 różnych metod i 2 platform do szkoleniowych • Zdolność do rozwijania strategii projektowej lub programowej • Umiejętność pracy zespołowej • Umiejętności społeczne 	<p>z rzeczywistymi warunkami panującymi w sektorze kultury i branżach kreatywnych</p>
---	--	--	---

Obszar działania 3:

Docieranie z usługą mentoringu do odbiorców

Główne obszary działalności i obowiązki	KOMPETENCJE		
	Wiedza	Umiejętności	Nastawienie
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Przeprowadzanie analizy potrzeb ▪ Konsultowanie się z młodymi ludźmi i korzystanie z pomocy ich rówieśników ▪ Rozwijanie umiejętności gotowości do podjęcia pracy, doradzanie w poszukiwaniu pracy, pomoc przy analizie kompetencji w stosunku do opisu stanowiska pracy, specyfikacji osób i informacji o projektach, pomoc w przygotowywaniu podań o pracę, pomoc przy przygotowaniu się do rozmów kwalifikacyjnych, umiejętności negocjacyjne, znajomość prawa pracy i przepisów socjalnych ▪ Rozwijanie samoświadomości i świadomości społecznej, budowanie zaufania, motywacji i umiejętności komunikacyjnych ▪ Dalsze wspieranie młodych ludzi po podjęciu przez nich pracy i rozwijanie możliwości zdobywania przez nich doświadczenia zawodowego ▪ Omawianie barier i rozwijanie strategii ich pokonywania ▪ Ocena i analiza wpływu oraz wyników, wspieranie rozwoju osobistego, zawodowego i twórczego ▪ Ustalanie ram i oczekiwań dotyczących mentoringu ▪ Odsyłanie podopiecznych do 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Znajomość technik i umiejętności coachingu / mentoringu ▪ Znajomość zarządzania projektami ▪ Identyfikacja potrzeb, ograniczeń, celów i wyzwań ▪ Znajomość technik zarządzania zasobami ludzkimi ▪ Znajomość zalet i wad różnych metod komunikacji ▪ Znajomość podstawowych technik psychologicznych oraz doradczych ▪ Znajomość dalszych źródeł oraz możliwości wsparcia w celu zaspokojenia potrzeb klienta ▪ Wiedza o tym, jak przeprowadzić wstępną ocenę potrzeb ▪ Techniki uważności ▪ Zrozumienie metodologii Lean ▪ Zrozumienie metod i ram mentoringu rówieśniczego ▪ Wiedza o tym, jak wypełnić Indywidualną Umowę o Szkoleniu z podopiecznym ▪ Wiedza o tym, jak wykonać osobisty plan mentorski z podopiecznym ▪ Umiejętności badawcze związane z budowaniem wiedzy i zasobów ▪ Zrozumienie podejść 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zdolność wzmocnienia pozycji podopiecznego ▪ Wykształcenie lub doświadczenie w branży kreatywnej ▪ Dobre umiejętności komunikacyjne ▪ Umiejętność przekazywania i przyjmowania informacji zwrotnych ▪ Zdolność rozpoznawania potencjału i idei, tak aby uzyskać wsparcie potrzebne do osiągnięcia wartościowych rezultatów ▪ Umiejętność skutecznego opisu, analizy i oceny trudnych / lub wymagających sytuacji ▪ Umiejętności oceny ▪ Umiejętności skutecznej komunikacji z osobami posiadającymi lub wyrażającymi różne wartości i opinie ▪ Umiejętność rozwijania pewności siebie i motywacji u podopiecznego. ▪ Wysoka zdolność do introspekcji i chęć rozwijania i oceniania własnej efektywności ▪ Umiejętności negocjacyjne ▪ Wykorzystanie podstawowego oprogramowania komputerowego, zarządzanie danymi, komunikacja IT i Internet ▪ Wykorzystanie i analiza 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Uczciwość ▪ Cierpliwość ▪ Wiara w umiejętności i pozytywne cechy młodego człowieka ▪ Inteligencja emocjonalna ▪ Elastyczność ▪ Empatia ▪ Brak tendencji do osądzania, wspieranie u podopiecznych mocnych stron, wartości i celów, tak osobistych jak i zawodowych ▪ Zapewnianie środowiska wspierającego ▪ Afirmatywny i inkluzywny stosunek do różnorodności ▪ Poczucie odpowiedzialności ▪ Wspieranie młodych ludzi we wzajemnym mentoringu ▪ Promowanie kultury uczenia się ▪ Zachęcanie do autorefleksji i rozwoju osobistego ▪ Utrzymywanie potrzeb podopiecznego w centrum procesu mentoringu ▪ Rozwijanie niezawodności, punktualności, rzetelności ▪ Oddzielanie kwestii osobistych i zawodowych ▪ Wiara w wartość twórczej ekspresji ▪ Pewność siebie

<p>innych jednostek zapewniających kreatywną edukację i szkolenia</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identyfikacja, wybór i zastosowanie zestawu narzędzi cyfrowych do obsługi i/lub ulepszania zarządzania czasem, projektem i zadaniami ▪ Znajomość potrzeb biznesowych, a w razie potrzeby zdolność do aplikacji i przestrzegania metodologii Lean ▪ Wspieranie podopiecznych, tak aby skupiali się oni na jasno sprecyzowanych krótko- i długoterminowych celach i ambicjach ▪ Stworzenie indywidualnej umowy edukacyjnej z podopiecznym, która określać będzie kontekst oraz oczekiwania dotyczące uczenia się ▪ Stworzenie osobistego planu mentorskiego z celami SMART ▪ Opracowanie i wykorzystanie technik, w tym praktycznych ćwiczeń wspierających docieranie z mentoringiem do zainteresowanych ▪ Opracowanie kreatywnego biznesplanu i celów do osiągnięcia 	<p>ukierunkowanych na młodzież</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zapoznanie się z trendami i preferencjami dotyczącymi tego, w jaki sposób młodzi ludzie komunikują się za pomocą technologii i mediów społecznościowych ▪ Rozumienie kodeksu etycznego, zasad i strategii regulujących sposób, w jaki dostarczać usługi mentoringu ▪ Zdrowie i bezpieczeństwo ▪ Ochrona młodych ludzi (bezpieczeństwo pracy) 	<p>Indywidualnych Planów Rozwoju Osobistego w celu zmierzenia postępów poczynionych przez młodego człowieka</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Umiejętność zidentyfikowania zdobytych doświadczeń i tego, co się zmieniło okresie utrzymywania relacji mentorskich ▪ Umiejętność dokonywania przeglądu celów i oceny osiągnięć ▪ Wykorzystanie zarządzania czasem i kalendarza. ▪ Umiejętność dostosowania nauki do potrzeb młodego człowieka ▪ Umiejętność aktywnego słuchania ▪ Umiejętność krytycznej refleksji nad procesem mentoringu ▪ Umiejętność rozpoznawania granic roli mentora i wskazywania innych sposobów wsparcia w stosownych przypadkach ▪ Umiejętność budowania sieci współpracy z innymi organizacjami ▪ Rozstrzyganie konfliktów ▪ Wykorzystywanie kontaktów peer-to-peer
---	--	--

Obszar działania 4:

Wspieranie umiejętności przedsiębiorczych i wspieranie przedsiębiorstw

Główne obszary działalności i obowiązki	KOMPETENCJE		
	Wiedza	Umiejętności	Nastawienie
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rozwijanie postaw przedsiębiorczych, doradzanie w zakresie rozpoczynania działalności gospodarczej, kariery w wolnym zawodzie i kariery opartej na portfolio ▪ Doradztwo w zakresie rozwijania portfolio, promocji oraz tworzenia sieci, tworzenia aplikacji, nastawienia do pracy, umiejętności prezentacji, reagowania na zamówienia, konkursy i oferty „poszukiwaczy talentów” ▪ Doradztwo w zakresie cen, sprzedaży, dystrybucji produktów i marketingu, w tym na rynkach międzynarodowych ▪ Doradztwo w sprawie źródeł finansowania, inwestycji oraz generowania dochodów ▪ Ocena i analiza wpływu i wyników ▪ Informacje zwrotne od młodych ludzi i kreatywnych firm w celu poprawy i dostosowania usług ▪ Posiadanie aktualnych i dokładnych danych klientów oraz informacji o klientach ▪ Zapewnienie wsparcia w zakresie planowania początkowej działalności oraz dostarczanie wskazówek dotyczących zewnętrznego doradztwa w kwestiach prawnych, finansowych i związanych z własnością intelektualną ▪ Wspieranie młodych ludzi w rozwijaniu umiejętności twórczych, produkcyjnych i technicznych ▪ Przekazywanie podopiecznym 	<ul style="list-style-type: none"> • Rozumienie języka biznesu i sposobu, w jaki działają kreatywne przedsiębiorstwa • Znajomość poradnictwa i wsparcia dla przedsiębiorców • Podstawowa znajomość kompetencji technicznych, prawnych, podatkowych oraz cyfrowych. • Znajomość zalet i wad różnych metod komunikacji • Znajomość podstaw planowania finansowego • Znajomość kontekstu biznesowego branż kreatywnych • Rozumienie kodeksu etycznego, zasad i strategii regulujących sposób, w jaki dostarczać usługi mentoringu • Wiedza o prawach autorskich / własności intelektualnej • Wiedza o tym, pod jakim względem mentoring jest/nie jest podobny do innych form doradztwa biznesowego • Znajomość ram regulacyjnych i narzędzi planowania dla przedsiębiorstw rozpoczynających działalność i osób samozatrudnionych w sektorze kreatywnym • Znajomość reguł dotyczących 	<ul style="list-style-type: none"> • Uwzględnianie ustrukturyzowanych sposobów testowania pomysłów i prototypowania od wczesnych etapów ich rozwoju, tak aby zmniejszyć ryzyko niepowodzenia w procesie tworzenia wartości • Możliwość oszacowania kosztu przekształcenia pomysłu w działanie tworzące wartość • Zdolność do oceny kreatywnych produktów i ich powiązania z potencjalnymi rynkami i odbiorcami • Śledzenie i dokumentowanie cyklu innowacji danego pomysłu w czasie • Umiejętności administracyjne • Umiejętność planowania projektu • Umiejętność prezentacji • Umiejętność rozpoznawania potencjału, postaw i idei młodych ludzi, tak aby uzyskać wsparcie potrzebne do osiągnięcia wartościowych wyników • Umiejętność oceny • Umiejętności międzykulturowe, niezbędne do tego, aby skutecznie komunikować się z osobami posiadającymi lub wyrażającymi różne wartości i opinie • Umiejętność rozwijania entuzjazmu, 	<ul style="list-style-type: none"> • Umiejętność łączenia wiedzy i zasobów, aby osiągnąć wartościowe efekty • Aktywne zaangażowanie w działania kulturalne i kreatywne • Docenianie kreatywności i produkcji kulturalnej • Unikanie uprzedzeń, pośpiesznych ocen czy osądzania „z góry” • Pozytywny stosunek do zmiany i różnorodności • Elastyczność i otwartość • Wyzwalanie zaufania, wytrwałości i realizmu • Pozytywne podejście do znajdowania rozwiązań problemów • Zachowywanie spokoju w trudnych lub niepewnych sytuacjach • Gotowość do uczenia się i doskonalenia • Zdolność do refleksji nad swoim sukcesem • Gotowość do nawiązywania kontaktów • Samoorganizacja i przedsiębiorczość • Umiejętność rozpoznawania talentu twórczego • Otwartość na innowacje

<p>informacji i umiejętności (poprzez ćwiczenia praktyczne) na temat przedsiębiorczości</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wspieranie poczucia inicjatywy i postawy przedsiębiorczej ▪ Wspieranie podopiecznych w planowaniu i wdrażaniu pomysłów i projektów w praktyce 	<p>współpracy, poufności i ochrony danych</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zrozumienie powodów, dla których podopieczni chcą rozpocząć kreatywną działalność • Posiadanie aktualnej listy potencjalnych sposobów wspierania przedsiębiorstw • Wiedza na temat tego, czym jest e-handel • Bezpieczeństwo i higiena pracy • Znajomość ram kompetencji EntreComp 	<p>zaangażowania i zaufania podopiecznych, a także ich pewności siebie i motywacji</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umiejętność rozwiązywania konfliktów • Umiejętność wspierania kreatywnego wzrostu • Umiejętność aktywnego słuchania oraz wyciągania wniosków z tonu, emocji, języka ciała i słów • Umiejętność zarządzania czasem i zasobami • Umiejętności negocjacyjne • Umiejętność oceny wpływu własnego działania i zachowania na innych • Umiejętności badawcze • Wykorzystanie podstawowego oprogramowania komputerowego, zarządzania danymi, komunikacji IT i Internetu • Umiejętność rozpoznawania, a następnie objaśniania istotnych czynników stojących za sukcesem • Umiejętności sprzedażowe • Umiejętność refleksji nad wymogami nauczania i uczenia się oraz elementami pedagogicznymi i strategicznymi kluczowymi dla specyficznego zestawu interesariuszy 	
--	--	---	--

		<ul style="list-style-type: none"> • Umiejętności sprawdzania (analityczne) • Umiejętność nawiązywania kontaktu z podopiecznymi. • Umiejętności w zakresie biznesu cyfrowego 	
--	--	---	--

Obszar działania 5:			
Pośrednictwo w kontaktach twórczych i biznesowych			
Główne obszary działalności i obowiązki	KOMPETENCJE		
	Wiedza	Umiejętności	Nastawienie
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wspieranie obu stron w opracowaniu jasnego planu działania dla wzajemnej wymiany korzyści ▪ Skuteczna i wielokanałowa komunikacja z osobą poszukującą pracy i rynkiem pracy (pracodawcami) ▪ Upewnienie się, że potrzeby klientów są zaspokojone oraz że usługi są świadczone zgodnie z najwyższymi standardami ▪ Dowiadywanie się jakich umiejętności potrzebuje/wymaga pracodawca: zrozumienie i ocena grupy docelowej pracodawcy oraz wiedza na temat sektora kultury i kreatywnego ▪ Identyfikacja klientów, konkurentów i rynków ▪ Pośrednictwo i ułatwianie relacji biznesowych, wymian, a także rezydencji w kraju i za granicą ▪ Budowanie sieci ponadnarodowych kontaktów z osobami, organizacjami i szerszymi sieciami działającymi w z sektorze 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wiedza o tym, jak zaprezentować firmę w różnych podsektorach branży kreatywnej i różnych krajach ▪ Zrozumienie języka biznesowego i sposobu, w jaki kreatywne przedsiębiorstwa działają w różnych krajach i podsektorach kreatywnych ▪ Zrozumienie roli osobistego doradztwa zawodowego i wiedza na jej temat ▪ Rozumienie relacji pod względem empatii poprzez budowanie zaufania, motywowania użytkowników itp. ▪ Wiedza w dziedzinie zasobów ludzkich, w tym znajomość metod rekrutacji w sektorze kultury i branżach kreatywnych ▪ Znajomość polityki marketingowej i technik 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umiejętności mediacji ▪ Zdolność do identyfikacji klientów, konkurentów i rynków w sektorze kultury i kreatywnym ▪ Umiejętności rekrutacyjne ▪ Umiejętności pozyskiwania wsparcia potrzebnego do osiągnięcia wartościowych rezultatów ▪ Umiejętność skutecznej komunikacji, perswazji, negocjacji; zdolności przywódcze ▪ Umiejętność definiowania priorytetów, celów i planów działania ▪ Zdolność do adaptacji do nieprzewidzianych zmian ▪ Umiejętność wspólnej pracy i współpracy z innymi, aby rozwijać pomysły i przekształcać je w działania 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asertywność ▪ Inspirowanie i motywowanie firm lub osób fizycznych ▪ Nawiązywanie nowych połączeń oraz sieci, aby stwarzać możliwości i tworzyć wartość ▪ Tworzenie wartości, w tym lepszych rozwiązań dla istniejących i nowych wyzwań ▪ Eksploracja innowacyjnych podejść i eksperymentowanie z nimi ▪ Elastyczność ▪ Gdy jest to konieczne pozytywne stawianie czoła konkurencji ▪ Przejawianie inicjatywy w pracy z szerokim spektrum osób poszukujących pracy i pracodawcami ▪ Branie odpowiedzialności za budowanie długoterminowych relacji i współpracy ▪ Empatia

<p>kultury i sektorze kreatywnym</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wykorzystywanie informacji zwrotnej do poprawy usług i rozwiązywania problemów równych szans i różnorodności ▪ Wspieranie procesu łączenia przedsiębiorców z sektora kultury i kreatywnego oraz korzystanie z cyfrowych narzędzi i danych w celu ułatwienia tego procesu ▪ Bycie na bieżąco z trendami i praktykami typowymi dla sektora kultury i branż kreatywnych (prawo, prawa pracownicze, sprzedaż, warunki pracy) ▪ Wykorzystywanie zachęt ze środków publicznych do wymiany doświadczeń w sektorze kultury i kreatywnym ▪ Odnotowywanie i ocena wyników oraz rezultatów działalności 	<p>budowania relacji (na który rynek wchodzić i z kim nawiązywać kontakty)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Znajomość systemów edukacji lub szkoleń, form wsparcia zatrudnienia, zachęt, staży i innych form wsparcia ▪ Znajomość rynku pracy ▪ Rozwijanie zrozumienia zależności: projekt, dynamika, etap cyklu życia, wyniki ▪ Znajomość komunikacji pisemnej, werbalnej i cyfrowej ▪ Znajomość ogólnej charakterystyki przemysłów kreatywnych i kultury i ich podsektorów, procesów pracy i ról w określonych sektorach oraz tego, w jaki sposób różnią się one w różnych krajach ▪ Posiadanie sieci kontaktów w międzynarodowych sieciach branż kultury i kreatywnych i w organizacjach pośredniczących ▪ Ochrona młodych ludzi ▪ Zrozumienie międzynarodowego handlu i wiedza, gdzie uzyskać poradę ▪ Świadomość międzykulturowa ▪ Podstawowa znajomość co najmniej jednego języka obcego 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umiejętność rozwiązywania konfliktów ▪ Umiejętność opracowywania planów w celu realizacji zadań i obowiązków ▪ Umiejętność oceny procesu i wyników ▪ Umiejętność identyfikacji nowych możliwości biznesowych ▪ Umiejętność przeprowadzania wywiadów ▪ Umiejętność zapewnienia wskazówek, informacji zwrotnych i wskazówek w celu zapewnienia sukcesu ▪ Umiejętności sprzedażowe ▪ Umiejętność wyjścia naprzeciw oczekiwaniom i potrzebom klientów (startupów i kreatywnych przedsiębiorców) ▪ Umiejętność wykorzystania podstawowego oprogramowania komputerowego, zarządzania danymi, komunikacji cyfrowej i Internetu ▪ Umiejętność oceny relatywnej skuteczności procesu podejmowania decyzji i procesu wdrażania ▪ Zdolność do analizy odpowiedniości, efektywności kosztowej i potencjału trwałości rezultatów ▪ Umiejętność komunikacji międzykulturowej ▪ Umiejętności edukacyjne lub 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inteligencja emocjonalna ▪ Chęć znajdowania najlepszych rozwiązań dla klientów (kreatywnych startupów i przedsiębiorstw) ▪ Wykazywanie pozytywnego nastawienia do twórczych i biznesowych relacji ▪ Gotowość do korzystania z różnych dostępnych kanałów relacji ze społecznością, klientami itp. ▪ Gotowość do stałej aktualizacji posiadanych umiejętności, wiedzy i znajomości technologii ▪ Budowanie sieci porozumienia i kontaktów. ▪ Posiadanie „światowej” perspektywy (międzynarodowy kontekst) ▪ Docenianie różnorodności kulturowej i różnorodności form ekspresji ▪ Zachęcanie do partnerstwa i współpracy ▪ Niezałamywanie się w obliczu nieoczekiwanych trudności ▪ Dociekliwość ▪ Proaktywność w dzieleniu się informacjami i zasobami
---	--	--	--

	<p>w dziedzinie twórczości</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Umiejętności monitorowania i nadzoru ▪ Umiejętności twórczego myślenia ▪ Umiejętności rozwiązywania konfliktów ▪ Umiejętność w dziedzinie zarządzania danymi i informacjami ▪ Zdolność do planowania działań
--	---

Powyższy streszczenie najważniejszych ustaleń badawczych zawierało wyjaśnienie tła, kontekstu i ustaleń dla każdego kraju partnerskiego i wskazywało ogólne ustalenia związane z rozwojem roli Mentora Przedsiębiorstw Kreatywnych w sektorze kultury i branżach kreatywnych. Kolejne działania będą związane m.in. z określeniem ram dla modułowego europejskiego programu nauczania opartego na profilu zawodowym i kluczowych obszarach wiedzy, umiejętności i kompetencji, które Mentor Przedsiębiorstw Kreatywnych musi posiadać, aby wspierać młodych twórców i kreatywne startupy w wejściu do branży kreatywnej. Dlatego każdy z obszarów określonych w profilu zawodowym pomoże określić efekty uczenia się, które w konsekwencji będą stanowić podstawę struktury programu nauczania.