
Prestakuntza plana eta gauzatze txostena

HAZITIK MERKATURA

Tokiko hartu eman zirkularra



AURKIBIDEA

1. PRESTAKUNTZA PLANA	3
2. PRESTAKUNTZAREN GAUZATZEA	3
3. GIDA DIDAKTIKOA	4

1. PRESTAKUNTZA PLANA

Dokumentu honetan, proiektuan diseinatutako eta gauzatutako prestakuntza azaldu nahi dugu.

Proiektuaren helburuetako bat, Gipuzkoako lehen sektoreko ekoizleen ahalduentzian laguntzea izan da eta beraz, gauzatutako formakuntza helburu horretara gerturatzeko diseinatu da. Hain zuzen ere, kontsumitzeko eredu berrietara hobeto egokitu ahal izateko estrategiak eta erramintak eskaintzea eta egunerokoan erabili ahal izatea izan da prestakuntzaren helburu nagusia.

Proiektuan zehar, Bertatik Bertara egitasmoaren baitan biltzen diren ekoizleekin jardun dugu lanean. Baserritar talde honek elkarte moduan egituratu nahi dira, elkarrekin eta indarrak bateratuz, beraien negozio eredu gaur egungo kontsumo eredu berrietara egokitzeko. Horregatik, eta eredu hau eskalagarri izan daitekeelako uste bait dugu, formakuntza pilotua beraiekin martxan jarri eta frogatu dugu.

Horrela, beraiekin batera, prestakuntzaren diseinua ko-diseinuaren bitartez egin da. Alde batetik, testuinguruaren diagnostikoa egiteko bildu garen eragileekin lehen sektorearen gaur egungo ezaugarriak, indarguneak eta ahulguneak identifikatu ditugu eta ekoizleekin batera ere prestakuntza beharrak identifikatu ditugu. Bestalde, metodologiari dagokionez ere, online izatea erabaki da bakoitzaren ordutegi eta eritimoa egokitu ahal izateko.

Gaiei dagokionez, hiru blokeetan banatu da prestakuntza. Hiru gaiak Bertatik Bertara ekoizle taldeen beharretara egokitu dira, baina gainontzeko Gipuzkoako lehen sektoreko ekoizleei zabaldu daitekeela uste dugu.

Lehenengo gaia, komunikazio estrategian oinarritu da, batez ere komunikazio estrategia digital batean. Gaur egun, ezinbestekoa da digitalki zure marka ezagutaraztea eta horretarako estrategia on bat diseinatu behar da, gainera, komunikazioari behar den denbora eta balioa eskaini behar zaio. Bestalde, hori errazteko, erabilgarriak izan daitezkeen baliabide digitalak erakutsi zaizkie.

Bigarren gaia, negozio eredu berria zehazten laguntzeko erramintak eskaintzean oinarritu da. Bertatik Bertara egitasmoaren bigarren fase honetan, eta elkarte bezala eratzen ari diren heinean negozio eredu berri bat diseinatzeko ari dira. Bakoitzak, bere negozio eredu izan du orain arte, eta orain, parte batez gutxienez, negozio eredu bateratu bat sortu nahi dute. Horregatik, atal honetan, hori diseinatzeko erramintak modu praktikoan erabiltzen irakatsi da.

Azkenik, eta erabaki garrantzitsuak hartu behar den fase batean kokatzen denez Bertatik Bertara egitasmoa, adostasunera heltzeko erabilgarria izan daitekeen metodologia berritzailea azaldu zaie bai eta, barne-antolaketarako baliabide digitalak ere. Prozesu hauetan ezinbestekoa da, taldean erabakian adostasunez hartzea eta horretarako laguntza eskaintzea izan da atal honen helburua.

2. PRESTAKUNTZAREN GAUZATZEA

Esan bezala, prestakuntza Bertatik Bertara egitasmoaren parte diren ekoizleekin jarri da martxan. Hain zuzen ere, Bertatik Bertararen bigarren fase hau (elkartearen

egituraketa fasea) bultzatzen ari diren talde-eragilearen parte diren 8 ekoizlerekin. Formakuntzaren helburua ahalduntzean oinarritu denez eta modu praktikoan beraien egunerokoan integratzeko erramintak eskaini direnez, ebaluazioak parte-hartzea izan du kontuan. Horrenbestez, ez da kalifikaziorik jarri, ikasitakoaren aplikazio praktikoa izan baita prestakuntzaren ardatz nagusia. Zentzu honetan, 8 ekoizleek parte hartu dute formakuntzaren hiru ataletan.

3. GIDA DIDAKTIKOA

Jarraian prestakuntzaren gida didaktikoa zehazten da:

1 GAIA

- **Izenburua:** Gipuzkoako lehen sektoreko ekoizleen komunikazio estrategia hobetzeko proposamena
- **Hartzaileak:** Gipuzkoako lehen sektoreko ekoizleak
- **Helburu orokorra:**
 - Negozio ereduarentzat beharrezkoa den komunikazio estrategia bultzatzeko oinarrizko baliabideak eskaintzea.Helburu espezifikoak:
 - Komunikazio estrategia batek negozio batean duen eraginak ohartzea.
 - Marka pertsonal batek duen garrantziaz jabetzea.
 - Marka pertsonala sortzea.
 - Online dendak dituen abantailak ezagutzea eta gutxienez bat martxan jartzea.
 - Hotsuite plataforman dituzten sare sozialetan saioa hasi eta publikazio bat programatzea.
 - Canvako txantilo batetik hasita, publikazio bat prestatzea.
 - Mailchimp bidez korreo bat bidaltzea gutxienez 10 kontakturekin.
 - Aurretik egindako publikazioak izandako arrakasta Metricool tresnaren bidez kontsultatzea.
- **Edukiak:**
 1. **Gaia: Hedabide digitalak:**
 - Zer dira?
 - Hedabideetara egokitu. Nola? Zergatik?
 - Komunikazio estrategia. Zer da?
 - Komunikazio estrategia baten garrantzia
 - Marka pertsonala: Zer da? Garrantzia.
 2. **Gaia: sare sozialak eta antolakuntza**
 - Online denda eta sare sozialak
 - Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Youtube
 - Hotsuite
 - Canva
 - Mailchimp
 - Metricool

- Trello

- **Metodologia:**

Ikastaro hau Moodle plataformaren bidez egingo da. Bertan, aurretik aipatutako edukiak testu, aurkezpen eta bideoen bidez eskainiko zaizkie. Eduki hauek laburrak izango dira, gutxi gorabehera 2-5 minutu inguru iraungo dute eta ondoren, hauekin zerikusia duten jarduera praktikoak egingo dira. Jarduera hauek, nekazari bakoitzak bere negozioan praktikan jartzeko pentsatuak daude eta helburua, komunikazio estrategiak eta sare sozialak onura ekar dezaketela ohartzea da, eguneroko jardunean hauen erabilera sustatuz. Adibide gisa, sare sozial bat aukeratu eta bertan kontu bat ireki beharko dute, ondoren, publikazioa diseinatu, partekatu eta ondoren, honek izan duen arrakasta neurtu beharko dute parte-hartzaileek.

- **Ebaluazioa:**

Aurreko atalean aipatu bezala, edukiak eta jarduerak, partaide bakoitzaren markari eta negozioari zuzenduak egongo dira. Horrela, ikastaro honen ebaluazioa ez da kuantitatiboa izango, kualitatiboa baizik. Honen arrazoi nagusia, ikastaroak duen helburua da, izan ere, helburua baliabideak ezagutzea eta balioan jartzea da, eta bakoitzak behar duenaren arabera tresnak erabiltzea edo praktikan jartzea.

Horregatik, Moodle-ean parte hartzea izangoa da kontuan izango dena. Praktika hauen emaitzak beraientzat izango dira baliagarri eta hori da ikastaro honen bidez bilatuko dena. Beraz, ebaluazioa modu jarraitu batean egingo da, prozesu guztian zehar nola lan egiten ari diren ikusiko baita Moodle-ean irekiko den zalantzen foroaren eta zuzeneko kontaktuaren bidez ere. Hala eta guztiz ere, formakuntzaren gauzatzeaz gain, honako ebaluazio irizpideak izango dira kontuan:

- Gutxienez sare sozial batean kontu bat sortu du.
- Publikazio bat egin du sare sozialen batean.
- Marka pertsonala zehazteko gutxiengo galderak bete ditu.

2. GAIA

- **Izenburua:** Gipuzkoako lehen sektoreko ekoizleen negozio ereduaren zehaztea

- **Hartzaileak:** Gipuzkoako lehen sektoreko ekoizleak

- **Helburu orokorra:**

- Negozio eredu baten Canvas-a eta AMIA egitea.

Helburu espezifikokoak:

- Nork bere negozioaren inguruko alderdi ezberdinen inguruan hausnartzea.

- **Edukiak:**

1. **Gaia: Negozio aukerak**

- Zergatik erabili galdera-erantzunak?
- Non dago balioa?
- Hitz klabeen lanketa

2. **Erabiliko diren baliabideak**

- Amia
 - Canvas
 - Sinergiak eta irakurketa bateratua
3. **AMIA**
- Oinarriak
 - Adibideak
4. **Canvas**
- Oinarriak
 - Aldaketak
 - Erabilera ezberdinak
 - Adibideak
5. **Norberaren kasuaren azterketa**

• **Metodologia:**

Ikastaro hau Moodle plataformaren bidez egingo da. Bertan, aurretik aipatutako edukiak testu, aurkezpen eta bideoen bidez eskainiko zaizkie. Eduki hauek laburrak izango dira, gutxi gorabehera 2-5 minutu inguru iraungo dute eta ondoren, hauekin zerikusia duten jarduera praktikoak egingo dira. Jarduera hauek, nekazari bakoitzak bere negozioan praktikan jartzeko pentsatuak daude eta helburua, bakoitzak bere negozio ereduaren inguruko Canvas-a eta AMIA egitea da.

• **Ebaluazioa:**

Aurreko atalean aipatu bezala, edukiak eta jarduerak, partaide bakoitzaren markari eta negozioari zuzenduak egongo dira. Horrela, ikastaro honen ebaluazioa ez da kuantitatiboa izango, kualitatiboa baizik. Honen arrazoi nagusia, ikastaroak duen helburua da, izan ere, helburua baliabideak ezagutzea eta balioan jartzea da, eta bakoitzak behar duenaren arabera tresnak erabiltzea edo praktikan jartzea.

Horregatik, Moodle-ean parte hartzea kontuan izango da, praktika hauen emaitzak beraientzat izango dira baliagarri eta hori da ikastaro honen bidez bilatuko dena. Beraz, ebaluazioa modu jarraitu batean egingo da, prozesu guztian zehar nola lan egiten ari diren ikusiko baita Moodle-ean irekiko den zalantzen foroaren eta zuzeneko kontaktuaren bidez ere. Hala eta guztiz ere, egite hori kontuan hartzeko, eta ebaluazioa aurrera eramateko, honako item hauen izango dira kontuan:

- Norberak bere negozioaren inguruan planteatutako galderen inguruan hausnartu du.
- AMIA osatzen duten puntuak bere negozio ereduarekin bete ditu.
- Canvas-eko 4 puntu betetzeko gai izan da.

3. GAIA:

- **Izenburua:** Adostasunera iristeko metodologiaren sarrera
- **Hartzaileak:** Gipuzkoako lehen sektoreko ekoizleak
- **Helburu orokorra:**
 - Hartu beharreko erabakiak adostasunean hartzeko erraztuko duen metodologia eta baliabideak azaltzea.

Helburu espezifikoak:

- Ekai Center-ek sortutako euskarri metodologiaren berri izatea.
- Akordioetara iristeko gomendioak eta baliabide digitalei buruzko informazioa jasotzea.
- Negozioaren edo elkartearen inguruko erabakiak hartzeko ahalduntzea.

• **Edukiak:**

1. Gaia: Euskarri metodologiaren nondik norakoak

- Euskarri metodologiaren ezaugarri nagusiak
- Nola aurrera eraman metodologia? Proposamenak
 - Aurrez aurrekoak
 - Baliabide digitalak
 - Doodle
 - Telegram
 - Drive

• **Metodologia:**

Ikastaro hau Moodle plataformaren bidez egingo da. Bertan, aurretik aipatutako edukiak testu, aurkezpen eta bideoen bidez eskainiko zaizkie. Eduki hauek laburrak izango dira, gutxi gorabehera 2-5 minutu inguru iraungo dute eta ondoren, hauekin zerikusia duten jarduera praktikoak egingo dira. Jarduera hauek, nekazari bakoitzak bere negozioan praktikan jartzeko pentsatuak daude eta helburua, erabakiak hartzeko baliabideak eskuratzean dago, baliabide hauek aurrez aurrekoak zein digitalak izanik.

• **Ebaluazioa:**

Aurreko atalean aipatu bezala, edukiak eta jarduerak, partaide bakoitzaren markari eta negozioari zuzenduak egongo dira. Horrela, ikastaro honen ebaluazioa ez da kuantitatiboa izango, kualitatiboa baizik. Honen arrazoi nagusia, ikastaroak duen helburua da, izan ere, helburua baliabideak ezagutzea eta balioan jartzea da, eta bakoitzak behar duenaren arabera tresnak erabiltzea edo praktikan jartzea.

Horregatik, Moodle-ean parte hartzea kontuan izango da, praktika hauen emaitzak beraientzat izango dira baliagarri eta hori da ikastaro honen bidez bilatuko dena. Beraz, ebaluazioa modu jarraitu batean egingo da, prozesu guztian zehar nola lan egiten ari diren ikusiko baita Moodle-ean irekiko den zalantzen foroaren eta zuzeneko kontaktuaren bidez ere. Hala eta guztiz ere, egite hori kontuan hartzeko, eta ebaluazioa aurrera eramateko, honako item hauen izango dira kontuan:

- Prozesuan zehar hartu behar izan diren erabakietako bat gutxienez, azaldutako tresnak martxan jarri egin da.
- Drivean karpeta bat sortu eta taldekideekin partekatu dute.