

Κύκλος Μαθημάτων Συνεταιριστικής Εκπαίδευσης της Συνεταιριστικής Επιχείρησης του Mondragon (MCC)

**προώθηση από το Δίκτυο Κ.Α.Π.Α.
(Κοινωνικής Αλληλεγγύης & Περιφερειακής Ανάπτυξης)**

Ενότητα 1: Τα κλειδιά του συνεργατισμού: Αξίες και Ανάπτυξη

Ενότητα 2: Η διαχείριση μιας συνεταιριστικής επιχείρησης I

Ενότητα 3: Η διαχείριση μιας συνεταιριστικής επιχείρησης II

Ενότητα 4: Διαπραγμάτευση και Επίλυση Συγκρούσεων

**Ενότητα 5: Στρατηγικό Σχέδιο και Ετήσιο Συνεταιριστικό Σχέδιο
Διαχείρισης**

**Ενότητα 6: Σχέδιο Προώθησης (Μάρκετινγκ) και Στρατηγική
Προώθησης (Μάρκετινγκ)**

Ενότητα 7: Συλλογική Διαχείριση

Ενότητα 8: Συνεταιριστική Οικονομική Διαχείριση

Ενότητα 1: Τα κλειδιά του συνεργατισμού: Αξίες και Ανάπτυξη

Συνεργατισμός

- Τι είναι ο συνεργατισμός.
- Σύγκρουση, ανταγωνισμός, συνεργατισμός.
- Το οικονομικό μοντέλο του συνεργατισμού.
- Γιατί να συνεταιριστούμε;

Ιστορία

- Πρόδρομοι του συνεργατισμού.
- Rochdale.
- Μετά από το Rochdale.
- Επισκόπηση του παγκόσμιου συνεργατικού κινήματος.

Άνθρωποι

- Οι άνθρωποι και οι αξίες.
- Οι αξίες του συνεταιριστικού κινήματος.
- Οι συνεργατικές εμπειρίες.
- Ανάλυση της συνεργατικής κουλτούρας. Ιδέες και αξίες.

Συνεργατική Επιχείρηση

- Τι είναι η συνεργατική επιχείρηση: αρχές που τις διέπουν.
- Εξέλιξη των συνεταιριστικών αρχών.
- Εργαστήρι για τις αρχές: ορισμός και ανάπτυξη.
- Οι συνεταιριστικές αρχές στην πράξη.

Το Μέλλον

- Σήμερα.
- Παρελθόν.
- Δυνατά σημεία.
- Αδυναμίες.
- Ευκαιρίες.
- Απειλές.
- Μέλλον.

Η εμπειρία του Mondragon

- Ιστορία του MCC.
- Το MCC σήμερα.
- Δομή του MCC.
- Αποστολή του MCC.
- Γλωσσάρι του MCC.
- Στόχοι του MCC.
- Λόγοι για την επιτυχία του MCC.

Γενική Συνέλευση

- Γενική Συνέλευση

Ενότητα 2 & 3: Η διαχείριση μιας συνεταιριστικής επιχείρησης I & II

Συνεργατισμός

- Τι είναι ο Συνεργατισμός.
- Γενικές Προϋποθέσεις.
- Γενικές αρχές.
- Οικονομικό μοντέλο.
- Νομικό μοντέλο.

Συνεταιριστική επιχείρηση

- Τι είναι ένας συνεταιρισμός.
- Χαρακτηριστικά.
- Διεθνείς συνεταιριστικές αρχές.
- Στόχοι.
- Η διαφορετικότητα.
- Κοινωνική διαχείριση.
- Συνεταιριστική οργάνωση.

Το Μέλος

- Μέλος.
- Υποψήφιοι για μέλη και ένταξη.
- Κατηγορίες των μελών.
- Τα δικαιώματα και οι υποχρεώσεις των μελών.
- Η αποχώρηση και η αποβολή μέλους.

Εσωτερική οργάνωση του Συνεταιρισμού

- Οργανωτική δομή.
- Αρχή της επικουρικότητας (αυτονομία, αλληλεγγύη).
- Οργανωτική λειτουργία .

Όργανα

- Γενική Συνέλευση.
- Διοικητικό Συμβούλιο.
- Εποπτική Επιτροπή.
- Κοινωνικό Συμβούλιο.

Ηγεσία και Διοίκηση

- Λόγοι για την επιτυχία του MCC.
- Διοικητικό Συμβούλιο.
- Διαχείριση.
- Λειτουργικά προβλήματα.

Ενότητα 4: Διαπραγμάτευση και Επίλυση Συγκρούσεων

Συγκρούσεις Γενικά

- Τύποι των συγκρούσεων και πως θα ανταποκριθούμε σε αυτές.
- Αντιμετώπιση της σύγκρουσης.

Επίλυση των συγκρούσεων

- Διαδικασίες επίλυσης διαφορών.
- Δομή της σύγκρουσης.
- Δυναμική της σύγκρουσης.

Οι συγκρούσεις στην Οργάνωση

- Ταξινόμηση των συγκρούσεων.
- Οι πιο συχνές συγκρούσεις σε Οργανώσεις.

Περιπτωσιολογική μελέτη σύγκρουσης

- Προσέγγιση.
- Αντιμετώπιση της σύγκρουσης.
- Ανάλυση της σύγκρουσης.

Διαμεσολάβηση

- Ορισμός.
- Τυπική και Άτυπη διαμεσολάβηση.

Διαμεσολάβηση σε Οργανώσεις

- Πλεονεκτήματα.
- Συστήματα διαμεσολάβησης.

Σκιαγράφηση του μεσολαβητή

- Ασκήσεις διαμεσολάβησης.
- Δυνατότητες διαμεσολάβησης.

Περιπτωσιολογική μελέτη διαμεσολάβησης

- Προσέγγιση.
- Ανάλυση της διαμεσολάβησης.

- Ανάλυση της διαδικασίας.

Εισαγωγή στη διαπραγμάτευση

- Προσδιορισμός των διαδικασιών διαπραγμάτευσης.
- Ανάλυση της διαπραγματευτικής διαδικασίας.

Προετοιμασία πριν την διαπραγμάτευση

- Η φύση της διαπραγμάτευσης.
- Προσέγγιση της διαπραγμάτευσης.

Μέθοδος και ικανότητες διαπραγμάτευσης

- Μέθοδος διαπραγμάτευσης.
- Διαπραγματευτικές ικανότητες.

Διαπραγμάτευση βάσει συμφερόντων

- Τύποι της διαπραγμάτευσης.
- Προσδιορισμός των θέσεων και συμφερόντων.
- Διαχωρισμός τους προβλήματος από το ατομικό συμφέρον.
- Επιλογές και εναλλακτικές λύσεις για διακανονισμό συμφωνίας.

Στρατηγικές για την προώθηση της συνεργασίας

- Εμπόδια: η αντίδρασή μας.
- Εμπόδια: η ατομική άποψη και τα συναισθήματα.
- Εμπόδια: η δυσαρέσκεια και η διαχείριση εξουσιών.
- Δεκάλογος για την διαπραγμάτευση.

Περιπτωσιολογική μελέτη διαπραγμάτευσης

- Σχεδιασμός και ανάλυση.
- Υπερπήδηση εμποδίων.
- Διαπραγματευτικός διάλογος.

Ενότητα 5: Στρατηγικό Σχέδιο και Ετήσιο Συνεταιριστικό Σχέδιο Διαχείρισης

Εισαγωγή στο σχεδιασμό

- Ποια είναι η στρατηγική.
- Αρχές και στόχοι του σχεδιασμού.
- Λάθη.
- Ο σχεδιασμός του κύκλου PDCA.

Στρατηγικό Σχέδιο (θεωρητική έκδοση)

- Το Στρατηγικό Σχέδιο.

- Φάση I: Επιχειρηματική έρευνα.
- Φάση II: Ανάλυση του περιβάλλοντος.
- Φάση III: Ανάλυση της εγχώριας κατάστασης.
- Φάση IV: Προσδιορισμός της κατάστασης του ανταγωνισμού.
- Φάση V: Ανάλυση των συνεργασιών.
- Φάση VI: Νέο επιχειρηματικό μοντέλο.
- Φάση VII: Στόχοι και στρατηγικές.

Στρατηγικό σχέδιο (έκδοση πρακτικής εφαρμογής)

- Το Στρατηγικό Σχέδιο.
- Φάση I: Επιχειρηματική έρευνα.
- Φάση II: Ανάλυση του περιβάλλοντος.
- Φάση III: Ανάλυση της εγχώριας κατάστασης.
- Φάση IV: Προσδιορισμός της κατάστασης του ανταγωνισμού.
- Φάση V: Ανάλυση των συνεργασιών.
- Φάση VI: Νέο επιχειρηματικό μοντέλο.
- Φάση VII: Στόχοι και στρατηγικές.

Σχέδιο διαχειριστικών χρήσεων

- Εισαγωγή.
- Φάση I: Ετήσια εκτίμηση.
- Φάση II: Κατευθύνσεις και γενικοί στόχοι.
- Φάση III: Στόχοι ανά περιοχή.
- Φάση IV: Σχέδια Δράσης.
- Φάση V: Προϋπολογισμός.
- Φάση VI: Διαχειριστικός έλεγχος.

Ενότητα 6: Σχέδιο Προώθησης (Μάρκετινγκ) και Στρατηγική Προώθησης (Μάρκετινγκ)

Τι είναι η προώθηση προϊόντων (Μάρκετινγκ);

- Ορισμός του Μάρκετινγκ.
- Ανάγκες, Επιθυμίες, Ζήτηση.
- Προϊόντα.
- Αξία, κόστος, ικανοποίηση.
- Ανταλλαγές, συναλλαγές, σχέσεις.
- Αγορές.
- Μάρκετινγκ, γιατί;
- Παραδείγματα.

Η Διαχείριση του Μάρκετινγκ

- Κατευθυντήριες γραμμές για την προώθηση στην αγορά
- Τακτική και Στρατηγική.
- Στρατηγική Μάρκετινγκ και Marketing Plan.

Στρατηγική Μάρκετινγκ

- Φάση 1: αποστολή.
- Φάση 2: Δυνάμεις στην αγορά.
- Φάση 3: Παράγοντες που διαμορφώνουν το περιβάλλον.
- Φάση 4: Ανάλυση Αγοράς.
- Φάση 5: Διαφοροποίηση της προσφοράς.
- Φάση 6: Στρατηγική τοποθέτησης.

Σχέδιο μάρκετινγκ

- Χαρακτηριστικά Marketing Plan: Εισαγωγή.
- Φάση 1: Σύνοψη.
- Φάση 2: Ανάλυση και διάγνωση της κατάστασης.
- Φάση 3: Στρατηγικές αποφάσεις μάρκετινγκ.
- Φάση 4: Προϋπολογισμός.
- Φάση 5: Σχέδιο ενεργειών και ελέγχου.

Ενότητα 7: Συλλογική Διαχείριση

Τρόποι ηγεσίας

- Τύποι των ηγετών.
- Ηγεσία ανάλογα με την κατάσταση.
- Σημασία της ηγεσίας.

Επικοινωνία

- Σημασία της επικοινωνίας.
- Στόχοι.
- Αποτελεσματική επικοινωνία.
- Σχέδιο επικοινωνίας.
- Η συνεδρίαση.

Αντιπροσώπευση

- Το κλειδί για την αποτελεσματικότητα.
- Προϋποθέσεις για την σωστή αντιπροσώπευση.
- Εμπόδια που πρέπει να ξεπεραστούν.

Κίνητρα- έμπνευση

- Άσκηση Brainstorming (καταιγισμού ιδεών).
- Κίνητρα των Ανθρώπων.
- Εργαλεία Κινήτρων.

Διαδικασία λήψης αποφάσεων

- Στάδια της διαδικασίας λήψης αποφάσεων.
- Μέθοδοι για την ομαδική λήψη αποφάσεων.
- Σχεδιάγραμμα απόφασης.

Η αποτελεσματικότητα των συνεταιρισμών

- Άσκηση προβληματισμού.
- Τρόποι δράσεις.
- Αποτελεσματική αυτοδιαχείριση.

Ανάπτυξη υψηλής ομαδικής απόδοσης

- Τύποι ομάδων.
- Πλεονεκτήματα της ομαδικής εργασίας.
- Προβλήματα στην ομάδα.
- Βασικά σημεία για την ηγεσία.

Διαχείριση συγκρούσεων

- Μοντέλο για τη διαχείριση των συγκρούσεων.
- Παράγοντες που προωθούν τη συνοχή της ομάδας.

Ενότητα 8: Συνεταιριστική Οικονομική Διαχείριση

Οικονομικός κύκλος εργασιών του Συνεταιρισμού

- Εισαγωγή.
- Ξεκινώντας με τους αριθμούς.
- Οι οικονομικές μεταβλητές.
- Σημασία των επιστρεφόμενων οφελών.

Το ισοζύγιο

- Ίδια Κεφάλαια - Δάνεια.
- Ενεργητικό = Παθητικό. Ισολογισμός.
- Περιγραφή των Λογαριασμών.
- Προετοιμασία του Ισολογισμού.

Λογαριασμός Αποτελεσμάτων

- Προσδιορισμός των Δαπανών και των Εσόδων.
- Υπολογισμός των Αποτελεσμάτων.
- Σχέση μεταξύ Ενεργητικού, Παθητικού στον Λογαριασμό Αποτελεσμάτων.

Χρηματοοικονομικά και Οικονομικός Ισολογισμός

- Υπόλοιπο Πλεονάσματος.
- Επίλυση προβλημάτων με τον Ισολογισμό.
- Υπολογισμός Αποδόσεων.
- Κερδοφορία και Ζημιές.