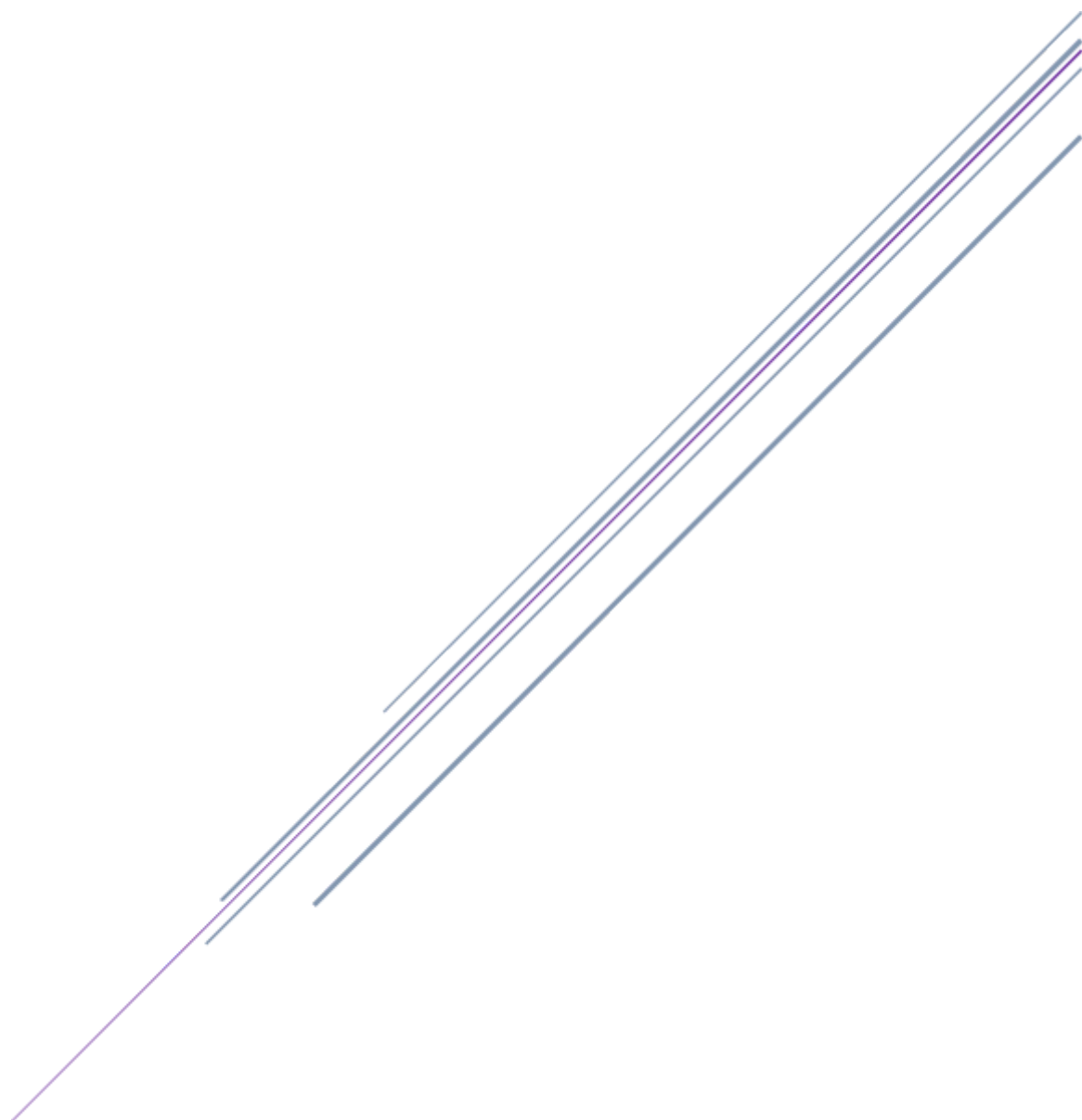


FEMIN-ICT EMPOWERMENT PROGRAMMA

AUTEURS: Co-Cò Vereniging, CSI-Cyprus, Ikigai, Impact-Hub Stockholm, Stimmuli voor sociale verandering, The Square Dot Team, WoT



Inhoud

Introductieintroductie	2
Modulo 1: Hoe om te gaan met gendervooroordelen en stereotypen in de ICT-sector	3
Introductieinleiding	3
Doelstellingen van	module4
Eenheid 1 Inleidinginleiding	4
Eenheid 2 Het belang van het aanpakken van gendervooroordelen en -stereotypen in de ICT-sector	4
Unit 3 Inzicht in gendervooroordelen en stereotypen in de ICT-sector	5
Unit 4 Strategieën om met gendervooroordelen en stereotypen om te gaan	6
Unit 5 Samenvatting en kernpunten	7
Conclusie	7
Modulo 2: Onderhandelen en assertiviteit	8
Introductieintroductie	8
DoelstellingenDoelstellingen van de module	8
Eenheid 1 Winkelziona	9
Eenheid 2 Mogelijkheden	17
Conclusie	24
Modulo 3: Leiderschap voor de toekomst	24
Introductieintroductie	24
Module Doelstellingen	25
Eenheid 1 Ontwikkelen van een leiderschapsmentaliteit	25
Eenheid 2 Leiderschap in de sectorenICT	30
Conclusies	34
Module 4: Spreken in het openbaar & Effectieve communicatie	35
Inleiding	35
Module Doelstellingen	36
Eenheid 1 Wat is Spreken in het openbaar?	36
Eenheid 2 Communicatiebenaderingen en -contexten	40
Eenheid 3 Wat zijn de vaardigheden van presentatievaardigheden?	42
Conclusies	47
Module 5: Netwerken e Zelfbekendheid in het digitale tijdperk	49
Inleiding	49



	2
Moduledoelstellingen	49
Eenheid 1 Inhoud programma	50
Eenheid 2 Belemmeringen voor zelfpromotie	51
Unit 3 Sleutels tot het bouwen van uw merk	52
Unit 4 Opvallende oefeningen	53
6. Conclusies	56
Module 6: Integratie werk en privé	56
Inleiding	56
Moduledoelstellingen	57
Unit 1 Onevenwichtigheid en neveneffecten	57
Unit 2 Multitasking: een belangrijke oorzaak	58
Conclusies	60
Visies en waarden - Zelfevaluatie toolkit	61
Inleiding	61
Module Doelstellingen	62
Eenheid 1 Wat zijn waarden en visies	62
Eenheid 2 Visies & Waarden - Vrouwen in ICT	65
Eenheid 3 Zelfevaluatie in de praktijk	66
Conclusies	73
Algemene conclusies	73
	Referenties 74
Verder lezen/Andere bronnen	79

Inleiding

Bij het ontwerp van de modules van het FeminICT Empowerment Programma is rekening gehouden met het feit dat ze in de vorm van webinars worden gegeven. Het materiaal in dit document is getest in nationale webinars door publieksgerichte organisaties in België, Cyprus, Griekenland, Italië, Spanje en Zweden. Het werd ook gepresenteerd tijdens een webinar van European Femin-ICT.



Het doel van dit programma is om vrouwen die werkzaam zijn in de ICT-sector en vrouwen die in deze sector willen gaan werken, inclusief vrouwelijke studenten in welke sector dan ook, kennis en vaardigheden te bieden waarmee ze de obstakels kunnen overwinnen die worden gevormd door gendervooroordelen en andere factoren.

Elke module is voorbereid door een projectpartner met expertise in het onderwerp. Sommige modules, zoals module 1 en module 5, bevatten paragrafen waarin wordt uitgelegd hoe dit materiaal kan worden gebruikt in een webinar, zodat het een hulpmiddel voor trainers wordt. Het document is dus een op zichzelf staand onderwijsprogramma dat kan worden gebruikt als leesmateriaal of kan worden omgezet in een interactief webinar. Deze vorm is nuttig voor praktische inhoud omdat het materiaal bevat voor de ontwikkeling van vaardigheden.

Module 1: Omgaan met gendervooroordelen en stereotypen in de ICT-sector

Inleiding

In deze workshop verkennen we de onderliggende problemen van gendervooroordelen en stereotypen, begrijpen we de impact ervan, definiëren en verklaren we de belangrijkste termen en identificeren we strategieën om er effectief mee om te gaan.

We zullen statistieken en onderzoeksresultaten analyseren die de aanwezigheid van gendervooroordelen in de ICT-sector benadrukken, omdat dit de feiten zijn die ons helpen licht te werpen op de dringende noodzaak om dit probleem aan te pakken en meer inclusieve werkplekken te creëren.

Deelnemers worden aangemoedigd om hun ervaringen te delen en na te denken over hun impact, waardoor een beter begrip van de kwestie wordt bevorderd.

Last but not least zullen we de gelegenheid hebben om strategieën, instrumenten en initiatieven te presenteren en te bespreken die een belangrijke rol kunnen spelen bij het ondersteunen van vrouwen die in de ICT-sector werken, studenten in de sector en ondernemers bij het aanpakken van genderstereotypen en -vooroordelen. We zullen ook de gelegenheid hebben om te bespreken welke stappen bedrijven kunnen nemen om meer

inclusieve omgevingen te bevorderen, waarbij we zeker zullen benadrukken hoe belangrijk het is dat organisaties relevante procedures ontwerpen en implementeren en de effectiviteit ervan evalueren, evenals de behoeften van hun werknemers.

Module Doelstellingen

De doelstellingen van deze module zijn:

- Bewustmaken van de aanwezigheid en impact van gendervooroordelen en stereotypen in de ICT-sector.
- Begrijp de belangrijkste termen en maak een gemeenschappelijke woordenlijst.
- Deel persoonlijke ervaringen en bespreek de impact van gendervooroordelen en stereotypen.
- Strategieën identificeren voor individuen, in het bijzonder vrouwen, die werken of studeren in de ICT-sector om gendervooroordelen te bestrijden en te overwinnen.
- Strategieën voor bedrijven identificeren om gendervooroordelen en stereotypen in de ICT-industrie aan te pakken en te elimineren.
- Deelnemers de gelegenheid geven om na te denken over wat ze hebben geleerd en om actie te ondernemen om gendervooroordelen in hun professionele leven aan te pakken.

De doelstellingen van deze module zijn

- Bewustmaking van de aanwezigheid en de impact van gendervooroordelen en -stereotypen in de ICT-sector.
- Begrijp de belangrijkste termen en maak een gemeenschappelijke woordenlijst.
- Deel persoonlijke ervaringen en bespreek de impact van gendervooroordelen en stereotypen.
- Strategieën identificeren voor individuen, in het bijzonder vrouwen, die werken of studeren in de ICT-sector om gendervooroordelen te bestrijden en te overwinnen.
- Strategieën voor bedrijven identificeren om gendervooroordelen en -stereotypen in de ICT-sector aan te pakken en te elimineren.
- Deelnemers de kans geven om na te denken over belangrijke resultaten en zich ertoe te verbinden concrete stappen te ondernemen om gendervooroordelen in hun beroepsleven aan te pakken.

Unit 1 | Inleiding

Welkom en openingswoord

Korte introductie door de trainer

Agenda van de workshop

Interactieve plenaire oefening | Doelstellingen en verwachtingen van de workshop bepalen

Eenheid 2 | Het belang van het aanpakken van gendervooroordelen en -stereotypen in de ICT-sector

Statistieken en onderzoeksresultaten die de aanwezigheid van gendervooroordelen in de ICT-sector aantonen.

Geslachtsvertegenwoordiging

Momenteel is slechts 17% van de bijna 8 miljoen ICT-specialisten in Europa vrouw.

https://eige.europa.eu/publications-resources/toolkits-guides/work-life-balance/women-in-ict?language_content_entity=en

Het percentage vrouwelijke ICT-deskundigen (21%) in Griekenland is echter hoger dan het EU-gemiddelde (17%).

<https://digital-skills-jobs.europa.eu/en/latest/opinions/digital-jobs-women-and-young-people-snapshot-through-greek-national-coalitions>

In Griekenland maken vrouwen 22,8% uit van de zelfstandige professionals in de wetenschaps-, ingenieurs- en ICT-sector. Dit aandeel is lager dan het Europese gemiddelde (24,9%) en Griekenland staat op de 12e plaats van de 24 EU-lidstaten en geassocieerde landen waar soortgelijke gegevens beschikbaar waren.

<https://www.ekt.gr/en/news/27181>



Volgens een rapport van het National Center for Women & Information Technology (NCWIT) bezetten vrouwen slechts 27% van de IT-gerelateerde banen in de VS.

<https://ncwit.org/resource/bythenumbers/>

Vooroordelen bij werving en promotie

Uit een onderzoek van onderzoekers aan de Yale University bleek dat zowel mannelijke als vrouwelijke wetenschappers eerder geneigd waren om een mannelijke kandidaat aan te nemen voor een functie als laboratoriummanager en hem een hoger startsalaris aan te bieden dan een identieke vrouwelijke kandidaat.

<https://news.yale.edu/2012/09/24/scientists-not-immune-gender-bias-yale-study-shows>

Beloningsverschil tussen mannen en vrouwen

In het Global Gender Gap Report 2020 van het World Economic Forum staat dat de wereldwijde loonkloof tussen mannen en vrouwen in de ICT-sector ongeveer 20 procent bedraagt.

https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf



Eenheid 3 | Gendervooroordelen en stereotypen in de ICT-sector begrijpen

Belangrijke termen definiëren en uitleggen:

Genderstereotypen, gendervooroordelen, genderdiscriminatie.

Gelijkheid vs. gelijkheid

Diversiteit en inclusie

Glazen plafond, glazen afgrond, glazen lift

Seksuele intimidatie

Een interactieve groepsoefening om je ervaringen en de impact ervan te delen.

Unit 4 | Strategieën om met vooroordelen en genderstereotypen om te gaan

Het belang van individuele en collectieve inspanningen om gendervooroordelen te bestrijden

6 strategieën in 2 stappen voor vrouwen die in de ICT-sector werken en voor studenten in de ICT-sector.

Vorbereiding

Bewustwording | Informatie verzamelen over systemische ongelijkheden en hoe deze individuen en groepen beïnvloeden.

Je vooroordelen herkennen en beheren om te voorkomen dat ze je gedrag beïnvloeden.

Belangenbehartiging | Erken de privileges die je hebt door geluk en positie, en gebruik ze om te pleiten voor andere individuen en groepen.

Empowerment

Impact | Kom tussenbeide wanneer je ongelijkheid of onderdrukking waarneemt en versterk de stem van diegenen die niet gehoord worden.

Ik investeer geld, tijd en energie om het werk en de behoeften van kwetsbare groepen te ondersteunen.

Inclusie | Personen met verschillende kenmerken opnemen in je netwerk, rekening houdend met hun veiligheid.

2 hulpmiddelen voor bedrijven om gendervooroordelen en stereotypen in de ICT-sector aan te pakken

Vorbereiding

Bewustmaking | Gegevensverzameling | Actief luisteren

Empowerment

Inzet | Denk twee keer na | Procedures

Interactieve plenaire oefening | Welke stap kan ik vanaf morgen zetten om gendervooroordelen aan te pakken?

Unit 5 | Samenvatting en belangrijkste punten

Samenvatting van de trainer

Een interactieve plenaire oefening | Wat is mijn belangrijkste resultaat van de sessie van vandaag?

Conclusies

Tot slot wil de workshop over 'Hoe om te gaan met genderstereotypen en -vooroordelen in de ICT-sector' licht werpen op de dringende kwestie van gendervooroordelen en -stereotypen in de ICT-sector.

Het is belangrijk om ons niet alleen bewust te zijn van deze vooroordelen, maar ze ook aan te pakken, omdat ze de vooruitgang belemmeren, ongelijkheden bestendigen en het volledige potentieel van individuen, met name vrouwen, en de industrie als geheel beperken, omdat ze onder andere innovatie, creativiteit en algemene vooruitgang in de



ICT-sector beperken. Door middel van de strategieën, tools en stappen die in deze workshop worden verkend en besproken, willen we het belang van individuele en collectieve inspanningen in de strijd tegen gendervooroordelen benadrukken. Het creëren en in stand houden van inclusieve werkomgevingen en het omarmen van verschillende perspectieven kan bijdragen aan de welvaart van individuen en organisaties.

Module 2: Onderhandelen en assertiviteit

Inleiding

De module 'Onderhandelen en assertiviteit' is bedoeld om studenten die een ICT-studie volgen, pas afgestudeerden en huidige of potentiële ICT-medewerkers te voorzien van de benodigde hulpmiddelen voor effectieve communicatie, conflictoplossing en succesvol onderhandelen binnen de dynamische werelden van technologie en het bedrijfsleven. Dit curriculum verkent zakelijke onderhandelingsbenaderingen en assertieve communicatievaardigheden, en leert studenten hoe ze hun ideeën duidelijk en overtuigend kunnen verwoorden. Dit curriculum is nuttig voor degenen die succesvol willen zijn in hun bedrijf of baan in de ICT-sector, omdat het ingaat op de uitdagingen waarmee de ICT-sector wordt geconfronteerd en studenten in staat stelt om succesvol om te gaan met moeilijke ontmoetingen, hun belangen te laten gelden en vruchtbare samenwerkingen te bevorderen. De module richt zich op de cruciale vaardigheden van assertieve communicatie en vaardig onderhandelen in een voortdurend veranderende industrie die wordt gekenmerkt door gecompliceerde samenwerkingen, geavanceerde projecten en snel veranderende dynamieken. Het programma biedt tips over hoe je ideeën assertief kunt presenteren, voor je eigen belangen en die van de organisatie kunt vechten en door de complexe gesprekken kunt navigeren die vaak gepaard gaan met technische initiatieven voor mensen die hopen te slagen in ICT-functies. ICT-ondernemers kunnen baat hebben bij het ontwikkelen van hun onderhandelingsvaardigheden, leren hoe ze vruchtbare partnerschappen kunnen creëren, financiering kunnen verkrijgen en bedrijfsuitbreiding kunnen bevorderen. Studenten en pas afgestudeerden beschikken over de fundamentele vaardigheden die nodig zijn om hun kwalificaties overtuigend te presenteren, te onderhandelen over vacatures en zich te vestigen als belangrijke spelers in de ICT-sector.



Module Doelstellingen

De belangrijkste doelstellingen van de module Onderhandelen en Assertiviteit zijn als volgt:

-Onderhandelingstechnieken: Deelnemers hebben een grondige kennis van onderhandelingstechnieken die specifiek zijn aangepast aan de ICT-omgeving. Ze leren typische onderhandelingsscenario's herkennen, voorbereid te zijn op discussies en gunstige overeenkomsten te bereiken, of het nu gaat om projectmanagement, partnerschappen met leveranciers of samenwerking in teamverband.

-Ontwikkeling van effectieve/assertieve communicatievaardigheden: Het programma leert assertieve communicatiemethoden om de communicatievaardigheden van de deelnemers te verbeteren. Deelnemers zullen het vermogen verwerven om hun standpunten, ideeën en problemen in de ICT-sector duidelijk en zelfverzekerd over te brengen, waardoor professionele banden worden versterkt en misvattingen worden verminderd.

Eenheid 1 | Onderhandeling

Onderhandelingsvaardigheden: Definitie(s)

Deze definities benadrukken dat onderhandelen een methode is om overeenkomsten te bereiken, een nuttige vaardigheid om problemen op te lossen en een tactisch hulpmiddel om gewenste resultaten te bereiken.

Onderhandeling als proces: Onderhandeling is een gepland en interactief communicatieproces tussen twee of meer partijen die onenigheden over belangen, doelen of standpunten proberen op te lossen. Het omvat een opeenvolging van discussies, uitwisselingen en concessies met als doel een gemeenschappelijke basis te vinden en een wederzijds gunstig resultaat te bereiken.

Onderhandelen als vaardigheid: Door gebruik te maken van actief luisteren, communicatie, overtuigingskracht en strategieën om problemen op te lossen, is onderhandelen de kunst om succesvol te onderhandelen over geschillen, verschillen of meningsverschillen. Het vinden van oplossingen die alle betrokken partijen tevreden stellen, vereist het vermogen om zowel het eigen perspectief als dat van anderen te begrijpen.

Onderhandelen als strategie: Om bepaalde doelen te bereiken, is onderhandelen een strategische tactiek die in verschillende situaties wordt gebruikt, waaronder handel, diplomatie, recht en interpersoonlijke relaties. Het gaat om de doelbewuste manipulatie van feiten, strategieën en concessies om het oordeel en gedrag van de andere partij te beïnvloeden met het uiteindelijke doel om voordelige voorwaarden of resultaten te verkrijgen.

Wat is het en wanneer wordt het gebruikt, wat is het doel?

Hoe werkt onderhandelen?

Een dynamisch proces van contact en communicatie tussen twee of meer partijen die uiteenlopende belangen, doelen of standpunten hebben, wordt onderhandelen genoemd. Het gaat om gesprekken en interacties met als doel tot een overeenkomst of oplossing te komen. Onderhandelen kan in verschillende contexten plaatsvinden, waaronder handel, diplomatie, juridische kwesties, interpersoonlijke relaties en meer. Het is een techniek om consensus te bereiken, geschillen op te lossen en tot conclusies te komen die rekening houden met de behoeften en belangen van alle partijen.

-Wanneer moet je onderhandelen?

Wanneer het nodig is om meningsverschillen, geschillen of uiteenlopende doelstellingen tussen partijen op te lossen, wordt er gebruik gemaakt van onderhandeling. Hieronder volgen enkele situaties waarin onderhandeling vaak wordt gebruikt:

Zakelijke transacties: contracten, partnerschappen, fusies en verkoopovereenkomsten bevatten allemaal een vorm van onderhandelen. Om tot overeenkomsten te komen die voor beide partijen voordelig zijn, onderhandelen bedrijven over voorwaarden, prijzen en condities.

Internationale betrekkingen en diplomatie: Om geschillen op te lossen en wereldwijde uitdagingen aan te gaan, onderhandelen naties over verdragen, handelsovereenkomsten en diplomatieke oplossingen.

Arbeidsverhoudingen: over de lonen, voordelen en arbeidsomstandigheden van werknemers wordt onderhandeld via collectieve arbeidsovereenkomsten tussen vakbonden en bedrijven.

Juridische geschillen: Voordat ze naar de rechtbank stappen, onderhandelen advocaten over schikkingen of overeenkomsten om juridische geschillen te beëindigen.

Persoonlijke relaties: Mensen onderhandelen over beslissingen in huis, meningsverschillen met anderen of gedeelde taken.

Vastgoedtransacties zijn onderhandelingen tussen kopers en verkopers over de voorwaarden en prijzen van eigendommen.

Wat is het doel van onderhandelen?

Het doel van onderhandelen is om tot een oplossing te komen die geschikt is voor alle partijen en aanvaardbaar voor beide. Hoewel de precieze doelstellingen kunnen veranderen afhankelijk van de situatie, is onderhandeling gericht op:

Tot een overeenkomst komen: Het belangrijkste doel is om tot een overeenkomst te komen die rekening houdt met de belangen en zorgen van alle partijen, waarbij een compromis wordt gevonden dat aan zoveel mogelijk eisen voldoet.

Banden behouden: Onderhandeling legt een sterke nadruk op het behouden van constructieve banden tussen de partijen, vooral wanneer ze het oneens zijn. Dit is essentieel voor het voortzetten van gesprekken en teamwerk.

Resultaten optimaliseren: Onderhandelaars streven naar gunstige voorwaarden en omstandigheden die in overeenstemming zijn met hun doelen en belangen. Dit kan inhouden dat ze op zoek gaan naar extra voordelen of concessies.

Conflicten tot een minimum beperken: Onderhandelen helpt geschillen tot een minimum te beperken en escalatie te voorkomen door een open dialoog en compromissen aan te moedigen.

Beter begrip: Door te onderhandelen kunnen partijen elkaars doelen en standpunten beter begrijpen, waardoor empathie wordt bevorderd.

Eerlijkheid bevorderen: het proces streeft ernaar dat alle betrokken partijen de uiteindelijke overeenkomst als redelijk en eerlijk beschouwen.

Tot slot wordt onderhandelen in verschillende situaties gebruikt om meningsverschillen op te lossen en tot een overeenkomst te komen. Het doel is om de belangen en zorgen van elke partij te bevredigen, een gemeenschappelijke basis te vinden, de resultaten te maximaliseren en goede relaties te onderhouden.

Grondbeginselen van onderhandelen

De essentiële ideeën, overtuigingen en methoden die de onderhandelingspraktijk sturen, worden de grondbeginselen van onderhandelen genoemd. Deze ideeën bieden een kader om te begrijpen hoe onderhandelingen werken en hoe je succesvol kunt onderhandelen.

- **Beslissingsanalyse:** Wanneer je wordt geconfronteerd met ambiguïteit en een breed scala aan mogelijke uitkomsten, is besluitvormingsanalyse een methode om een handelwijze te selecteren. Beslissingsanalyse bij onderhandelingen bestaat uit het evalueren van de mogelijke resultaten van verschillende beslissingen en acties. Het helpt om tactieken te kiezen die in lijn zijn met de doelstellingen door onderhandelaars te helpen bij het evalueren van afwegingen, risico's en voordelen in verband met alternatieve mogelijkheden.
- **Gedragmatige besluitvorming:** De studie van gedragmatige besluitvorming richt zich op hoe psychologische variabelen, vooroordelen en emoties de beslissingen van mensen beïnvloeden. Het begrijpen van gedragsfactoren is essentieel bij onderhandelingen, omdat mensen niet altijd rationeel handelen. Cognitieve vooroordelen, emotionele reacties en sociale dynamiek beïnvloeden het onderhandelingsproces en de resultaten.
- **Speltheorie:** Een wiskundig kader dat bekend staat als 'speltheorie' wordt gebruikt om de interacties tussen 'spelers' of besluitvormers te onderzoeken die hun eigen resultaten willen maximaliseren als functie van de acties van anderen. Speltheorie kan gebruikt worden bij onderhandelingen om te voorspellen hoe verschillende tactieken en acties het resultaat kunnen beïnvloeden. Het helpt onderhandelaars om de dynamiek van samenwerking, rivaliteit en interactie tussen de belangen van de partijen te begrijpen.

- **Onderhandelingsanalyse:** Om de onderliggende dynamiek van een onderhandeling te begrijpen, vereist onderhandelingsanalyse een methodische analyse van elk onderdeel van de discussie. Analyse van de belangen van de partijen, beschikbare opties, bronnen van invloed en potentiële overeenkomsten maken deel uit van dit proces. Door deze elementen uit te splitsen, kunnen onderhandelaars strategieën ontwikkelen die geschikt zijn voor de onderhandelingscontext en beter geïnformeerde beslissingen nemen.

Samengevat vormen deze ideeën de basis van onderhandelen. Samen helpen ze om de besluitvormingsprocedures, gedragseffecten, tactische uitwisselingen en analytische overwegingen te begrijpen die van invloed zijn op onderhandelingsresultaten.

Andere classificaties van onderhandelingstheorieën

- **Structurele analyse:** Onderhandelingstheorieën leggen sterk de nadruk op de structuur en fundamentele kenmerken van het onderhandelingsproces. Hierbij worden de structuur, context en formele regels van het onderhandelingsproces onderzocht. Deze theorieën houden vaak rekening met elementen zoals het aantal deelnemende partijen, de machtsverdeling en de volgorde van onderhandelingsbewegingen.
- **Strategische analyse:** Theorieën over strategische analyse richten zich op de strategische keuzes en activiteiten die onderhandelaars maken om hun doelen te bereiken. Volgens deze theorieën is onderhandelen een strategisch spel waarin deelnemers weloverwogen stappen zetten om elkaars acties en resultaten te beïnvloeden. Deze categorie omvat strategieën zoals conflictgedrag, teamwerk en het gebruik van hefboomwerking.
- **Procesanalyse:** De feitelijke dynamiek en stadia van het onderhandelingsproces staan centraal in procesanalysetheorieën. Ze proberen te begrijpen hoe partijen met elkaar omgaan, informatie uitwisselen, aanbiedingen presenteren en reageren op suggesties in de loop van de onderhandeling. Deze ideeën benadrukken het belang van duidelijke communicatie, kadering en opeenvolging van acties.
- **Integratieve analyse:** Theorieën van integratieve analyse leggen een sterke nadruk op het toevoegen van waarde en het vergroten van de kans op winst voor alle partijen

die betrokken zijn bij een onderhandeling. Deze ideeën pleiten voor een coöperatieve strategie waarbij onderhandelaars actief op zoek gaan naar mogelijkheden om tot minnelijke schikkingen te komen. Het doel is om gemeenschappelijke belangen en originele oplossingen te vinden die voldoen aan de eisen van veel belanghebbenden.

- **Gedragsanalyse:** De psychologische en gedragsmatige componenten van onderhandelen worden onderzocht aan de hand van gedragstheorieën. Deze ideeën erkennen dat cognitieve vooroordelen, emoties en sociale dynamiek een impact hebben op onderhandelaars. Onderhandelaars kunnen gedragingen die het onderhandelingsproces en de resultaten kunnen beïnvloeden voorspellen en beheersen door zich bewust te zijn van deze aspecten.

Concluderend bieden deze theoretische verdelingen verschillende perspectieven om overeenkomsten te bekijken en te evalueren. Ze bespreken de structurele omgeving, strategische keuzes, de dynamiek van het onderhandelingsproces, het potentieel voor waardecreatie en de gedragsfactoren die het onderhandelingsresultaat beïnvloeden.

Onderhandelingsfasen

1. Voorbereiding: Tijdens de voorbereidingsfase verzamelen onderhandelaars gegevens, specificeren ze hun doelstellingen en beoordelen ze hun sterke en zwakke punten. Ze ontdekken ook mogelijke alternatieven, anticiperen op de belangen en houdingen van de andere partij en ontwikkelen een duidelijke onderhandelingsstrategie.

2. Informatie-uitwisseling: Treedt op wanneer de twee partijen met elkaar in contact beginnen te komen, informatie delen en elkaars behoeften identificeren. In deze periode vindt de eerste communicatie tussen de partijen plaats. Ze geven details over hun behoeften, zorgen en belangrijkste prioriteiten. Het doel is om meer inzicht te krijgen in de standpunten van de andere partij en om gebieden van overeenstemming en mogelijke compromissen te identificeren.

3. Onderhandeling: Wanneer het 'geven en nemen' gebeurt. We moeten waarde creëren en waarde vastleggen - Communicatievaardigheden zijn belangrijk in deze fase. Om tot een overeenkomst te komen, hebben onderhandelaars een reeks interacties tijdens de onderhandelingsfase. Het 'geven en nemen' vindt op dit punt plaats wanneer de partijen aanbiedingen doen, tegenbiedingen doen en compromissen sluiten. Onderhandelaars proberen waarde te genereren door oplossingen te bedenken waar beide partijen voordeel bij hebben, terwijl ze proberen waarde voor zichzelf te creëren.

4. Afsluiten: het punt waarop een overeenkomst wordt bereikt. Wanneer een overeenkomst is bereikt, wordt dit de afrondende fase genoemd. De voorwaarden worden afgerond door de onderhandelaars, die ook de prijs, voorwaarden, deadlines en andere relevante elementen vastleggen. Om ervoor te zorgen dat de voorwaarden voor beide partijen aanvaardbaar zijn en dat de overeenkomst hun individuele doelen ondersteunt, vereist deze fase vaak veel aandacht.

5. Uitvoering: dit is de fase waarin de uitvoering van de overeenkomst plaatsvindt. De onderhandelde overeenkomst wordt geïmplementeerd tijdens de uitvoeringsfase. Beide partijen voeren hun verplichtingen uit in overeenstemming met de voorwaarden van de overeenkomst. Dit omvat de uitvoering van alle overeengekomen activiteiten, betalingen of leveringen. Effectieve uitvoering zorgt ervoor dat de overeengekomen voorwaarden worden nagekomen en dat beide partijen de verwachte winst behalen.

Concluderend, het onderhandelingsproces verloopt via deze fasen, die beginnen met plannen en eindigen met de uitvoering van de overeenkomst. Elke fase is cruciaal om onderhandelaars te helpen een oplossing te bereiken die beide partijen tevreden stelt door de informatiestroom en effectieve communicatie te beheersen.

Vaardigheden die nodig zijn voor onderhandelen

1. Communicatie: duidelijke communicatie is essentieel bij onderhandelingen. Het gaat erom ervoor te zorgen dat informatie correct wordt gedeeld, dat je je argumenten duidelijk uiteenzet en dat je goed luistert naar de mening van de ander. Het opbouwen van een goede

verstandhouding en het bevorderen van duidelijke communicatie zijn beide noodzakelijk voor succesvolle onderhandelingen.

2. Overtuigingskracht: Je argumenten en ideeën op een aantrekkelijke en overtuigende manier presenteren is een belangrijk onderdeel van overtuigingskracht. Het gaat erom rationeel te argumenteren, gevoelens aan te spreken en de voordelen van je plannen te benadrukken om het oordeel en gedrag van de andere partij te beïnvloeden.

3. Planning: Voor een succesvolle onderhandeling is voorbereiding cruciaal. Deze vaardigheid omvat een grondig onderzoek van de onderhandelingscontext, het begrijpen van de belangen van de andere partij en het identificeren van punten van overeenkomst en onenigheid. Het onderhandelingsproces kan het meest succesvol worden geleid als er een goed doordacht plan is.

4. Strategie: Een strategie creëren betekent een plan opstellen om je doelen te bereiken. Dit houdt in dat je verschillende onderhandelingsstrategieën bedenkt, anticipeert op de bewegingen van de andere partij en het plan aanpast aan de hand van de reacties. De kans op gunstige resultaten neemt toe met een effectieve strategie.

5. Samenwerken: Samenwerkingsvaardigheden zijn essentieel om win-winresultaten te produceren en vertrouwen te creëren. Onderhandelingsbenaderingen die samenwerking bevatten, zoeken naar gebieden van overeenstemming en gedeelde belangen die voordelig zijn voor beide partijen. Positieve onderhandelingsresultaten worden beïnvloed door het tonen van de wens om samen te werken en het overwegen van wederzijdse voordelen. Deze vaardigheden - communicatie, overtuigingskracht, planning, strategie en samenwerking - spelen een sleutelrol bij succesvol onderhandelen en het behalen van gunstige resultaten.

Enkele praktische voorbeelden van de toepassing van bovenstaande theorieën in de ICT-sector

- **Voorbeelden uit de praktijk:**

Fusies en overnames van startende technologiebedrijven: Integratieve analyse kan nuttig zijn bij een fusie- of overnameovereenkomst tussen twee technologiebedrijven. Om een

deal te realiseren die de waarde voor beide bedrijven maximaliseert en een naadloze integratie van personeel en technologie garandeert, zouden de twee partijen synergieën en gedeelde doelen kunnen bestuderen. De overname van WhatsApp door Facebook is een voorbeeld van een fusie en overname waarbij een softwarebedrijf betrokken is.

Voorbeeld: WhatsApp is gekocht door Facebook.

1. Achtergrond: Dankzij de gebruiksvriendelijke gebruikersinterface en end-to-end encryptie is het berichtenprogramma WhatsApp razend populair geworden. De sociale-mediagigant Facebook realiseerde zich het potentieel van de gebruikersbasis van WhatsApp en zijn dominantie in de sector van de berichtenapps.
2. Onderhandeling en rechtvaardiging: Facebook zag de overname van WhatsApp als een kans om zijn invloed uit te breiden en de groeiende markt voor mobiele berichten te betreden. Jan Koum en Brian Acton, de makers van WhatsApp, waren ook geïnteresseerd in aansluiting bij een grotere organisatie die middelen en ondersteuning kon bieden voor de verdere groei van de app.
3. Facebook probeerde tijdens de besprekingen eventuele zorgen van de oprichters van WhatsApp en andere belangrijke belanghebbenden weg te nemen door de onafhankelijkheid van de dienst te waarborgen, de privacy van gebruikers te beschermen en de kernelementen van het platform te behouden die gebruikers aanvankelijk aantrokken.
4. Resultaat: In februari 2014 meldde Facebook dat het WhatsApp had overgenomen voor bijna 19 miljard USD in contanten en aandelen. Door de aanzienlijke gebruikersbasis van WhatsApp via de overname op te nemen in zijn ecosysteem, versterkte Facebook zijn positie in de mobiele berichtenindustrie en zijn concurrentievoordeel.
5. Implementatie: Na de overname bleef WhatsApp een onafhankelijke applicatie, met behoud van de gebruikersinterface en toewijding aan de privacy van gebruikers. Na verloop van tijd werden verschillende Facebook-diensten geïntegreerd in WhatsApp, maar het fundamentele karakter van WhatsApp bleef grotendeels ongewijzigd.
6. Impact: De overname van WhatsApp door Facebook stond model voor een succesvolle fusie en overname van een softwarebedrijf. Het liet zien hoe een groter bedrijf doelbewust een startup met een waardevol gebruikersbestand en technologie kan kopen om zijn marktpositie en aanbod te verbeteren.

Concluderend kan worden gesteld dat de aankoop van WhatsApp door Facebook een uitstekend voorbeeld is van hoe fusies en overnames van startende technologiebedrijven kunnen worden gemotiveerd door de behoefte om geavanceerde technologie te verwerven, toegang te krijgen tot een substantiële gebruikersbasis en de capaciteiten van beide bedrijven te benutten voor wederzijdse groei.

- **Hoe te onderhandelen: bv. hoe te onderhandelen met je baas voor een hoger salaris:**
 1. Bereid je voor door de salarismarkten van je functie en sector te raadplegen om een idee te krijgen van hoeveel redelijk is. Beschrijf je prestaties, bijdragen en nieuwe taken die de verhoging ondersteunen. Wees voorbereid om eventuele bezwaren of zorgen van je supervisor te beantwoorden.
 2. Informatie uitwisselen: Maak een afspraak met je manager om over je salaris te praten. Beschrijf je prestaties, je taken en het marktonderzoek dat je hebt gedaan. Sta open voor hun standpunt over de financiële beperkingen en prestatienormen van het bedrijf.
 3. Onderhandel: Kies voor een berekende aanpak en benadruk je toewijding aan het succes van het bedrijf en je bereidheid om meer verantwoordelijkheid op je te nemen. Door een salarisverhoging aan te bieden, laat je zien dat je in staat bent om je aan te passen. Overweeg mogelijke niet-financiële voordelen, zoals betere opleidingsmogelijkheden of flexibele werktijden.
 4. Samenvattend: Kom tot een overeenkomst die zowel aan je doelstellingen als aan de financiële beperkingen van de organisatie voldoet. Bevestig de voorwaarden schriftelijk, inclusief salarisverhoging, mogelijke functieaanpassingen en ingangsdatum.
 5. Presteren: Als de overeenkomst eenmaal is bereikt, kom dan de gemaakte afspraken na, zoals het aannemen van meer taken of het behalen van bepaalde prestatieparameters. Behoud een gunstig carrièretraject door voortdurend je waarde voor het bedrijf aan te tonen.

Conclusie



Concluderend kan de ICT-industrie onderhandelingstheorieën gebruiken om softwarelicenties, uitbesteding van IT-diensten en fusies en overnames effectief te beheren. Net als andere onderhandelingen vereist het onderhandelen over een hoger salaris planning, het delen van informatie, intelligent onderhandelen, het bereiken van een overeenkomst en het realiseren van de voorwaarden om het gewenste resultaat te bereiken. In de ICT-sector zijn onderhandelingsvaardigheden essentieel omdat ze het mogelijk maken om verschillende belangen en standpunten binnen cross-functionele teams op één lijn te krijgen, wat resulteert in originelere en overtuigendere oplossingen. Effectief onderhandelen zorgt voor gunstige voorwaarden, kostenefficiëntie en toegang tot de allernieuwste technologie in relaties met leveranciers en inkoop, waardoor uiteindelijk het concurrentievermogen en de mogelijkheden van ICT-gebaseerde initiatieven toenemen.

Eenheid 2 Assertiviteit

Wat assertiviteit is en hoe assertieve mensen zich gedragen:

Assertief zijn is het vermogen om je eisen, verlangens en grenzen op een zelfverzekerde, duidelijke en hoffelijke manier uit te drukken, terwijl je ook rekening houdt met de rechten en standpunten van anderen. Anderen respecteren en tegelijkertijd je eigen belangen verdedigen is een delicaat evenwicht dat assertieve mensen bereiken. De kenmerken van assertief gedrag zijn:

Duidelijke communicatie: assertieve mensen drukken hun wensen en standpunten duidelijk en zonder dubbelzinnigheid of vijandigheid uit. Ze maken het anderen gemakkelijker om hun standpunt te begrijpen door 'ik'-uitdrukkingen te gebruiken om hun gedachten en gevoelens uit te leggen.

Respectvol luisteren: assertieve mensen tonen empathie en interesse in de mening van anderen door actief naar hen te luisteren. Ze zijn zich bewust van andere standpunten en zijn bereid daar rekening mee te houden.

Grenzen stellen: assertieve mensen voelen zich op hun gemak bij het stellen en handhaven van persoonlijke grenzen. Als hen iets gevraagd wordt, kunnen ze 'nee' zeggen zonder zich slecht te voelen of te meegaand te zijn.

Assertief gedrag is een teken van zelfvertrouwen. Het recht om zichzelf en je gedachten te uiten zonder je zorgen te maken over afwijzing of conflicten is iets wat assertieve mensen koesteren.

Problemen oplossen: assertieve mensen zoeken eerder naar antwoorden dan naar problemen. Ze zijn bereid om meningsverschillen onder ogen te zien en samen naar oplossingen te zoeken.

Neem een niet-agressieve houding aan: assertief zijn is iets anders dan confronterend zijn. Door de gevoelens en ideeën van anderen te respecteren, blijft assertief gedrag weg van harde of strijdlustige methoden.

Positief zelfbeeld: assertieve mensen hebben een positieve kijk op zichzelf. Ze respecteren anderen zonder zichzelf of hun prestaties te kleineren.

Emoties beheersen: assertieve mensen zijn goed in het beheersen van hun gevoelens en blijven kalm, zelfs tijdens moeilijke gesprekken. Ze proberen een evenwichtige emotionele toestand te behouden en reageren niet impulsief.

Eigenaarschap van gevoelens: assertieve mensen zijn eigenaar van hun gevoelens en drukken deze eerlijk uit zonder anderen de schuld te geven. Ze geven hun reacties op gebeurtenissen weer zonder anderen de schuld te geven of te bekritisieren.

Flexibiliteit is een noodzakelijk onderdeel van assertief gedrag. Wanneer ze hun wensen kenbaar maken, zijn assertieve mensen bereid om te onderhandelen en compromissen te sluiten om tot oplossingen te komen die voor alle partijen aanvaardbaar zijn.

Assertiviteit houdt in dat je jezelf succesvol, moedig en vriendelijk uitdrukt. Assertieve mensen vinden een evenwicht tussen het openlijk uitspreken van hun verlangens en het respecteren van de behoeften en gevoelens van anderen.

Waarom is assertiviteit belangrijk?

- **Duidelijke communicatie:** assertief zijn stelt mensen in staat om hun behoeften, wensen en meningen direct en effectief over te brengen. Assertieve communicatie



vermindert misvattingen en verkeerde interpretaties, wat resulteert in gunstigere ontmoetingen en sterkere interpersoonlijke banden.

- **Grenzen stellen:** assertief zijn stelt mensen in staat om persoonlijke grenzen te creëren en te handhaven. Dit is essentieel om zelfrespect te behouden en te voorkomen dat anderen over de grens gaan. Assertieve mensen bevorderen een meer respectvolle en evenwichtige sfeer door hun grenzen respectvol te laten gelden.
- **Zichzelf niet-agressief verdedigen:** energieke mensen zijn beter in staat om zichzelf te verdedigen zonder hun toevlucht te nemen tot geweld. Ze kunnen problemen bespreken, ter sprake brengen en hun rechten verdedigen met respect voor anderen. Deze strategie bevordert gezonde relaties en zelfvertrouwen.
- Bescherm ons tegen **pesten:** assertiviteit werkt afschrikwekkend en beschermt ons tegen pesten en manipulatie. Mensen zullen minder snel het doelwit worden van respectloos gedrag als ze assertief hun grenzen aangeven en hun gevoelens uiten. Assertiviteit is een nuttige strategie voor zelfverdediging, omdat pestkoppen het vaak gemunt hebben op mensen die zachtmoedig of onzeker overkomen.

Assertiviteit verbetert de duidelijkheid van communicatie, creëert passende grenzen, stelt mensen in staat zichzelf te verdedigen zonder confronterend te zijn en beschermt tegen pesten en manipulatie.

De voordelen van assertief zijn

- **Vanuit psychologisch oogpunt:** 1. Assertieve mensen ervaren minder depressie en angst. Zelfs onder druk hebben assertieve mensen minder bezorgde gedachten. Lagere niveaus van angst en wanhoop zijn het resultaat van hun vermogen om zichzelf te uiten en hun emoties onder controle te houden. 2. Stevig maar respectvol gedrag: assertieve mensen kunnen duidelijk hun mening en wensen uiten zonder onbeleefdheid of agressie te gebruiken. Deze veelzijdige strategie moedigt positieve verbindingen aan en vermijdt onnodige meningsverschillen. 3. Evenwichtige emotionele reacties: assertief zijn stelt mensen in staat om op een positieve manier te reageren op zowel goede als slechte emoties. Ze communiceren

hun gevoelens op een manier die begrip en oplossingen bevordert in plaats van overdreven vijandig of stil te worden.

- **Betere relaties** (van allerlei aard, persoonlijk, professioneel, enz.): assertief zijn verbetert relaties in zowel persoonlijke als professionele omgevingen. Assertieve mensen bevorderen een klimaat van vertrouwen, begrip en productieve samenwerking door open en beleefd te spreken.
- **Hoger gevoel van eigenwaarde en zelfvertrouwen:** energiek zijn helpt je om je beter te voelen over jezelf. Mensen ontwikkelen een sterker gevoel van eigenwaarde en zelfvertrouwen als ze zich zonder remmingen of angsten kunnen uiten, wat resulteert in een gunstiger zelfbeeld.

Kortom, energiek zijn heeft verschillende voordelen:

Psychologische voordelen zijn onder andere minder angst en verdriet, gereguleerde emotionele reacties en efficiënt stressmanagement.

Beter gedrag door beleefde maar strenge conversatie

Verbeterde verbindingen door oprechte communicatie.

Wanneer mensen met zelfvertrouwen spreken en vechten voor wat ze nodig hebben, neemt hun gevoel van eigenwaarde en zelfvertrouwen toe.

De uitdagingen van assertief zijn

- **Gevoeligheid voor kritiek:** mensen met een gebrek aan assertiviteit kunnen het moeilijk vinden om kritiek of feedback goed te verdragen. Ze kunnen kritiek persoonlijk interpreteren en defensief of boos worden uit angst voor confrontatie.
- **Passiviteit:** een gebrek aan assertiviteit kan ertoe leiden dat iemand zijn gedachten, behoeften of verlangens niet kan uiten. Zelfs als ze het er niet mee eens zijn, kunnen ze de beslissingen van anderen volgen, wat woede en ontevredenheid kan veroorzaken.
- **Onzekerheid en een laag gevoel van eigenwaarde** Een laag gevoel van eigenwaarde en onzekerheid gaan hand in hand, net als een gebrek aan assertiviteit. Mensen kunnen zich onbelangrijk voelen of hun waarden in vraag stellen wanneer ze niet voor zichzelf mogen opkomen of hun mening niet mogen uiten.

- **Angst:** het vermijden van agressieve communicatie kan angstklachten verergeren. Mensen kunnen zich zorgen maken over de gevolgen van openlijk spreken of bang zijn dat oefenen een confrontatie kan veroorzaken.

Concluderend kan niet agressief zijn leiden tot inactiviteit, onzekerheid, een laag gevoel van eigenwaarde en meer zorgen. Relaties, persoonlijke ontwikkeling en geestelijke gezondheid kunnen negatief beïnvloed worden door deze problemen.

Hoe assertief zijn Hoe assertief zijn

- **Vertrouwen in het project: je** gelooft in je vermogen om openlijk te spreken over wat je nodig hebt en in je recht om dat te doen. Je verklaringen kunnen overtuigender zijn als je met vertrouwen spreekt.
- **Effectieve lichaamstaal:** houd oogcontact en gebruik de juiste lichaamshouding om effectief met anderen te communiceren. Je lichaamstaal moet openheid en vertrouwen uitstralen.
- **Uiting van gedachten en** overtuigingen: eerlijke en redelijke uiting van meningen en overtuigingen wordt aangemoedigd. Gebruik de woorden 'ik' om je gedachten en gevoelens uit te drukken zonder anderen de schuld te geven of te bekritisieren.
- **Behandel problemen zodra ze zich voordoen:** handel onmiddellijk om problemen op te lossen in plaats van te wachten tot ze verergeren. Vroegtijdig problemen oplossen helpt voorkomen dat problemen escaleren tot bredere oorzaken van conflicten.
- **Omgaan met stress:** strategieën voor stressvermindering ontwikkelen om kalm te blijven tijdens energetische interacties. Je kunt je concentratie behouden door diep adem te halen, mindfulness te gebruiken en de innerlijke dialoog aan te moedigen.
- **Kalm blijven, ongeacht hoe de ander reageert.** Ontwikkel emotionele controle om kalm te blijven, ongeacht hoe de ander reageert. Blijf kalm en concentreer je op de belangrijke elementen van je argument.

Assertief zijn houdt in dat je zelfvertrouwen uitstraalt, goede lichaamstaal gebruikt, je standpunten en meningen duidelijk overbrengt, problemen oplost voordat het crises

worden, stress onder controle houdt en kalm blijft tegenover reacties. Met deze technieken kun je assertief spreken met respect voor jezelf en voor anderen.

Wat zijn enkele assertieve gedragingen?

- **Actief luisteren:** assertieve mensen luisteren actief naar anderen en tonen oprechte interesse in hun standpunten. Ze tonen respect voor de spreker door deel te nemen aan de dialoog en kritiek te geven.
- **Houd rekening met de standpunten van anderen:** assertief zijn betekent ook dat je de gedachten en emoties van anderen respecteert. Assertieve mensen houden rekening met veel standpunten en staan open voor verschillende meningen.
- Emotionele zelfbeheersing en **emotionele zelfregulatie:** effectieve emotionele zelfbeheersing en zelfregulatie zijn kenmerken van assertieve mensen. Tijdens interacties zijn ze niet overdreven emotioneel of reactief, wat bijdraagt aan een koele en beheerste houding.
- **Geef toe wanneer je een fout maakt.** Assertieve mensen nemen verantwoordelijkheid voor hun daden en erkennen hun fouten. Als ze fouten maken, zijn ze bereid om dat toe te geven en het goed te maken.

Assertief gedrag omvat actief luisteren, rekening houden met de standpunten van anderen, emotionele controle en het vermogen om fouten te herkennen en te corrigeren. Deze acties ondersteunen duidelijke communicatie en het onderhouden van gezonde relaties.

Verschillen tussen assertiviteit en agressie

Assertiviteit is een communicatiestijl die wordt gedefinieerd door het direct, openhartig en hoffelijk uiten van iemands gedachten, gevoelens, standpunten en behoeften. Het houdt in dat je voor jezelf opkomt terwijl je ook rekening houdt met de rechten en standpunten van anderen. Assertieve personen drukken hun behoeften en beperkingen uit zonder anderen te schofferen of te kleineren. Het doel van assertiviteit is een evenwicht vinden tussen zelfexpressie en het onderhouden van gezonde relaties.

Agressie is een communicatiestijl waarbij gedachten, gevoelens of verlangens op een luide, boze of confronterende manier worden geuit. Agressieve mensen stellen vaak hun eigen

belangen boven die van anderen, wat een beleefd gesprek belemmert. Stemverheffing, beledigingen, bedreigingen en pogingen om een gesprek te domineren of te controleren zijn allemaal voorbeelden van agressie. Het doel van agressie is vaak om controle te krijgen of eigen doelen te bereiken zonder rekening te houden met de gedachten of gevoelens van anderen.

Belangrijkste verschillen:

Respectvolle of respectloze communicatie: respectvolle communicatie die rekening houdt met de gedachten en gevoelens van anderen is een teken van assertiviteit. Agressie is respectloos en kan leiden tot beangstigend of vernederend gedrag.

Evenwicht versus dominantie: assertiviteit moedigt vrije communicatie aan door te proberen een evenwicht te vinden tussen zelfexpressie en respect voor anderen. Het doel van assertiviteit is dominantie en controle, vaak ten koste van een productief gesprek.

Win-Win vs. Win-Lose: assertieve communicatie is gericht op resultaten waar beide partijen baat bij hebben en waardoor ze zich gehoord en gehoord voelen. Agressie kan leiden tot win-verlies situaties wanneer de ene partij haar doelen bereikt terwijl de andere genegeerd of met minachting behandeld wordt.

Conflict vs. samenwerking: assertief zijn bevordert samenwerking en begrip, wat de band tussen mensen versterkt. Conflicten, weerstand en gespannen relaties zijn vaak het gevolg van agressie.

Emotionele zelfbeheersing en het kalm uiten van gevoelens: assertief zijn vereist emotionele zelfbeheersing. Woede en verhoogde emoties zijn frequente componenten van agressie.

Concluderend, assertiviteit impliceert directe en beleefde communicatie die rekening houdt met zowel de eisen van het individu als die van anderen. Agressie daarentegen geeft voorrang aan de eigen doelen zonder rekening te houden met anderen en gebruikt krachtige, respectloze taal.

Voorbeelden uit de praktijk: hoe het bovenstaande toe te passen in de ICT-sector

1. **Onderhandelen over projectdeadlines:** stel dat je een projectmanager bent bij een IT-bedrijf en je hebt een project toegewezen gekregen met een strakke deadline die ongeloofwaardig lijkt gezien de moeilijkheidsgraad van de taak. Je zou je zorgen assertief aan je baas kunnen uitleggen in plaats van de deadline blindelings te accepteren. Je zou de moeilijkheden en gevaren van de gegeven deadline kunnen schetsen en een redelijkere deadline voorstellen op basis van jouw beoordeling. Op die manier kan je een realistische tijdshorizon ondersteunen en de communicatielijnen openhouden.
2. **Scope creep beheren:** bij softwareontwikkeling kan scope creep, d.w.z. het ongeoorloofd toevoegen van extra functionaliteit of vereisten aan een project, problemen opleveren voor programma's en financiën. Als je als ontwikkelaar scope creep opmerkt, kun je met de projectmanager praten. Beschrijf je zorgen over het effect op resources en projectplanning. Doe aanbevelingen over hoe om te gaan met de extra functionaliteit zodat de projectdoelen worden gehaald zonder aan kwaliteit in te boeten.
3. **Communicatiestoornissen beheren:** wanneer een IT-team aan een ingewikkeld systeem werkt, kunnen communicatieproblemen leiden tot misvattingen. Je kunt assertieve communicatie gebruiken om opheldering te vragen als je niet zeker bent over de details van een taak. Vraag je teamleider of collega's om opheldering in plaats van aannames te doen of te zwijgen. Door duidelijk te maken dat je duidelijke aanwijzingen nodig hebt, voorkom je fouten en zorg je ervoor dat het project succesvol wordt uitgevoerd.
4. **Feedback over prestaties:** als ICT-manager is het cruciaal om teamleden feedback te geven over hun prestaties. Om gedetailleerde en constructieve feedback te geven, gebruik je assertieve communicatie in plaats van ontwijkend of overdreven kritisch te zijn. Deel zowel resultaten als ontwikkelingsruimte in hun werk. Je kunt een cultuur van leren en groei binnen het team stimuleren door stevig te communiceren.
5. **Hulpmiddelen aanvragen:** Als systeemanalist kun je assertief aangeven welke hulpmiddelen je nodig hebt van de juiste afdeling als je gespecialiseerde softwaretools nodig hebt om diepgaand onderzoek te doen. Beschrijf de voordelen van het gebruik van dergelijke tools en hoe ze de kwaliteit van je werk zullen verbeteren. Door aan te dringen op

de benodigde middelen, zorg je ervoor dat je positie voorbereid is op de verwachtingen van het project.

In elk van deze gevallen impliceert assertief zijn dat je je verzoeken, bezwaren of gedachten op een beleefde en directe manier uit, waarbij je de bredere doelstellingen voor ogen houdt en de goodwill binnen de ICT-sector behoudt.

Conclusie

In de ICT-sector is assertiviteit een cruciaal talent omdat het experts in staat stelt complexe technische concepten en vereisten correct over te brengen, wat een effectievere uitwisseling van informatie tussen teamleden en belanghebbenden bevordert. Bovendien is assertiviteit cruciaal in discussies met klanten en partners omdat het ICT-medewerkers in staat stelt hun behoeften duidelijk te verwoorden en overeenkomsten te bereiken die zowel technische als commerciële doelstellingen ondersteunen.

Module 3: Leiderschap voor de toekomst van werk

Inleiding

Leiderschap is cruciaal voor vrouwen in alle sectoren, waaronder ICT. Hoewel het belang van leiderschap voor zowel mannen als vrouwen geldt, is het vooral belangrijk voor vrouwen vanwege historische genderongelijkheden en ondervertegenwoordiging in leidinggevende posities. Het hebben van diverse leiderschapsteams is essentieel voor het bevorderen van innovatie, creativiteit en probleemoplossing, aangezien verschillende perspectieven leiden tot betere besluitvorming en resultaten, vooral in de ICT-sector, die gedijt op innovatie en technologische vooruitgang.

Vrouwen in leidinggevende posities dagen genderstereotypen en vooroordelen uit die historisch gezien de kansen van vrouwen hebben beperkt. Bovendien wordt de ICT-sector van oudsher gedomineerd door mannen en vrouwen hebben vaak te kampen met obstakels bij de toegang tot leidinggevende posities.

Culturele tradities en sociale stereotypen hebben ertoe geleid dat vrouwen van jongs af aan geen bijzondere roeping voelen voor de digitale economie. Als reactie op de pandemie van COVID-19 is de digitale connectiviteit en het digitale gebruik wereldwijd echter toegenomen en dit lijkt niet te vertragen. Daarom is gelijke toegang tot de digitale economie niet alleen een genderkwestie.

Daarom is leiderschap van vitaal belang voor vrouwen in de ICT-sector, omdat het vertegenwoordiging, diversiteit, innovatie en gendergelijkheid bevordert. Door leiderschapsposities in te nemen, kunnen vrouwen de sector helpen transformeren, meer inclusieve en rechtvaardige werkplekken creëren en toekomstige generaties vrouwen inspireren om een carrière in de technologie na te streven.

Module Doelstellingen

Het hoofddoel van deze module is het verkennen van de belangrijkste principes en strategieën die vrouwen kunnen helpen succesvol te zijn als leiders in de steeds veranderende wereld van de informatie- en communicatietechnologie. We erkennen de uitdagingen waarmee vrouwen in deze sector worden geconfronteerd en willen je de vaardigheden geven die je nodig hebt om hindernissen in je carrière te overwinnen.

Eerst verkennen we de fundamentele aspecten van leiderschap, waaronder de essentiële competenties en vaardigheden die al lang erkend worden als essentieel voor effectief leiderschap. Daarnaast gaan we dieper in op de nieuwe vaardigheden die nodig zijn voor de toekomst van werk, waarbij we kijken naar de veranderende aard van de werkplek en de uitdagingen die dat met zich meebrengt.

Vervolgens zullen we onze focus verleggen naar leiderschap in de specifieke context van de ICT-sector (informatie- en communicatietechnologie). We belichten inspirerende succesverhalen van vrouwen die zich op dit gebied hebben onderscheiden en bieden waardevolle inzichten en motivatie. We gaan in op de specifieke obstakels en barrières waarmee vrouwen in de ICT-sector te maken kunnen krijgen en geven praktische tips en strategieën om deze te overwinnen. Verder gaan we in op de overvloedige mogelijkheden die de toekomst van ICT voor vrouwen in petto heeft, zodat ze zich kunnen ontplooiën en een belangrijke bijdrage kunnen leveren in dit dynamische veld.

Unit 1 | Leiderschapsmentaliteit ontwikkelen

Wat is leiderschap? Waarom is het belangrijk?

Definitie: Leidinggeven betekent anderen beïnvloeden om de acties te ondernemen die nodig zijn om de organisatiedoelen te bereiken, integriteit en respect te handhaven, mensen in staat te stellen samen te komen en op te treden als de drijvende kracht achter alle organisatorische veranderingen.

Leiderschap wordt momenteel gedefinieerd als:

- de reeks eigenschappen die een goede leider maken
- de positie of de leider zijn
- de verantwoordelijke(n) voor een organisatie

"Leiderschap is invloed, niets meer en niets minder. Hoe krijg je invloed van mensen? Je investeert in hen. Hoe investeer je in hen? Je begint door ze tijd te geven." - John C. Maxwell

Om een goede leider te worden, moet je in staat zijn om te communiceren en medewerkers te motiveren met als doel betere resultaten te behalen, een werkcultuur te creëren met gedeelde waarden en doelen die ruimte en vrijheid biedt voor het delen van verschillende ideeën. Alleen als je dit bereikt, kun je van een gewone baas een leider worden.

Het belangrijkste kenmerk van goed leiderschap:

- Een visie hebben over hoe de organisatie eruit zou moeten zien en de strategieën genereren die nodig zijn om die visie te realiseren.
- Een netwerk hebben dat gemotiveerd is om samen te werken en de visie te helpen realiseren.

- Een echte leider zijn die in staat is om strategieën te creëren en de richting te bepalen waarin het bedrijf moet gaan, waarbij hij het team pusht om hem te volgen omdat ze geloven in de waarde van zijn ideeën.

Verschillende leiderschapsstijlen

Er zijn verschillende stijlen om een organisatie te leiden, die elk geschikt zijn voor verschillende situaties of tijden. Een balans tussen deze stijlen zorgt voor een sterke organisatie en een gerespecteerd leider.

"De beste leiders kennen niet slechts één leiderschapsstijl: ze zijn experts in meerdere stijlen en moeten afhankelijk van de omstandigheden tussen deze stijlen schakelen." - Daniel Goleman, auteur, psycholoog en wetenschapsjournalist

De autoritaire leiderschapsstijl is gebaseerd op discipline. Managers geven meestal korte, concrete en precieze instructies. Ze houden geen rekening met de voorkeuren van hun ondergeschikten en de resultaten worden strikt gecontroleerd. Als de verwachte resultaten niet worden behaald, zijn er sancties.

De democratische leiderschapsstijl is gebaseerd op het idee dat bij het nemen van beslissingen rekening moet worden gehouden met de mening van de hele groep. Dit gaat meestal gepaard met veel participatieve vergaderingen, waarbij iedereen gevraagd wordt om deel te nemen. Een van de belangrijkste punten is het vertrouwen dat in de leden van de organisatie wordt gesteld, daarom is het hebben van een gemeenschappelijk doel essentieel om in dezelfde richting te bewegen.

De affiliatieve leiderschapsstijl is gebaseerd op het creëren van banden tussen groepsleden om harmonie en goede samenwerking tussen hen te bereiken. Het probeert een goede werkomgeving te creëren om mogelijke conflicten te vermijden. Het nadeel is het gebrek aan discipline of duidelijke instructies.

Een gecondenseerde leiderschapsstijl, ook visionair genoemd, is gebaseerd op organisatorische motivatie. Hij zoekt en stuurt naar verschillende mogelijkheden die binnen de organisatie kunnen worden ontwikkeld met behulp van het stellen van persoonlijke doelen. Motivatie is de hoeksteen van dit type leiderschap.

Vaardigheden, kwaliteiten en capaciteiten van leiders

Inzicht in de belangrijkste elementen van leiderschap en communicatie kan het verschil maken tussen het succes of het falen van een organisatie.

Om een goede leider te zijn, moet iemand voldoende capaciteit hebben om de organisatie te beïnvloeden, wat een reeks vaardigheden en bekwaamheden vereist.

- **Geloofwaardigheid:** we kunnen moeilijk anderen beïnvloeden zonder geloofwaardig te zijn of zonder vertrouwen te creëren. Geloofwaardigheid is de basis waarop mensen bereid zullen zijn om met ons samen te werken.
- **Invloed:** invloed hebben betekent het vermogen hebben om anderen ertoe aan te zetten hun gedrag te veranderen of gewoon het juiste te doen met het algemeen belang voor ogen. Onze stijl van invloed uitoefenen wordt bepaald door de relatie die we met de persoon aangaan en de moeilijkheid van de taak die hij of zij moet uitvoeren.
- **Alignment:** is het vermogen om individuele belangen in dezelfde richting te plaatsen als die van de organisatie, zodat werken voor eigen voordeel bijdraagt aan het algemeen belang en vice versa.
- **Besluitvorming:** het vermogen om beslissingen te nemen wanneer dat nodig is. Soms is de genomen beslissing (en de gevolgen ervan) belangrijker dan de beslissing zelf. Het probleem is wanneer er niets wordt gedaan. Daarom mag een leider niet bang zijn om beslissingen te nemen, ondanks het risico op mislukking. Als we willen innoveren, moeten we risico's nemen.
- **Optimisme:** We zullen spreken van "intelligent optimisme", dat in staat is het goede te zien zonder het slechte te verwaarlozen, in tegenstelling tot "nostalgisch optimisme", dat alleen het goede ziet. Daarom is een flinke dosis optimisme nodig om ons project vooruit te helpen, ondanks de moeilijkheden die zich onderweg kunnen voordoen.
- **Effectieve communicatie:** om onze gedachten, ideeën en verzoeken goed over te brengen, moeten we eerst een betrokken luisteraar zijn, die niet alleen aandacht

heeft voor de spraak, maar ook voor de non-verbale signalen - zoals lichaamstaal en gezichtsuitdrukkingen - van anderen. Goed omgaan met stress en assertief zijn, zijn ook belangrijke elementen van effectieve communicatie.

Naast deze algemene competenties en vaardigheden van leiders, is het cruciaal om er enkele te noemen die cruciaal zullen zijn in de toekomst van werk.

1. **Emotionele intelligentie:** is het vermogen om emoties bij jezelf en anderen te herkennen en te beheersen. Het is een belangrijke vaardigheid voor leiders om sterke relaties op te bouwen, teamdynamiek te begrijpen en met complexe situaties om te gaan.
2. **Adaptief en wendbaar leiderschap:** het vermogen om je snel aan te passen aan veranderingen en ambiguïteit te omarmen is cruciaal. Toekomstige bedrijfsleiders moeten flexibel en ruimdenkend zijn en kunnen omgaan met onzekerheid. Ze moeten een cultuur van experimenteren, leren en voortdurende verbetering aanmoedigen.
3. **Inclusief leiderschap:** inclusie wordt steeds belangrijker in diverse werkomgevingen: het bevordert diversiteit en bijgevolg creativiteit en innovatie. Inclusieve leiders creëren een omgeving waarin diversiteit wordt gewaardeerd en alle individuen zich gerespecteerd en opgenomen voelen. Toekomstige leiders moeten in staat zijn om verschillende perspectieven te herkennen en te waarderen, een cultuur van erbij horen te bevorderen en gelijke kansen voor alle teamleden te garanderen.
4. **Digitale geletterdheid:** omdat technologie de werkplek blijft transformeren, moeten leiders digitaal geletterd zijn. Leiders moeten vertrouwd zijn met opkomende technologieën en de potentiële impact ervan op de organisatie begrijpen. Ze moeten op de hoogte blijven van digitale trends, digitale tools gebruiken om de efficiëntie en productiviteit te verbeteren en digitale transformatie binnen hun teams stimuleren.
5. **Collaboratief leiderschap:** samenwerking is een belangrijk aspect van het werk van de toekomst, waarin cross-functionele teams en werken op afstand gemeengoed zijn. Het werk van de toekomst vereist samenwerking tussen teams, regio's en culturen. Leiders moeten vaardig zijn in het opbouwen van samenwerkingsverbanden, het bevorderen van teamwerk en het benutten van collectieve intelligentie. Ze moeten

ook het vermogen hebben om anderen te beïnvloeden en te inspireren zonder te vertrouwen op formele autoriteit, maar op gezamenlijke inzet.

6. **Ethisch en verantwoordelijk leiderschap:** toekomstige leiders op de arbeidsmarkt moeten hoge ethische normen hanteren en verantwoordelijk handelen ten opzichte van hun stakeholders, de maatschappij en het milieu. Ze moeten integer beslissingen nemen, rekening houden met de gevolgen van hun acties en het goede voorbeeld geven bij het bevorderen van duurzaamheid en sociale verantwoordelijkheid.
7. **Coaching en mentoring:** leiders spelen een sleutelrol in de ontwikkeling van hun teamleden. Het is van cruciaal belang dat leiders individuele groei ondersteunen, feedback geven en een leercultuur binnen hun teams bevorderen.
8. **Veranderingsmanagement:** verandering is een constante in de menselijke geschiedenis, dus leiders moeten bedreven zijn in het beheren en leiden van verandering in de wereld van het werk.
9. **Datagestuurde besluitvorming:** in het tijdperk van big data moeten leiders bedreven zijn in het analyseren en interpreteren van gegevens om weloverwogen beslissingen te kunnen nemen.
10. **Veerkracht en welzijn:** omdat de toekomst van werk nieuwe uitdagingen met zich meebrengt, moeten leiders prioriteit geven aan hun eigen welzijn en dat van hun teams. Om betere resultaten te behalen, moeten bedrijven en organisaties de balans tussen werk en privé bevorderen, de geestelijke gezondheid van werknemers ondersteunen en middelen beschikbaar stellen voor de ontwikkeling van veerkracht.

Strategieën voor het ontwikkelen van een gevoel van leiderschap

Omdat technologie zo snel verandert, moeten jij en je team flexibel en dynamisch zijn.

Hier volgt een lijst met suggesties:

1. **Maak een plan om je energieniveau te beheren,** weet hoe je je tijd en agenda moet beheren en organiseren om je energie te beheren. Moedig je team aan hetzelfde te doen.

2. **Doelen, overwinningen en strategie persoonlijk communiceren.** Hoewel communicatie via technologie snel kan zijn, is het niet altijd even efficiënt als persoonlijke communicatie. ICT-leiders moeten dit in gedachten houden: snel is niet synoniem met efficiëntie. Verduidelijking van projectdetails, communicatie over noodzakelijke verbeteringen, oprechte dankbetuigingen: een persoonlijk gesprek geeft onmiddellijke feedback.
3. **Innovatie bevorderen door jongere en oudere generaties te combineren.** Het is interessant dat groei niet langer uitsluitend voortkomt uit technologische doorbraken of productinnovaties. Het is belangrijk om een strategie in gedachten te houden waarbij ideeën worden uitgewisseld tussen de nieuwe en oudere generaties, omdat dit het beste haalt uit ieders gedachten, wat resulteert in innovatie die perfect is afgestemd op klanten.
4. **Zie leiderschap als een partnerschap.** Technologie is niet de kern van intelligente ICT-functies. Het is een "WIJ"-oplossing op basis van een diepgaand begrip van de andere kant van het partnerschap. Samenwerken is de sleutel tot succes.
5. **Beschouw ICT als een manier om betere en diepere menselijke interacties te bevorderen.** Bedrijven die de diepgang van menselijke interactie in hun processen elimineren, vinden het vaak moeilijk om de hechtheid en allianties die ze hebben gevormd terug te winnen. Leiderschap gaat uiteindelijk over dingen gedaan krijgen en waardevolle relaties creëren.

Eenheid 2 Leiderschap in de ICT-sector

Hoe is leiderschap geïntegreerd in de ICT-sector?

Er zijn drie fundamentele verantwoordelijkheden van technologisch leiderschap:

- Technologische competentie
- Teamondersteuning
- Innovatie

Wat betekent dit precies? Ten eerste heeft een leider technische uitmuntendheid nodig om de werkpraktijken en -normen die door het hele team worden aangenomen en uitgevoerd, te kunnen toepassen (en dus controleren).

Ten tweede moet hij weten hoe hij een IT-team moet leiden, het moet faciliteren en motiveren, de juiste workflow moet organiseren en ondersteuning moet bieden zodat het soepel kan draaien.

En ten derde moet het een drijfveer zijn voor innovatie, nieuwe dingen proberen, nieuwe oplossingen vinden, experimenteren en een voorbeeld zijn voor elk teamlid om te volgen.

Voorbeelden van succesvolle vrouwelijke leiders in de ICT-sector

Vrouwen hebben relevante en hogere posities bereikt in bedrijven. Laten we enkele voorbeelden bekijken.

In Spanje:

Andrea Barbieri

Andrea Barber, CEO en medeoprichter van RatedPower, een bedrijf dat zich bezighoudt met het plannen, ontwerpen en optimaliseren van het engineeringproces van fotovoltaïsche panelen, is door het Europees Instituut voor Innovatie (EIT) erkend als een van Europa's top drie leiders op het gebied van technologische innovatie. Ze werd ook opgenomen in de lijst van de 100 meest invloedrijke vrouwen in Spanje 2022 door het tijdschrift Forbes.

Ze is medeoprichter van de podcast Vostok 6, gemaakt met als doel jonge vrouwen te inspireren door middel van interviews met toonaangevende vrouwen op alle gebieden, van piloten tot architecten, van actrices tot ondernemers.

Internationaal niveau:

Ginni Rometty

Sinds december 2020 is ze medevoorzitter van OneTen. Ze heeft het grootste deel van haar carrière bij IBM doorgebracht, waar ze in 1981 begon en van 2012 tot 2020 opklom tot President en CEO, waarmee ze de eerste vrouw werd die deze functie binnen het bedrijf

bekleedde. IBM staat bekend om zijn hardware- en softwareproducten, waaronder computers, servers, opslagsystemen en netwerkapparatuur.

Grenzen en obstakels

Gebrek aan vertegenwoordiging

Volgens [Exploding Topics](#) hebben vrouwen slechts 26,7 procent van de technologiegerelateerde banen, ongeveer 25 procent van de leidinggevende posities in technologie en 14 procent van de software engineering posities.

De technologische industrie heeft te kampen met een groot gebrek aan vertegenwoordiging van vrouwen, waardoor het voor vrouwen die aan hun carrière beginnen moeilijk is om rolmodellen te vinden. Door de afwezigheid van vrouwelijke leiders binnen hun bedrijf of kring die als inspiratie kunnen dienen en begeleiding kunnen bieden, kan het moeilijk zijn voor vrouwen om zichzelf in te beelden in leidinggevende functies of een duidelijk pad voor loopbaanontwikkeling te identificeren. De afwezigheid van zichtbare voorbeelden van succesvolle vrouwen in deze rollen kan vrouwen doen twifelen aan hun eigen capaciteiten en het gevoel geven dat ze er niet bij horen.

Bovendien kan het gebrek aan rolmodellen hun zoektocht naar mentoren of medestanders die waardevolle professionele begeleiding en steun kunnen bieden, blokkeren. Daarom is het van cruciaal belang om de vertegenwoordiging van vrouwen in de technologiesector te vergroten en vrouwen de nodige rolmodellen en begeleiding te bieden zodat ze kunnen gedijen en slagen.

Oplissing:

Een effectieve manier om deze uitdaging aan te gaan is om de aandacht te vestigen op de toonaangevende vrouwen in de technologie die door de geschiedenis heen hebben bijgedragen aan de technologie.

[Hint: in dit deel van het webinar kunnen we vragen of iemand input wil geven over mogelijke oplossingen, zodat er meer interactie ontstaat].

Ongelijke toegang tot kansen en onderwijskloof

Uit gegevens blijkt dat de participatie van vrouwen in de informatiemaatschappij beperkt is, zowel wat betreft de toegang tot informatie- en communicatietechnologieën (ICT) als wat betreft loopbanen in de sector. Dit is een kloof op wereldschaal die de afgelopen jaren groter is geworden in plaats van kleiner. Het is ook een feit dat deze kloven binnen de ICT-sector zich vertalen in welbekende beperkingen, de zogenaamde 'glazen plafonds', die de toegang van vrouwen tot besluitvormingsprocessen en leidinggevende functies belemmeren. Deze concepten en gegevens zijn ontmoedigend en worden al lang als onvermijdelijk beschouwd.

De bredere literatuur over onderwijs, ongelijkheid en sociale rechtvaardigheid lijkt te suggereren dat onderwijs een motor kan zijn voor gelijkheid. Het is echter noodzakelijk om historisch na te gaan in hoeverre onderwijs succesvol is geweest in het herstellen van ongelijkheid en, zo ja, met welke middelen. Er is bijvoorbeeld veel literatuur over interventies om de professionele ontwikkeling van vrouwen en het gebrek aan ICT-vaardigheden aan te pakken, en de mate waarin deze succesvol waren.

Oplissing:

Leer leerlingen van jongs af aan dat een baan geen geslacht heeft. Richt je vooral op middelbare scholieren en geef hen een zo breed mogelijk beeld van de mogelijkheden en potentiële carrièrepaden.

Kansen voor de toekomst van ICT-leiderschap

De manier waarop ICT evolueert en de zorgen die internationaal naar voren komen, zijn goede indicatoren voor de toekomst van leiderschap op dit gebied. Een goede leider moet rekening houden met opkomende uitdagingen, altijd in gedachten houdend dat deze kansen kunnen bieden voor groei, innovatie en verbetering van het sociale en openbare leven. Ons doel hier is om creativiteit en innovatie te inspireren, dus belichten we drie belangrijke gebieden die toekomstige mogelijkheden voor leiderschapsontwikkeling in de ICT-sector lijken te suggereren.

1. **Ethiek** in ICT is een groeiende zorg, vooral met betrekking tot online intellectuele eigendomsrechten, gegevensbeveiliging en privacyrechten.
2. **Cyberbeveiliging: er wordt bijvoorbeeld** gekeken naar automatiseringsprocessen om sneller te kunnen reageren op beveiligingsrisico's, zoals clouddaanvallen.
3. **Werken op afstand en samenwerkingstools** - De pandemie van COVID-19 heeft de adoptie van werken op afstand, thuishkantoren en virtuele samenwerkingstools versneld. Er is een voortdurende vraag naar flexibele oplossingen die een soepele en effectieve communicatie en productiviteit voor teams op afstand mogelijk maken en tegelijkertijd privacy en transparantie bieden.

Hoewel deze gebieden algemeen zijn voor de hele ICT-sector, hebben vrouwelijke leiders het vermogen om een vitale rol te spelen in toekomstige doorbraken.

Conclusies

Als we dit webinar over leiderschap van vrouwen in ICT afsluiten, vergeet dan niet dat je potentieel onbeperkt is. Door deze principes en strategieën te omarmen, zul je gedijen als leider, bijdragen aan de groei van de ICT-sector en toekomstige generaties van vrouwen in de technologie inspireren. Ik hoop dat je van dit webinar zult leren en vooral veel plezier zult hebben. Als je vragen/feedback hebt, beantwoord ik die graag.



Module 4: Spreken in het openbaar en effectieve communicatie

Inleiding

Welkom in de wereld van spreken in het openbaar en presentatievaardigheden, speciaal ontwikkeld voor vrouwen in de dynamische informatie- en communicatietechnologiesector (ICT). In een sector die van oudsher gedomineerd wordt door mannen, zijn jouw aanwezigheid en stem van cruciaal belang om innovatie en positieve verandering te stimuleren. Of je nu een aspirant-technologieleider, doorgewinterde professional of rijzende ster in de ICT-wereld bent, het beheersen van de kunst van het spreken in het openbaar en effectieve presentaties kan je carrière naar nieuwe hoogten stuwten.

Deze inleiding is bedoeld om essentiële inzichten en praktische tips te geven om je te helpen vol zelfvertrouwen te schitteren op het podium, in vergaderingen en tijdens belangrijke interacties. We weten dat spreken in het openbaar intimiderend kan zijn, maar vrees niet! We zullen je de tools en technieken aanreiken om je unieke sterke punten te benutten en impactvolle boodschappen over te brengen met authenticiteit en evenwicht.

Tijdens deze reis verkennen we de kracht van effectieve communicatie, de kunst van het boeiend vertellen van verhalen, het gebruik van beelden om je boodschap te versterken en tips om zenuwen te overwinnen en zelfvertrouwen op te bouwen. Daarnaast benadrukken we het belang van het aanpassen van je boodschap aan een divers publiek en het ondersteunen van een grotere vertegenwoordiging van vrouwen in de tech-community.

Als ICT-vrouw beschik je over een schat aan kennis en ervaring die het verdient om gehoord te worden. Jouw stem kan anderen inspireren, motiveren en begeleiden in dit snel veranderende digitale landschap. Of je nu baanbrekend onderzoek presenteert, innovatieve ideeën aandraagt of pleit voor een meer inclusieve werkomgeving, je communicatieve vaardigheden zullen je grootste troef zijn.

Laten we samen beginnen aan deze transformerende reis. Als we ons verdiepen in de wereld van spreken in het openbaar en presentaties, vergeet dan niet dat groei komt met oefening en dat elke stap die je zet je dichterbij brengt bij het worden van een krachtige, invloedrijke en zelfverzekerde communicator in het spannende rijk van ICT. We vieren jouw unieke perspectief en de positieve impact die je kunt hebben op de toekomst van technologie.

Maak je klaar om de kracht van je stem te ontketenen en je stempel te drukken op de ICT-wereld met uitzonderlijke spreek- en presentatievaardigheden. Laten we beginnen!

Module Doelstellingen

1. Geef minstens drie redenen waarom spreekvaardigheid in het openbaar belangrijk is.
4. Onderscheid maken tussen de belangrijkste soorten discours.
5. De elf fundamentele vaardigheden voor spreken in het openbaar benoemen.
6. Je presentatievaardigheden verbeteren en de suggesties toepassen in je toespraken.

Unit 1 | Wat is spreken in het openbaar?

Definitie

Spreken in het openbaar, ook wel oratie of oratorium genoemd, is het proces van informatie overbrengen aan een live publiek. Het soort informatie dat wordt gecommuniceerd is doelbewust gestructureerd om te informeren, overtuigen en vermaken. Veel mensen vrezen dat ze zwak zijn in spreken in het openbaar en missen de wil om deze vaardigheid onder de knie te krijgen.

Het vermogen om voor een groep mensen te spreken is een waardevol bezit en een belangrijk talent. Net als een acteur of actrice op het podium, trekt de spreker in het openbaar ofwel zijn of haar publiek naar zich toe, ofwel stelt hij of zij zichzelf en het publiek teleur. Spreken in het openbaar en het houden van een toespraak is niet voor iedereen weggelegd. De vaardigheden en strategieën die nodig zijn om een toespraak te houden, moeten door iedereen worden aangeleerd, ongeacht het werkterrein. Er wordt vaak gezegd dat er niets belangrijker is voor iemands opleiding dan weten hoe je jezelf moet uitdrukken. Spreken in het openbaar is gemakkelijk als de spreker het toelaat. Er zijn echter een paar tips die spreken in het openbaar minder moeilijk maken. Ten eerste moet de spreker in het openbaar zijn publiek grondig kennen wat betreft behoeften, houding, achtergrond, interesses, enz.

Uitstekend spreken in het openbaar bestaat uit drie componenten:

1. **Stijl:** Meesterlijk opgebouwd door het gebruik van woorden om een tekst te creëren die prachtig is om naar te luisteren en om te lezen.
2. **Inhoud:** Een centraal thema dat de waarden en idealen van het publiek oproept en inspireert.
3. **Impact:** Impact die meningen, gedachten en harten verandert. Een oratie met impact heeft een blijvend effect op het publiek.

Het belang van spreken in het openbaar

Spreken in het openbaar is een van de belangrijkste vaardigheden die iemand kan leren. Denk bijvoorbeeld aan de monumentale impact van de volgende twee toespraken:

1. De 'Pearl Harbor Address to the Nation' door Franklin D. Roosevelt

Op 8 december 1941 hield Franklin D. Roosevelt een opzwepende toespraak waarin hij Japan de oorlog verklaarde en de Amerikanen verzekerde dat de Verenigde Staten de overwinning zouden behalen. Stel je de angst voor van elk Amerikaans gezin, wetende dat hun wereld op het punt stond te veranderen. De reactie van het Congres consolideerde een zeer echte en uitzonderlijk goed gebrachte toespraak. De toespraak neemt elke luisteraar mee terug naar een zeer kritiek moment in de geschiedenis.

2. Martin Luther King's 'I Have a Dream' toespraak

Op 28 augustus 1963 hield Martin Luther King Jr. een toespraak om een einde te maken aan het racisme in de Verenigde Staten en voor burger- en economische rechten. Dit voorbeeld van groots spreken in het openbaar was een bepalend element van de burgerrechtenbeweging die leidde tot de goedkeuring van de Civil Rights Act, die Afrikaanse Amerikanen gelijke behandeling gaf. Het wordt beschouwd als een van de grootste oratorische toespraken in de Amerikaanse geschiedenis.

De grootste toespraken ter wereld hebben mensen gemotiveerd in donkere tijden, hoop gegeven in tijden van wanhoop, moed gegeven en miljoenen geïnspireerd, en de loop van de geschiedenis veranderd. Nu we het belang van spreken in het openbaar en de invloed ervan

op anderen begrijpen, laten we eens kijken naar het belang van goed spreken in het openbaar in een zakelijke context.

Het belang van spreken in het openbaar in het bedrijfsleven

In de zakenwereld valt spreken in het openbaar in verschillende hoofdcategorieën:

1. **Externe toespraken** - zijn gericht aan investeerders, leveranciers en andere partijen die niet direct voor het bedrijf werken.
2. **Interne toespraken** - worden gehouden voor werknemers in de vorm van stadhuistoebespraken of bijeenkomsten met alle werknemers.
3. Vergaderingen en presentaties - vergaderingen en presentaties zijn veel minder formeel dan de vorige twee soorten toespraken en vinden vaker plaats. Goede spreekvaardigheid in het openbaar tijdens een interne vergadering kan heel belangrijk zijn voor je carrière.

Spreken in het openbaar is om verschillende redenen belangrijk in een zakelijke context:

- Het samenbrengen van werknemers, aandeelhouders, klanten of het publiek kost tijd en er moet een goede reden voor zijn. Het is daarom een belangrijke gelegenheid om het publiek te inspireren, te informeren, te overtuigen en opnieuw te polsen over een bepaald idee.
- De spreekvaardigheid van een persoon in het openbaar geeft een indruk van het bedrijf. Als een CEO bijvoorbeeld een slechte toespraak houdt, kan het publiek concluderen dat het bedrijf slecht leiderschap heeft, dat het tijdverspilling is of dat het niet streeft naar succes.
- Goed spreken in het openbaar stimuleert innovatie en kansen. Een goed gehouden toespraak in een directiekamer kan bijvoorbeeld inspireren tot organisatorische veranderingen en het bedrijf een andere richting op duwen. Elke belangrijke zakelijke beslissing begint met een goede toespraak of groepsdiscussie.

De voordelen van spreken in het openbaar

Volgens de Association of American Colleges and Universities is er een reeks kerncompetenties die nodig zijn 'voor een wereldwijd geëngageerde democratie en voor een dynamische, door innovatie gevoede economie'. In de categorie 'Intellectuele en praktische vaardigheden' wordt spreken in het openbaar genoemd als een van deze kerncompetenties. Dit is niet echt verrassend aangezien communicatievaardigheden cruciaal zijn voor intellectuele ontwikkeling, carrière en maatschappelijke betrokkenheid. Spreken in het openbaar is universeel toepasbaar op alle soorten opleidingen en beroepen en wordt door Amerikaanse werkgevers beschouwd als een cruciale inzetbaarheidsvaardigheid voor werkzoekenden (Rockler-Gladen, 2009; U.S. Department of Labor, 2000). Ongeacht je ambities en interesses, zal het ontwikkelen van spreekvaardigheid goed zijn voor je persoonlijke, professionele en openbare leven.

Persoonlijk;

Mensen geven niet alleen presentaties op het werk of tijdens colleges. Soms worden we opgeroepen om toespraken te houden in ons persoonlijke leven. Dit kan zijn bij een speciaal evenement of vrijwilligersactiviteit, om een gast voor te stellen op een evenement of om een prijs voor een dienst uit te reiken of in ontvangst te nemen. Het ontwikkelen van de vaardigheid om dit soort toespraken te houden kan ons helpen om essentiële rollen in onze familie en gemeenschap te vervullen. Een ander groot persoonlijk voordeel van spreken in het openbaar is dat het zelfvertrouwen groeit. Geen wonder dat spreken in het openbaar eng is, maar door aan deze activiteit mee te doen, krijg je meer zelfvertrouwen door de ervaring.

Professioneel;

TV-omroepers, leraren, advocaten en entertainers moeten goed kunnen spreken, maar de meeste andere beroepen vereisen spreekvaardigheid in het openbaar of hebben daar baat bij. Er wordt geschat dat 70 procent van de banen vandaag de dag een vorm van spreken in het openbaar met zich meebrengt. Met de recente economische verschuiving van productie-

naar dienstverlenende beroepen is het vermogen om met anderen te communiceren cruciaal geworden. Top CEO's adviseren dat grote leiders ideeën effectief moeten kunnen overbrengen, moeten kunnen overtuigen, steun moeten kunnen opbouwen, moeten kunnen onderhandelen en effectief in het openbaar moeten kunnen spreken. Maar voordat je aan een carrière begint, moet je eerst een baan vinden. Effectief kunnen spreken maakt je aantrekkelijker voor werkgevers en vergroot je kansen op een baan en carrière.

Publiek;

Leren spreken in het openbaar stelt je in staat om op het meest basale niveau deel te nemen aan de democratie. Spreken in het openbaar is belangrijk voor het creëren en in stand houden van een samenleving met geïnformeerde en actieve deelnemers. Zelfs als je niet van plan bent om je verkiesbaar te stellen, zal leren spreken in het openbaar je helpen om aandachtiger te luisteren en de toespraken van anderen kritisch te evalueren.

Unit 2 | Wat zijn de soorten discours?

De vier soorten

Er zijn vier soorten toespraken die de meeste sprekers gebruiken om een toespraak te houden.

Er zijn vier soorten toespraken die de meeste sprekers gebruiken om een toespraak te houden.

1. Extemporane toespraken zijn toespraken die de spreker zorgvuldig voorbereidt en oefent voor het moment van de toespraak. De spreker gebruikt aantekeningen of een schema als leidraad tijdens de toespraak. De aantekeningen of het schema bevatten meestal de citaten en bronnen die de spreker in de toespraak wil aanhalen, evenals de volgorde waarin de informatie in de toespraak moet worden gegeven. De toespraak wordt gehouden alsof de spreker in gesprek is met het publiek. Omdat de spreker niet de hele toespraak voorleest, gebruikt de extemporane spreker de aantekeningen alleen als leidraad - een soort geheugensteuntje - en zal hij ook

kunnen reageren op het publiek omdat zijn of haar hoofd niet vastzit door elk woord op een vel papier voor te lezen. Dit is de manier van spreken in het openbaar die je moet proberen te gebruiken in Fundamentals of Oral Communication voor je informatieve en persuasieve toespraken, omdat het de meest praktische manier van spreken in het openbaar is, die je waarschijnlijk in een echte situatie zult gebruiken als je gevraagd wordt om een formele presentatie te houden.

2. Impromptu speeches zijn toespraken die worden gehouden zonder aantekeningen of plan en zonder formele voorbereiding - ze worden heel spontaan gehouden. Dit is een van de meest zenuwslopende situaties voor de meeste studenten, omdat er geen plan of agenda is om te volgen - ze moeten gewoon opstaan en spreken zonder enige 'denk'-tijd. Ze zijn bang dat ze niet weten wat ze moeten zeggen als ze voor het publiek staan en dat ze zichzelf voor gek zullen zetten. Als je nerveus wordt van dit soort situaties, dan ben je niet de enige! De realiteit is dat dit het soort spreken in het openbaar is waar je het meest op voorbereid bent. Je dagelijkse leven zit vol met ervaringen en geïmproviseerde gesprekken. Elk telefoongesprek, elke uitwisseling tussen jou en een geliefde, elke discussie tussen vrienden is van nature geïmproviseerd: zelfs als we onze gesprekken 'oefenen', blijven ze geïmproviseerd. Dus ook al zijn veel mensen nerveus over geïmproviseerde gesprekken, het zijn juist de gesprekken waar ze het beste op voorbereid zijn door hun dagelijkse ervaring.
3. Handgeschreven toespraken zijn toespraken die worden gehouden met een script met de exacte woorden die gebruikt moeten worden. Als ze een toespraak moeten houden, geven velen er de voorkeur aan om elk woord voor zich te hebben, zodat ze de toespraak praktisch kunnen 'voorlezen' aan het publiek. Hoewel dit erg geruststellend is voor een spreker, die het gevoel heeft dat hij niets zal 'vergeten' als hij alle woorden voor zich heeft, is een toespraak op basis van een manuscript een van de ergste valkuilen waar een spreker in kan trappen. De spreker die een volledig manuscript gebruikt, besteedt vaak meer tijd aan het kijken naar het script dan naar het publiek. Op deze manier kan de spreker niet reageren op het publiek of hun vragen beantwoorden. Daarom wordt het manuscript een valkuil voor de spreker.
4. Gememoriseerde toespraken zijn toespraken die uit het hoofd worden geleerd. De spreker onthoudt de tekst van een toespraak volledig en houdt hem dan uit het

hoofd, zonder gebruik te maken van aantekeningen of een schema. Dit soort toespraken wordt door de meeste mensen gevreesd, omdat ze bang zijn om te vergeten wat ze van plan waren te zeggen als ze voor de groep staan en om zichzelf voor schut te zetten voor het publiek als ze vergeten wat ze moeten zeggen. Dit soort toespraken komt in het dagelijks leven niet vaak voor, tenzij je een beroep hebt zoals acteren. De meesten van ons onthouden heel weinig in ons dagelijks leven - we hoeven zelfs geen telefoonnummers meer te onthouden sinds we mobiele telefoons hebben! Ik heb uit het hoofd geleerde toespraken niet nodig voor Fundamentals of Oral Communication omdat ik denk dat ze voor sommige mensen tot negatieve ervaringen leiden en niet iets zijn wat de meeste mensen in hun dagelijks leven hoeven te doen.

Lichamelijke aspecten van spraak

Er zijn vier aspecten van het lichaam van een spreker die de interpretatie van de boodschap door het publiek beïnvloeden.

1. Gebaren zijn bewegingen van het hoofd, de armen en de handen van de spreker. Als je naar een goede spreker kijkt, valt het op dat zijn hele lichaam betrokken is bij de presentatie. Hij gebruikt zijn hele lichaam om de boodschap over te brengen: zijn armen maken gebaren, zijn vingers geven belangrijke woorden aan of accentueren ze en zijn hoofd knikt als hij over iets belangrijks spreekt. De meeste mensen zien een podium als een prachtig meubelstuk om bij de hand te hebben als ze een presentatie geven: meestal omdat het de spreker een plek geeft om zich achter te verschuilen! Een podium is maar voor één ding ontworpen: om je aantekeningen op te zetten. Het is niet gemaakt om je gewicht te dragen, om op te leunen of om met je handen vast te pakken. Als je je aan een podium vastklampt of het uit angst vastgrijpt, zul je niet kunnen gebaren en zul je gewoon een pratend hoofd zijn. De meesten van ons gebaren van nature in alledaagse gesprekken. Velen van ons worden ervan beschuldigd met hun handen te praten. Sterker nog, als je gevraagd wordt om op je handen te gaan zitten en met iemand te praten, zul je waarschijnlijk je gebrek aan arm- of handgebaren compenseren door meer dan normaal met je hoofd te knikken



of je schouders op te halen! Als je op een podium moet spreken, leg dan je aantekeningen op het podium en doe een stap achteruit zodat je je er niet aan vastklampt. Dit helpt je om natuurlijk te gebaren en je niet aan het podium vast te klampen. Als je je aantekeningen in je hand houdt, maak dan geen gebaren met je aantekeningen omdat het publiek logischerwijs je aantekeningen zal volgen als je ermee schudt.

2. Gezichtsuitdrukkingen zijn bewegingen van de ogen, mond, kin, enz. Het beste advies met betrekking tot gezichtsuitdrukkingen is om ze af te stemmen op het onderwerp. Als je het over een serieus onderwerp hebt, gebruik dan een serieuze gezichtsuitdrukking, maar als je het over iets grappigs hebt, glimlach of lach dan. Je kunt een serieuze presentatie bederven door er tijdens te lachen en je kunt een luchtige toespraak bederven door nooit te glimlachen.
3. Oogcontact is langdurig en betekenisvol contact met de ogen van het publiek. Dit is de belangrijkste reden waarom de meeste mensen een hekel hebben aan spreken in het openbaar: de gedachte dat mensen naar je kijken en alle ogen op je gericht zijn, is waarschijnlijk het moeilijkste deel van spreken in het openbaar. Er zijn veel manieren om het probleem van oogcontact te omzeilen.
4. Beweging is de beweging van het hele lichaam van de spreker. Als je het kunt vermijden, laat je dan niet opsluiten achter een podium of in één gebied. Als je een goede spreker observeert, zul je zien dat ze bijna nooit ergens achter vastzitten. Ze bewegen zich door de zaal terwijl ze spreken en dit kan betekenen dat ze aan het einde van de zaal staan of aan de andere kant van de zaal.

Unit 3 | Wat zijn presentatievaardigheden?

Definitie en belang

Presentatievaardigheden zijn de vaardigheden en kwaliteiten die nodig zijn om een overtuigende presentatie te maken en af te leveren die informatie en ideeën effectief overbrengt. Ze omvatten wat je zegt, hoe je het structureert en de materialen die je toevoegt om te ondersteunen wat je zegt, zoals dia's, video's of afbeeldingen.

Waarom zijn presentatievaardigheden belangrijk?

Effectieve presentaties maken is cruciaal in je professionele en persoonlijke leven. Je zult je presentatievaardigheden op verschillende gebieden moeten aanscherpen, bijvoorbeeld bij het houden van een toespraak, het overtuigen van je partner om een belangrijke aankoop te doen of het praten met vrienden en familie over een belangrijke situatie.

Ongeacht of je ze in een persoonlijke of professionele context gebruikt, deze vaardigheden maken het makkelijker en effectiever om je ideeën over te brengen, anderen te overtuigen of over te halen en succes te ervaren. Enkele voordelen die vaak gepaard gaan met het verbeteren van presentatievaardigheden zijn:

- Verbetering van schriftelijke en verbale communicatievaardigheden
- Meer zelfvertrouwen en een beter zelfbeeld
- Kritisch denken en probleemoplossende vaardigheden versterken
- Beste motivatie technieken
- Toegenomen leiderschapsvaardigheden
- Meer tijdmanagement, onderhandelen en creativiteit.

Hoe beter je presentatietechnieken, hoe boeiender je presentaties zullen zijn. Je kunt ook meer kansen krijgen om een positieve impact te hebben in het bedrijfsleven en op andere gebieden van je leven.

Vaardigheden en vaardigheden om effectief te presenteren

Stel je voor dat je in het publiek van een TED-conferentie zit of met je collega's op een belangrijke vergadering van je werkgever. Wat zou je zoeken in de manier waarop ze hun boodschap overbrengen? Waardoor zou jij je betrokken voelen?

Dit zijn enkele vragen die je jezelf kunt stellen als je deze lijst met de meest effectieve presentatievaardigheden doorneemt.

Verbale communicatie

De manier waarop je taal gebruikt en boodschappen overbrengt, speelt een essentiële rol in hoe het publiek je presentatie zal ontvangen. Spreek duidelijk en zelfverzekerd en projecteer

je stem zodat iedereen hem kan horen. Denk na voor je spreekt, pauzeer indien nodig en pas je manier van spreken aan zodat het aanslaat bij je specifieke publiek.

Lichaamstaal

Lichaamstaal combineert verschillende cruciale elementen, waaronder lichaamshouding, gebaren, oogcontact, uitdrukkingen en houding ten opzichte van het publiek. Lichaamstaal is een van de elementen die een anderszame presentatie direct kan veranderen in een dynamische en interessante presentatie.

Stemprojectie

De mogelijkheid om je stem te projecteren verbetert je presentatie, zodat het publiek kan horen wat je zegt. Het geeft ook meer zelfvertrouwen en helpt zenuwen te kalmeren, waardoor de boodschap boeiender wordt. Om je stem te projecteren, moet je comfortabel staan met je schouders naar achteren. Haal diep adem om je stem kracht te geven en zorg ervoor dat je elke lettergreep die je uitspreekt goed articuleert.

Houding

De manier waarop je jezelf presenteert speelt een belangrijke rol in lichaamstaal en stemprojectie. Het bepaalt ook de toon van de presentatie. Vermijd slungelig te zijn of te gespannen over te komen. Blijf in plaats daarvan open, rechtop en flexibel, rekening houdend met de formaliteit van de gelegenheid.

Verhalen vertellen

Het verwerken van een verhaal in een presentatie is een effectieve strategie die door veel krachtige sprekers wordt gebruikt. Het heeft de kracht om je onderwerp tot leven te brengen en de nieuwsgierigheid van het publiek te prikkelen. Wees niet bang om een persoonlijk verhaal te vertellen, langzaam spanning op te bouwen of een dramatisch moment toe te voegen. En eindig natuurlijk met een positief statement om je punt kracht bij te zetten.

Actief luisteren

Actief luisteren is een waardevolle vaardigheid op zich. Als je begrijpt en doordacht reageert op wat je hoort, in een gesprek of tijdens een presentatie, zul je waarschijnlijk je persoonlijke relaties verdiepen en het publiek actief betrekken tijdens een presentatie. Als onderdeel van je presentatievaardigheden helpt het om de aandacht van het publiek te trekken en vast te houden, zodat ze gefocust blijven en zo min mogelijk passief reageren, zodat de boodschap correct wordt overgebracht en je aanzet tot actie.

Aanwezigheid op het podium

Tijdens een presentatie kan zelfvertrouwen het publiek betrokken houden. Aanwezigheid op het podium kan je helpen om contact te maken met het publiek en hen aanmoedigen om naar je te kijken. Om je aanwezigheid te verbeteren, probeer je normale houding te verbeteren door wat enthousiasme in te brengen. Toon zelfvertrouwen en houd de informatie interessant.

Observeer het publiek tijdens de presentatie. Als je erin slaagt om hun aandacht vast te houden, betekent dat waarschijnlijk dat je een band met hen hebt.

Zelfbewustzijn

Door je emoties en reacties in de gaten te houden, kun je goed reageren in verschillende situaties. Het zal je helpen je persoonlijkheid te behouden tijdens de presentatie en goed om te gaan met feedback. Zelfbewustzijn kan helpen om nervositeit tijdens presentaties te kalmeren, waardoor je effectiever kunt werken.

Schrijfvaardigheden

Schrijven is een vorm van presenteren. Goede schrijfvaardigheden kunnen je helpen om de opzet van je presentatie onder de knie te krijgen, zodat je je boodschap niet kwijtraakt en van begin tot eind duidelijk blijft over je doelstellingen. Het is ook handig om goede schrijfvaardigheden te hebben om overtuigende dia's en andere visuele hulpmiddelen te maken.

Het publiek begrijpen

Als je de behoeften en interesses van je publiek begrijpt, kun je je presentatie daarop afstemmen. Op deze manier kun je ze maximale waarde bieden en je vermogen om je boodschap begrijpelijk te maken verbeteren.

De beste manieren om presentatievaardigheden te verbeteren

1. Voorbereiding en kennis (van het onderwerp en van de presentatie zelf) zijn voorwaarden voor een succesvolle presentatie, die vooral vertrouwen en controle opleveren, die op hun beurt belangrijk zijn voor de ontspanning van de presentator en het publiek.
2. Onthoud en pas als presentator de stelregel van Eleanor Roosevelt toe: 'Niemand kan me intimideren zonder mijn toestemming'. Als presentator heb jij de leiding. Het publiek accepteert dat over het algemeen en jij hebt het recht om degenen die dat niet doen te controleren.
3. Onthoud ook dat 'de diepte van de overtuiging meer telt dan de hoogte van de logica, en enthousiasme meer waard is dan kennis'. Passie is daarom een zeer krachtige component in elke succesvolle presentatie.
4. Een goede presentatie dient zowel om te entertainen als om informatie over te brengen. Bovendien assimileren mensen meer als ze vermaakt worden en zich ontspannen voelen. Probeer dus, ongeacht het onderwerp en het publiek, manieren te vinden om inhoud en presentaties aangenaam te maken: zelfs de meest serieuze gelegenheden en droge onderwerpen kunnen op de een of andere manier op een aangenaam of zelfs vermakelijk niveau worden gebracht met een beetje onderzoek, verbeelding en humor.
5. Het plezier en de humor zit vooral in de voorbereiding. Deze effecten komen niet gemakkelijk spontaan tot stand. Je hoeft geen geboren stand-upcomedian te zijn om plezier en humor in een presentatie of toespraak te brengen. Het is de inhoud die dit mogelijk maakt, en dit heb je absoluut zelf in de hand.
6. Onderzoek en studies geven over het algemeen aan dat je bij presentaties tussen de 4 en 7 seconden hebt om een positieve impact en een goede eerste indruk te maken, dus zorg ervoor dat je een goede, sterke en solide introductie hebt **en repeteer deze totdat het een 'tweede natuur' voor je wordt.**

7. Probeer geloofwaardigheid op te bouwen in je introductie en creëer een veilige en comfortabele omgeving voor je publiek.
8. Glimlachen helpt veel. Het ontspant jou en het publiek. Je ziet er niet alleen ontspannen en kalm uit, maar door te glimlachen komen er ook nuttige gelukschemicaliën vrij in het zenuwstelsel en voel je je goed.
9. Hetzelfde geldt voor een paar langzame, diepe ademhalingen waardoor je je ontspannen voelt - vanuit je buik - voordat je het podium opgaat.
10. Begin niet met een grap, tenzij je extreem zelfverzekerd bent: grappen zijn zelfs op de beste momenten al riskant, laat staan aan het begin van een presentatie.

Conclusies

"Waar ik ook heen ga om het publiek te ontmoeten... het verspreiden van een boodschap van menselijke waarden, het verspreiden van een boodschap van harmonie, is het belangrijkste." ~ Dalai Lama

In de snelle wereld van vandaag zijn effectieve communicatievaardigheden, vooral bij spreken in het openbaar en presentaties, cruciaal voor persoonlijk en professioneel succes. Voor vrouwen die werkzaam zijn in de informatie- en communicatietechnologie (ICT) zijn deze vaardigheden zelfs nog belangrijker vanwege het door mannen gedomineerde karakter van deze sector. Door hun spreek- en presentatievaardigheden onder de knie te krijgen, kunnen vrouwen in de ICT-sector barrières doorbreken, hun carrière verbeteren en positieve veranderingen binnen de sector teweegbrengen. Hier zijn enkele belangrijke conclusies om over na te denken:

1. Zelfvertrouwen is de sleutel: zelfvertrouwen is cruciaal voor ICT-vrouwen als het gaat om spreken in het openbaar en presenteren. Laat je expertise, kennis en ervaring in het vakgebied gelden en laat dit zelfvertrouwen doorschemeren in je woorden en lichaamstaal.
2. Oefening baart kunst: Net als elke andere vaardigheid kunnen spreek- en presentatievaardigheden worden aangescherpt door oefening. Om je

communicatievaardigheden aan te scherpen, moet je regelmatig deelnemen aan mogelijkheden om in het openbaar te spreken, of het nu gaat om workshops, conferenties of interne vergaderingen.

3. Pas de boodschap aan: Begrijp je publiek en pas je boodschap daarop aan. Voor vrouwen in de ICT-sector kan dit betekenen dat je relatieve voorbeelden gebruikt, jargon vermijdt als het niet nodig is en de waarde van diversiteit in de technologiesector benadrukt.
4. Verhalen vertellen is belangrijk: verweef verhalen in je presentaties om het publiek emotioneel te boeien. Het delen van persoonlijke ervaringen en anekdotes kan de inhoud memorabeler en impactvoller maken.
5. Gebruik visuele hulpmiddelen: Gebruik visuele hulpmiddelen zoals dia's, infographics en video's om je toespraak aan te vullen en het begrip van het publiek te verbeteren. Houd visuals eenvoudig, duidelijk en relevant om je toehoorders niet te overladen.
6. Zenuwachtigheid overwinnen: Zenuwachtigheid is normaal, vooral als je in het openbaar spreekt. Gebruik ontspanningstechnieken, gecontroleerde ademhaling en positieve taal om je zenuwen te beheersen en je boodschap effectief over te brengen.
7. Vraag constructieve feedback: Vraag feedback aan collega's, mentoren of spreekcoaches om verbeterpunten te identificeren. Verwelkom opbouwende kritiek als een kans om te groeien.
8. Diversiteit en inclusie ondersteunen: wees als ICT-vrouw trots op je unieke perspectief en promoot diversiteit en inclusie in de technologie-industrie actief. Spreken in het openbaar kan een krachtig middel zijn om gelijke kansen en vertegenwoordiging te ondersteunen.
9. Voortdurend leren: de wereld van de technologie evolueert voortdurend, dus het is essentieel om op de hoogte te blijven van de laatste trends en ontwikkelingen. Verwerk deze nieuwe kennis in je presentaties om je expertise te laten zien.
10. Anderen steunen en sterker maken: Moedig andere ICT-vrouwen aan en begeleid hen op hun reis naar spreken in het openbaar en presenteren. Door elkaar op te peppen, kunnen we een ondersteunende gemeenschap creëren die de stem van vrouwen in de technologiewereld versterkt.



Concluderend kan het beheersen van spreek- en presentatievaardigheden in het openbaar een revolutie betekenen voor vrouwen in de ICT-sector. Omarm je uniekheid, wees zelfverzekerd in het delen van je ideeën en streef ernaar een krachtige stem te zijn die positieve verandering in de technologiesector teweegbrengt. Door voortdurend te leren en elkaar te steunen, kunnen vrouwen in ICT barrières doorbreken en de volgende generatie leiders inspireren.

Module 5: Netwerken en zelfbekendheid in het digitale tijdperk

Inleiding

Dit modulevoorstel schetst een empowermentprogramma gericht op netwerken en self-branding in het digitale tijdperk. Het programma is gericht op empowerment van vrouwen die geïnteresseerd zijn in de ICT-sector of er al in werken, door hen essentiële vaardigheden en kennis bij te brengen om uit te blinken in netwerken en personal branding. Dit document is een verkorte versie die geschikt is voor een webinar van een uur.

Module Doelstellingen

Het hoofddoel van dit programma is om deelnemers te laten kennismaken met het belang van netwerken en self-branding in het digitale tijdperk. In de onderling verbonden wereld van vandaag zijn het opbouwen van een sterk professioneel netwerk en het vestigen van een persoonlijk merk essentieel voor professioneel succes. Deelnemers krijgen inzicht in het belang van netwerken en erkennen het potentieel ervan om deuren te openen naar nieuwe kansen, samenwerkingen en mentorschap. Ze verkennen ook het concept van self-branding en ontdekken hoe dit een cruciale rol speelt bij het vormgeven van hun professionele identiteit en reputatie. Door middel van interactieve discussies en boeiende activiteiten leren de deelnemers hoe netwerken en self-branding hun carrièrepad positief kunnen beïnvloeden.

Een van de belangrijkste doelstellingen van dit programma is om deelnemers praktische strategieën aan te reiken voor effectief netwerken en het opbouwen van relaties. Deelnemers zullen waardevolle technieken en vaardigheden aanleren om hun netwerk uit te breiden, hun online aanwezigheid op elkaar af te stemmen en zinvolle contacten te leggen. Ze leren verschillende netwerkbenaderingen, zoals het bijwonen van branche-evenementen, lid worden van beroepsverenigingen en het gebruik van online platforms. Daarnaast worden deelnemers begeleid bij het ontwikkelen van een sterk persoonlijk merk in lijn met hun professionele doelen. Ze krijgen informatie over hoe ze een overtuigende personal brand statement kunnen maken, waarbij ze hun unieke sterke punten en waarden gebruiken om op te vallen in hun branche. Daarnaast biedt het programma tips over het effectieve gebruik van digitale platforms, zodat deelnemers de kracht van sociale media en andere online tools kunnen benutten voor netwerken en self-branding.

Unit 1 | Inhoud van het programma:

Deze module bevat de volgende onderwerpen:

Persoonlijke branding

A. Het belang van personal branding begrijpen:

Introductie van het concept personal branding en de betekenis ervan in het digitale landschap. Belang van personal branding voor vrouwen en vrouwen in ICT.

B. Waarom is personal branding belangrijk?

Je persoonlijke merk vertegenwoordigt het beeld of idee dat mensen met je associëren als je er niet bent, en het is waar ze aan denken als ze jouw expertise op een bepaald gebied in overweging nemen. Het is belangrijk om ervoor te zorgen dat deze reputatie positief en gedenkwaardig is en overeenkomt met je professionele doelen en capaciteiten.

C. Vrouwen? Waarom is personal branding en netwerken belangrijk voor vrouwen?

Het stelt ons in staat om barrières te overwinnen die ons ervan kunnen weerhouden om een persoonlijk merk te ontwikkelen en onze prestaties publiekelijk te vieren. Door in contact te komen met anderen met behulp van hun persoonlijke merkidentiteit, kunnen vrouwen

steun krijgen, beter begrijpen hoe ze de uitdagingen van zelfpromotie kunnen overwinnen en hun vaardigheden en prestaties effectief onder de aandacht brengen. Personal branding stelt vrouwen in staat om hun professionele verhaal in eigen handen te nemen en hun eigen succesverhaal op te bouwen.

D. Waarom zijn personal branding en netwerken belangrijk voor vrouwen in ICT?

Vrouwen krijgen vaak te maken met sociale en economische sancties wanneer ze gedrag vertonen dat indruist tegen stereotypen in door mannen gedomineerde vakgebieden, en personal branding kan hen helpen deze barrières te overwinnen en uit te dagen.

- ❖ Toegang tot kansen
- ❖ Verhoogde zichtbaarheid

Mentorschap, oriëntatie en rolmodellen

Professionele groei, ondersteuning en gemeenschap

E. Achtergrond en vaardigheden

- ❖ Uw professionele achtergrond met eerdere ervaring
- ❖ je vaardigheden, ervaring en knowhow op specifieke gebieden. Het zijn uw waarden en overtuigingen, vrijwillige verplichtingen, hobby's of vrijetijdsactiviteiten en interesses.
- ❖ Maar ook, heel belangrijk voor de Scandinavische landen, uw doelen voor de toekomst!

Wat wil je bereiken? Waar stel je je dat voor?

Unit 2 | Belemmeringen voor zelfpromotie:

Deelnemers begeleiden bij het identificeren van hun unieke vaardigheden, sterke punten en waarden om barrières voor zelfpromotie en personal branding te overwinnen.

A. Normen voor bescheidenheid

De maatschappij verwacht van vrouwen dat ze de prestaties van anderen vieren, maar niet hun eigen prestaties. Vrouwen hebben ook de neiging om 'wij' te gebruiken in plaats van 'ik' wanneer ze het over prestaties hebben: ze zal alle

betrokkenen de eer geven, terwijl mannen vaak 'ik' zullen gebruiken en standaard alleen zichzelf de eer geven.

B. Culturele normen

Personal branding, of zelfpromotie, is een van de zes belangrijkste gebieden van culturele verschillen waar mensen over de hele wereld zich ongemakkelijk bij voelen.

C. De dreiging van stereotypen

Als iemand zich zorgen maakt over het voldoen aan een negatief stereotype over zijn sociale groep, draagt dat uiteindelijk bij aan het stereotype.

D. Het bedriegersyndroom

"Ben ik niet genoeg?" Niet in staat om gedachten of verlangens in daden om te zetten. Mensen twijfelen aan hun eigen capaciteiten en schrijven hun succes vaak toe aan geluk in plaats van aan hun eigen competentie, wat leidt tot gevoelens van ontoereikendheid en angst.

Unit 3 | De sleutels tot het bouwen van je merk



Enkele sleutels tot het brainstormen over je merk zodat het relevant en doelgericht is:

➤ Je moet duidelijk zijn over wat je zoekt en je meer richten op de toekomst dan op het verleden (cultuurschok!).

Waar ben ik goed in? Wat zijn mijn drijfveren? Wat is voor mij een succesvolle baan? Wat zijn mijn non-negotiables?

Hoe herinneren mijn voormalige collega's zich mij?

Welke problemen of uitdagingen los ik op voor mijn werkgever of klant? Welke waarde voeg ik persoonlijk toe?

➤ Heb je een inspiratiebron of een concurrent? Welke trefwoorden gebruiken zij? Welke trefwoorden vindt u in personeelsadvertenties die u interesseren?

Unit 4 | IAmRemarkable oefeningen

- ❖ Overwerk woensdag
- ❖ Oefen en perfectioneer 2-3 professionele resultaten met anderen
- ❖ Uw resultaten bijhouden

Stel ambitieuze doelen

A. Elevator pitch:

Oefen een presentatie van 30 seconden tot 1 minuut over jezelf, wat je doet en wat jou een goede connectie of kandidaat maakt.

B. Online zijn - en offline!

Dit is vooral belangrijk voor de Scandinavische landen, waar je aanwezigheid op evenementen de beste manier is om een sterk netwerk op te bouwen dat je online aanwezigheid zal vergroten. Neem als onderdeel van je merkstrategie de tijd om eerst je online aanwezigheid op te bouwen: een sterk profiel en deelname zijn de sleutel om het memorabel te maken.



C. Online aanwezigheid en profiel

Voor LinkedIn:

- Detaïlle beschrijving van uw opleiding in het verleden, met de nadruk op de aspecten die het meest relevant zijn voor het soort baan of taak waarin u geïnteresseerd bent. Omvat onderzoeken en scriptiewerk, projecten, gespecialiseerde cursussen.
- Resultaten die je hebt behaald voor je klanten of voor de organisatie waarvoor je hebt gewerkt.
- Geef een levendig beeld en vertel over je ervaringen: soms zijn specifieke titels niet duidelijk genoeg en moeten ze worden uitgelegd
- Als u op creatief gebied werkt, kunt u presentaties, PDF-documenten, artikelen en mediafragmenten toevoegen.

D. Gemeenschap en mentorschap

- ❖ Begrijp je niche, zoek een community, mentoring- of sponsorprogramma's, creëer contacten die je kunnen noemen als zich kansen voordoen. Wereldwijde gemeenschappen met gelijkgestemde professionals zijn geweldig om advies of hulp te zoeken.
- ❖ Voor oprichters kan dit de sleutel zijn tot het verkrijgen van financiering.

E. Vrijwilligerswerk

Sluit je aan bij NGO's, evenementen waaraan je als vrijwilliger kunt deelnemen. Je kunt ook vrijwilligerswerk doen met je werkervaring of mentor worden.

Inhoud creëren voor anderen die baat kunnen hebben bij jouw ervaring

4. Laten we oefenen!

Stel jezelf voor aan je groep in 30 seconden tot 1 minuut met behulp van de Elevator Pitch. Neem even de tijd om na te denken over wat je moet overwegen en veranderen voor de volgende gelegenheid om te presenteren. Deel vervolgens met je groep: waarom ben ik buitengewoon? Maak contact met elkaar in je groep!

Hoe ging het?

Deel een reflectie van je groep. Heb je vragen of opmerkingen?

5. Uitvoering van het webinar

Het webinar duurt 1 uur en wordt op een boeiende en interactieve manier gegeven. De modaliteiten omvatten:

Presentatie: gebruik van visuele hulpmiddelen en dia's om belangrijke concepten en strategieën over te brengen.

Ruimtes voor subgroepen: neem interactieve elementen op om het begrip en de betrokkenheid van de deelnemers te beoordelen.

Maak tijd vrij voor laatste opmerkingen en vragen van de deelnemers en ontvang advies van de facilitator.

A. Materiaal webinar

De volgende materialen worden verstrekt ter ondersteuning van het webinar:

Presentatiedia's: een complete set dia's met een samenvatting van de belangrijkste punten die tijdens het webinar aan bod zijn gekomen.

Bronnenlijst: een lijst met aanbevolen lectuur, websites en hulpmiddelen voor verder onderzoek en zelfstudie.

B. Evaluatie en meting:

Om de effectiviteit van het webinar te evalueren, zullen de volgende evaluatiemethoden worden toegepast:

Feedback van deelnemers: verzamelen van feedback via enquêtes na afloop van het webinar om de tevredenheid van deelnemers te beoordelen en inzichten te krijgen voor verbetering.

Actieplan: Moedig deelnemers aan om een persoonlijk actieplan te ontwikkelen waarin ze beschrijven hoe ze de lessen van het webinar gaan toepassen in hun professionele leven.

6. Conclusies

Personal branding en netwerken zijn essentiële onderdelen van ieders carrièrepad en zijn van bijzonder belang voor vrouwen, vooral in door mannen gedomineerde sectoren zoals ICT. Met deze tools kunnen vrouwen obstakels overwinnen die de ontwikkeling van hun personal branding en de publieke bekendmaking van hun prestaties in de weg kunnen staan. Door gebruik te maken van hun personal branding kunnen vrouwen contacten leggen met anderen, waardevolle steun krijgen, uitdagingen op het gebied van zelfpromotie aangaan en hun vaardigheden en prestaties effectief onder de aandacht brengen. Op deze manier stelt personal branding vrouwen in staat om hun professionele verhaal in eigen handen te nemen, hun eigen unieke succesverhaal op te bouwen en de sociale en economische sancties te overwinnen die ze vaak tegenkomen als ze genderstereotypen in hun vakgebied uitdagen.

Voor vrouwen die in de ICT-sector werken, kan het belang van personal branding en netwerken niet worden overschat. Deze strategieën bieden tal van voordelen, waaronder een betere toegang tot kansen, een grotere zichtbaarheid, toegang tot mentorschap, begeleiding en rolmodellen, ondersteuning voor professionele groei en de ontwikkeling van een ondersteunende gemeenschap. Uiteindelijk kunnen vrouwen met personal branding en netwerken barrières doorbreken, stereotypen doorbreken en de weg vrijmaken voor hun succes en empowerment in de ICT-sector.

Module 6: Integratie werk-privé



Inleiding

De module over de integratie van werk en privéleven kan gemakkelijk worden aangepast aan bedrijven (gericht op vrouwelijke werknemers en/of werkgevers) of aan freelancers en/of studenten die in de ICT-sector willen werken.

Wanneer de module wordt aangepast aan de eerste doelgroep (bedrijven), is het belangrijk om ruimte te besteden aan de relationele aspecten met collega's en leidinggevenden, terwijl in het geval van freelancers een aspect dat moet worden onderzocht het vermogen is om tijd in te delen met het oog op een gelijke verdeling tussen tijd besteed aan werk en tijd besteed aan privéleven.

Module Doelstellingen

Het doel van de module over de integratie van werk en privéleven is om deelnemers (werknemers en zelfstandig werkzame vrouwen, studenten) instrumenten aan te reiken om met stress om te gaan. Stress kan verschillende oorzaken hebben: een te hoge werkdruk; een suboptimale organisatie van de werktijd en/of werk-privé planning; een gevoel van overbelasting van het gezin naast het werk.

Tijdens het webinar worden, na een korte excursie over de belangrijkste oorzaken van malaise als gevolg van werkstress, suggesties gegeven voor verschillende technieken om de tijdsorganisatie en vooral de persoonlijke houding ten opzichte van de onvermijdelijke moeilijke momenten te verbeteren.

Unit 1 Onevenwicht en de bijwerkingen ervan

Zoals blijkt uit het vergelijkend onderzoek (R1) naar de stand van zaken van vrouwen in de ICT-sector, is er, ondanks de verschillen door de sociaal-culturele context van elk land, duidelijk sprake van een onevenwicht tussen vrouwen en mannen in de ICT-sector in termen van aanwezigheid en carrièremogelijkheden. Dit aspect is sterk verbonden met een ongelijke

verdeling van de last van de gezinszorg tussen vrouwen en mannen.

Daarom is in de context van gendergelijkheid de balans tussen werk en privéleven een van de aspecten die gecontroleerd moeten worden.

Door na te denken over wat niet werkt en wat inefficiënt is in het organiseren van tijd, is het doel van het webinar om werkende en zelfstandige vrouwen te helpen precies te bepalen wat ze moeten doen en hoe ze dat moeten doen. De balans, waarbij persoonlijke en professionele aspecten het juiste evenwicht vinden, stuurt middelen om de dagelijkse routine effectief en soepel te beheren.

De gevolgen van een onevenwicht tussen de persoonlijke en professionele sfeer kunnen beide gebieden beïnvloeden en leiden tot ontevredenheid en demotivatie die ons nauwelijks productief maken. Werken onder stress kan een zeer sterke impact hebben op ieder van ons en kan leiden tot toestanden van ontevredenheid, conflicten en angst.

De symptomen van stress kunnen op verschillende niveaus worden waargenomen:

- Fysieke effecten
- Emotionele effecten
- Mentale effecten
- Gedragseffecten

Unit 2 | Multitasking: een belangrijke oorzaak

We horen vaak over de vermeende en aangeboren neiging van vrouwen om te multitasken, maar recente en talrijke neurowetenschappelijke studies tonen duidelijk alle beperkingen en negatieve effecten van deze slechte gewoonte aan.

Multitasking leidt tot vertragingen, koerswijzigingen, intervallen, verlies van de draad.

Het verlaagt de productiviteit met 40%. Wie voortdurend wordt afgeleid door wat hij doet, presteert slechter en langer.

Als je harder werkt, krijg je minder.

De '4 D's van strategie

Om de bronnen van tijd en energie te optimaliseren, is het nodig om een aantal belangrijke stappen te nemen: prioriteiten stellen, minder dringende taken uitstellen, delegeren en verantwoordelijkheden die niet bij ons horen van de checklist schrappen. Deze vier stappen behoren tot de zogenaamde '4 D-strategie': *DOEN, UITSTELLEN, DELEGEREN en WISSELEN*.

STAP 1 - De grenzen bepalen

Een andere beslissende stap in een strategie om stress te elimineren, te verminderen of te beheersen, is het vermogen om grenzen te stellen. Dit betreft altijd factoren die te maken hebben met de organisatie van tijd, maar ook het vermogen om in het moment te zijn door de geest op te voeden en te trainen om in het huidige moment te zijn.

Stel tijdschema's en tijdslijmieten op en maak, nadat je je beste werk hebt gedaan, ruimte voor je persoonlijke leven.

STAP 2: Overzicht van verschillende technieken om weer in balans te komen

Eenvoudige tips

Balans vinden is een uitdaging, maar onderzoek wijst op een eenvoudige remedie: korte pauzes nemen tijdens het werk. Pauzes helpen bij het beheersen van stress en verbeteren ons concentratievermogen. Pauzes zorgen ervoor dat onze hersenen kunnen 'resetten'.

Neurowetenschappen tonen aan dat de manier waarop we denken net zo veel invloed heeft op ons lichaam als op ons leven. Een opkomend wetenschapsgebied genaamd 'psychoneuro-immunologie' toont de buitengewone connectie tussen geest en lichaam aan. Gelukkige gedachten zorgen ervoor dat onze hersenen een chemische neurotransmitter aanmaken die dopamine heet en ons een blij gevoel geeft.

Negatieve gedachten zorgen ervoor dat onze hersenen neuropeptiden produceren die ons hatelijk en geïrriteerd doen voelen.



Affirmaties zijn bewuste gedachten van goede kwaliteit die ons kunnen helpen om elke inhoud te integreren en de kwaliteit van de energie die we wensen in ons leven te kanaliseren. Affirmaties kunnen gedefinieerd worden als bewust geformuleerde positieve gedachten om vertrouwen, zekerheid en overtuiging in de geest te brengen om resultaten te bereiken. Daarom is het nodig om ze zorgvuldig te formuleren volgens een paar basisregels.

Acties om te verbeteren omvatten actie op verschillende niveaus:

Fysiek niveau: de eerste stap is werken aan de ademhaling

Emotioneel niveau: omvat de ontwikkeling van het vermogen tot visie

Mentaal niveau: bewustwording van de kracht van meditatie en kwalitatief goed denken

Gedrag: uw welzijn beïnvloeden

STAP 3: Ontspanningsstrategieën verkennen

Hier zijn honderden ontspanningstechnieken uit verschillende culturen en benaderingen.

Een aantal van deze technieken wordt uitgelegd aan de deelnemers (elk gerelateerd aan een bepaald psychofysisch effect) met als doel een overzicht te geven waaruit iedereen dan naar eigen inzicht een of andere techniek kan putten.

De technieken 'Ontspanning en Visie' werken in op het SYMPATHISCH SYSTEEM, dat overactief wordt wanneer we gestrest zijn. Door deze ontspanningstechnieken kunnen hartslag, bloeddruk, ademhaling, spiertonus, enz. worden genormaliseerd.

Als gevolg van dit normaliseringsproces wordt een gevoel van welzijn bereikt, worden angsttoestanden verminderd, wordt het concentratievermogen verbeterd en worden situaties positiever waargenomen.

Elke houding komt overeen met een hormonale cocktail, vertaald in emotie. Zelfs als je niet kalm bent, helpt het aannemen van een kalme houding het lichaam te kalmeren. Dit gebeurt door cognitieve dissonantie. Het is nuttig om de superheld houding aan te nemen (armen op de heupen en kin naar voren). Het onderzoek van Amy Cuddy stelt dat het 90 seconden aanhouden van de superheldenhouding cortisol verlaagt en testosteron verhoogt, waardoor

we energie en zelfvertrouwen krijgen.

Na een korte inleiding over het visualisatie- en houdingsaspect worden vier strategieën in meer detail getoond.

1. Houdingstechniek
2. De STOP-techniek
3. Anti-stress techniek
4. De boom van verzoening

Conclusies

Hoewel het gaat over een zeer breed gebied met verschillende sociaal-culturele en fysiologische implicaties die kort worden geschetst.

Uitgaande van de negatieve effecten van een gebrek aan evenwicht tussen werk en privé, wil de webinar de deelnemers laten nadenken over de oorzaken van het gebrek aan evenwicht en vervolgens zeer praktische hulpmiddelen verkennen om

- de balans tussen werk en privé anders en efficiënter organiseren
- bewust omgaan met stress op de meest intense momenten zonder erdoor overweldigd te worden;
- onderzoeken welke maatregelen voor het evenwicht tussen werk en privé beschikbaar zijn in de eigen familie-/sociale/beroepscontext.

Daarom is het de bedoeling van het webinar om zeer praktische tools aan te reiken die binnen ieders bereik liggen en waarmee je gemakkelijk kunt experimenteren en die je kunt toepassen.



De zoektocht naar meer welzijn doorloopt noodzakelijkerwijs bepaalde fasen: een groter bewustzijn van de context en van jezelf, vertrouwen in je persoonlijke hulpbronnen en in de mogelijkheid van een grote verandering die bestaat uit kleine, haalbare doelen; dit is de belangrijkste boodschap die het webinar de deelnemers wil meegeven.

Visies en waarden: toolkit voor zelfevaluatie

Inleiding

De zelfevaluatietoolkit is gemaakt in het kader van Femin-ICT, met de empowerment van vrouwen in de ICT-sector of vrouwen die de ICT-sector in willen. Hoewel de focus op deze vrouwen ligt, is de tool veelzijdig en toepasbaar in verschillende sectoren en kan hij gebruikt worden door elke vrouw die haar eigen carrièreplan wil maken.

Dit instrument, in zijn volledige of gedeeltelijke vorm, kan ook worden gebruikt door werkgevers die hun werknemers willen empoweren. Meer specifiek kan het worden gebruikt als een trainingstool in de ICT-sector om het gesprek op gang te brengen over loopbaanontwikkelingsdoelen of de integratie van de balans tussen werk en privéleven. Dit soort gesprekken kan werkgevers de feedback geven die ze nodig hebben om een beleid te ontwikkelen dat inclusie en welzijn op de werkplek bevordert.

Er is een kort gedeelte met enkele vragen en voorbeelden van visies op ICT voor vrouwen die werken (of studeren) in de informatie-, communicatie- en technologiesector. Opgemerkt moet worden dat deze gebieden een breed scala aan professionele rollen omvatten, van digitale marketeers tot software-ingenieurs, programmeurs en human resource managers in technologiebedrijven, enz. Dit zijn voorbeelden uit de professionele achtergrond van vrouwen die op verschillende manieren betrokken zijn geweest bij Femin-ICT activiteiten.

Module Doelstellingen

Het zelfevaluatie-instrument Femin-ICT Visies en Waarden, ontwikkeld door Stimuli for Social Change, is een instrument dat tot stand is gekomen door bestaande methodologieën en relevante bronnen te combineren. Deze tool is bedoeld om mensen te helpen

- a) Hun waarden en visies in kaart brengen
- b) Het creëren van een persoonlijke 'toolkit' die een individu kan gebruiken om zijn doelen op het gebied van persoonlijke en professionele groei te formuleren.
- c) Bijdragen aan de creatie van een ondersteuningsgids in elk besluitvormingsproces

Unit 1 | Wat zijn waarden en visies

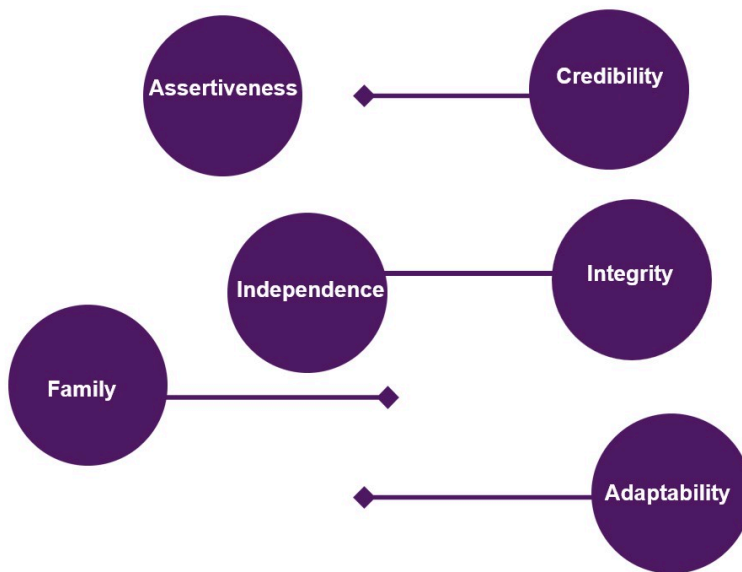
Definities

Waarden

Persoonlijke waarden zijn een reeks overtuigingen die een onderscheid maken tussen 'goed' en 'slecht' in jouw gemeenschap, cultuur of samenleving. Ze vormen een mindset die bepaalt wat jij als ideale gedragsnormen beschouwt, zoals geduld en eerlijkheid.

Je hebt waarschijnlijk al een aantal leidende principes die je besluitvorming, leiderschapsstijl en algemene houding bepalen in je persoonlijke leven of op je werk. Het is aan jou om te identificeren wat ze zijn en ze te verwoorden.

Hoewel je kernwaarden vrij stabiel kunnen zijn, kan het je verbazen om te leren dat je waarden veranderen en evolueren. Persoonlijke waarden veranderen voortdurend terwijl je leert en groeit. Daarom moet je je persoonlijke waardesysteem begrijpen en jezelf er regelmatig mee confronteren.



1

Om de eigen waarden te bepalen of erover na te gaan denken, zijn er een aantal vragen die sommige mensen zichzelf kunnen stellen over verschillende waarden. Hieronder vind je enkele vragen:

- ✓ **Ervaring:** Wat een ervaring belangrijk maakt, is dat waarden worden gerespecteerd: wat maakt deze ervaring zo belangrijk voor jou?
- ✓ **Boosheid:** Wat iemand boos of overstuur maakt, geeft aan wanneer zijn waarden worden geschonden. Welke waarden worden geschonden? Wat maakt jou overstuur of boos?
- ✓ **Waardering:** Wat is gemakkelijk voor jou om te waarderen? Wat is voor jou het belangrijkste in moeilijke tijden?

1

geloofwaardigheid → assertiviteit / integriteit → onafhankelijkheid / familie / aanpassingsvermogen

□ Opmerkingen

Hoewel je kernwaarden vrij stabiel kunnen zijn, kan het verrassend zijn om te leren dat iemands waarden veranderen en evolueren. Persoonlijke waarden veranderen voortdurend terwijl je leert en groeit. Daarom moet je je persoonlijke waardesysteem begrijpen en jezelf er regelmatig mee confronteren.

Visie

De persoonlijke visie is een samenvatting van hoe we willen dat onze toekomst eruit ziet. Het is ons persoonlijke plan.

Hieronder volgen enkele suggesties voor persoonlijke visie:

ideaal: geef het vorm om je toekomst te vertegenwoordigen zoals jij dat wilt

reëel - het moet ambitieus maar haalbaar zijn - anders zou het je persoonlijk niet motiveren
- dit betekent dat de vorm ervan van jou afhangt.

stabiel: je kunt je visie voortdurend bijstellen, maar omdat het een langetermijnvisie moet zijn, is het beter om die stabiel te houden. Het kan een goed idee zijn om kortetermijndoelen op te nemen die leiden tot de realisatie van je visie, omdat kortetermijndoelen beter hanteerbaar zijn.

Unit 2 | Visies en waarden: vrouwen in ICT

Visies en waarden voor vrouwen die in de ICT-sector (informatie- en communicatietechnologie) werken, kunnen divers en individueel zijn. De voorbeelden hieronder tonen de diversiteit aan visies en waarden die vrouwen in de ICT-sector kunnen hebben. Persoonlijke reflectie op vragen zoals deze kan mensen helpen hun eigen visies en waarden te identificeren, die richting geven aan hun carrièrekeuzes en bijdragen aan de sector.

1. Visie: De visie op de vooruitgang van technologische toegankelijkheid

"Bijdragen aan de ontwikkeling van inclusieve en toegankelijke technologieoplossingen die mensen met alle capaciteiten in staat stellen volledig deel te nemen aan de digitale wereld."

Vragen om deze visie te identificeren:

- Impact:** Welke impact wil ik hebben in de ICT-sector en hoe past dit bij het creëren van positieve verandering in de samenleving?
- Toegankelijkheid:** Hoe kan technologie worden ingezet om barrières te slechten en de toegankelijkheid voor verschillende gebruikersgroepen te verbeteren?
- Inclusie:** Hoe kan ik actief deelnemen aan projecten en initiatieven die prioriteit geven aan inclusiviteit en toegankelijkheid bij de ontwikkeling van technologie?

2. Waarde voor innovatie en samenwerking

"Het bevorderen van een cultuur van innovatie en samenwerking in de ICT-sector, het stimuleren van continu leren en interdisciplinaire samenwerking voor revolutionaire technologische vooruitgang."

Vragen om deze waarde te identificeren:

- Ambitie:** Hoe belangrijk is het voor mij om voorop te blijven lopen op het gebied van technologische vooruitgang en om voortdurend te leren?
- Voldoening:** Vind ik voldoening in het samenwerken met mensen met verschillende achtergronden en vaardigheden om complexe problemen op te lossen?
- Innovatie:** Hoe kan ik bijdragen aan het creëren van een omgeving die innovatie en samenwerking binnen de ICT-gemeenschap aanmoedigt?

Visie voor ethische en verantwoorde technologie

"De ontwikkeling en toepassing van ethische en maatschappelijk verantwoorde technologische oplossingen ondersteunen, zodat de impact van ICT op de samenleving positief en duurzaam is."

Vragen om deze visie te identificeren:

- Welke rol spelen ethiek en maatschappelijke verantwoordelijkheid in mijn perceptie van de ICT-sector en hoe sturen ze mijn besluitvormingsproces?
- Hoe kan ik actief bijdragen aan de ontwikkeling van technologieën die ethische overwegingen en maatschappelijk welzijn vooropstellen?
- Hoe kan ik invloed uitoefenen op en bijdragen aan discussies en praktijken in de industrie over het verantwoord en duurzaam gebruik van technologie?

Unit 3 Zelfevaluatie in de praktijk

Deze zelfevaluatietoolkit is ontworpen om je te helpen je kernwaarden en visies voor je persoonlijke en professionele leven te verduidelijken. Beantwoord de volgende vragen zo eerlijk en zorgvuldig mogelijk. De toolkit bestaat uit 5 delen die verschillende vragen bevatten.

□ Opmerkingen

Beantwoord de volgende vragen zo eerlijk en doordacht mogelijk. Geef elke stelling een cijfer op een schaal van 1 tot 5, waarbij 1 staat voor "helemaal mee oneens" en 5 voor "helemaal mee eens".

Deel 1: Bepaal je persoonlijke waarden en visies					
Ik geloof dat een bevredigend leven...					
Zin in avontuur en verkenning	1 Helemaal niet	2	3	4	5 Volledig mee eens
Sterke banden met dierbaren	1	2	3	4	5
Veiligheid en financiële stabiliteit	1	2	3	4	5
Creatieve passies en hobby's nastreven	1	2	3	4	5
Bijdragen aan mijn gemeenschap of samenleving	1	2	3	4	5
Andere (specificeer):					



Deel 2: Waarden en visies voor persoonlijke groei in kaart brengen

In de context van persoonlijke groei, welke gebieden van zelfverbetering zijn voor jou het belangrijkste? (bijv. zelfvertrouwen, emotionele intelligentie, lichamelijke gezondheid)

Deel 2: Waarden en visies voor persoonlijke groei in kaart brengen

Hoe ondersteunen je persoonlijke waarden en visies je persoonlijke groeidoelen?

Deel 2: Waarden en visies voor persoonlijke groei in kaart brengen

Welke specifieke acties of gewoontes kun je invoeren om je dagelijks leven af te stemmen op je persoonlijke groeidoelen?



--

Deel 3: Bepaal je professionele waarden en visies

Ik geloof dat een bevredigende carrière...

	1	2	3	4	5
Hoge niveaus van succes en erkenning bereiken	Helemaal niet				Volledig mee eens
Een positieve invloed hebben op de samenleving					
Balans werk-privé en persoonlijke voldoening					
Levenslang leren en ontwikkeling van vaardigheden					
Welvaart en financiële stabiliteit					



Andere (specificeer):

Deel 3 (vervolg)

Wat zijn de drie belangrijkste waarden die uw beslissingen in uw professionele leven sturen? (bijv. geld, integriteit, innovatie, teamwerk)

Deel 3

Welke ervaringen of prestaties zouden je het gevoel geven dat je leeft in lijn met je professionele waarden en visies?



Deel 4: Waarden en visies voor professionele groei in kaart brengen

In de context van professionele ontwikkeling, welke ontwikkelingsgebieden zijn voor jou het belangrijkste?

leiderschapsvaardigheden

competentie in het veld

integratie werk-privé

Meer

Deel 4: Waarden en visies voor professionele groei in kaart brengen

Hoe ondersteunen je professionele waarden en visies je professionele ontwikkelingsdoelen?

Welke specifieke acties of strategieën kun je implementeren om je carrière en dagelijkse werk af te stemmen op je professionele ontwikkelingsdoelen?



Deel 5: Reflecteren en plannen

Identificeer op basis van je antwoorden minstens drie concrete acties die je kunt ondernemen om je leven beter af te stemmen op je waarden en visies, zowel persoonlijk als professioneel.

Welke middelen of ondersteuning heb je nodig om deze acties uit te voeren? (bijv. mentorschap, training, netwerken)

Maak een plan voor de korte (6-12 maanden) en lange termijn (2-5 jaar) waarin je je doelen en de stappen om ze te bereiken beschrijft.



Conclusies

Deze zelfevaluatie is een praktisch hulpmiddel en kan worden gebruikt als aanvulling op elke andere persoonlijke en professionele activiteit die een vrouw wil ondernemen (bijv. cursussen, seminars, mentorschap, theorie, coaching).

Vergeet niet dat je waarden en visies na verloop van tijd kunnen veranderen, dus het is belangrijk om deze zelfevaluatie regelmatig opnieuw te bekijken om ervoor te zorgen dat je afgestemd blijft op wat echt belangrijk voor je is. Veel succes op je persoonlijke en professionele ontwikkelingsreis!

Algemene conclusies

Het Femin-ICT Empowerment Programme kan worden gebruikt als een educatief hulpmiddel door trainers, werkgevers en iedereen die vrouwen in de ICT-sector wil ondersteunen om hun vaardigheden en gevoel van empowerment verder te ontwikkelen. Het is een uitstekend programma om op voort te bouwen door de aangeboden bronnen te verkennen en andere relevante tools en bronnen toe te voegen. Het is aanpasbaar en iedereen kan het gebruiken zoals het is of in delen om verschillende professionele en persoonlijke ontwikkelingsdoelen te bereiken.



Referenties

Module 1

https://eige.europa.eu/publications-resources/toolkits-guides/work-life-balance/women-in-ict?language_content_entity=en

<https://digital-skills-jobs.europa.eu/en/latest/opinions/digital-jobs-women-and-young-people-snapshot-through-greek-national-coalitions>

<https://www.ekt.gr/en/news/27181>

<https://ncwit.org/resource/bythenumbers/>

<https://news.yale.edu/2012/09/24/scientists-not-immune-gender-bias-yale-study-shows>

https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf

Module 2

Agumadu, M. A., Moses, C. L., Adeniji, A. A., & Olaoye, O. P. (2020). Demystifying the mediating role of competence on assertiveness and social responsibility of women entrepreneurs in Lagos State *International Journal of Management (IJM)*, 11(7), 803-809.



Darjan, I., Negru, M., & Ilie, D. (2020). Eigenwaarde - Het doorslaggevend verschil tussen pesten en assertiviteit in de adolescentie? *Tijdschrift voor Onderwijswetenschappen*, 21, 19-34.

Hay-David, A. G. C., Herron, J. B. T., Gilling, P., & Brennan, P. A. (2022). Assertief volgerschap: hoe maak je een team veiliger. *British Journal of Oral and Maxillofacial Surgery*, 60(5), 558-562.

Huang, H., Liu, S. Q., & Lu, Z. (2023). Wanneer en waarom taalassertiviteit online review persuasion beïnvloedt. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 47(6), 988-1016.

Jeon, Y., & Kwon, C. W. (2018). De offshore dreiging en loononderhandelingen: Theorie en bewijs. *Japan en de Wereldeconomie*, 45, 19-29.

Mitamura, T. (2018). Het ontwikkelen van de functionele assertiviteitsschaal: Het meten van dimensies van objectieve effectiviteit en pragmatische beleefdheid. *Japans Psychologisch Onderzoek*, 60(2), 99-110.

PARMAKSIZ, I. (2019). Relatie van Phubbing, een Gedragsprobleem, met Assertiviteit en Passiviteit: Een Studie over Adolescenten. *International Online Journal of Educational Sciences*, 11(3).

Silveyra, G., Herrero, Á., & Pérez, A. (2021). Model van leerbare ondernemerscompetenties (M-TEC): Schaalontwikkeling. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100392.

Module 3

Vrouwelijk leiderschap in de digitale economie', Centum Digital, <https://centum.com/en/female-leadership-in-the-digital-economy/>

"20 vrouwen met succes in de digitale sector die de kristaltechnologie hebben vernietigd", Iria Mendez, <https://marketing4ecommerce.net/top-mujeres-de-exito-sector-digital/>

"5 vaardigheden die elke IT-leider nodig heeft", BrainHub, <https://brainhub.eu/library/become-better-it-leader-five-skills>

"10 cruciale mensenkennis die de CIO's en IT-leiders van vandaag nodig hebben", Carolyn Heinze, <https://www.techtarget.com/searchcio/feature/People-skills-todays-CIOs-and-IT-leaders-need>

"10 experts delen hun beste tips voor IT-leiderschap", John Brandon, <https://www.cio.com/article/242648/10-experts-share-their-top-it-leadership-tips.html>

"Hoe u uw IT-afdeling effectief kunt beheren en leiden", Tulane University, <https://sopa.tulane.edu/blog/effective-it-management-and-leadership>

"4 Leiderschapsstrategieën om vrouwen vooruit te helpen in de technologiesector", [Marcel Schwantes](#), <https://www.inc.com/marcel-schwantes/4-leadership-strategies-to-help-women-advance-in-tech-industry.html>

"Women in Tech: Challenges and Tips to Overcome (2023)", CareerFlow, www.careerflow.ai/blog/women-in-tech-challenges#:~:text=4.,Lack%20of%20Representation,careers%20to%20find%20role%20models

"Return to Gender: gender, ICT en onderwijs", [OESO](#), <https://www.oecd.org/education/ceri/40832766.pdf>

"Effectieve communicatie" (2023), HelpGuide.[org](http://www.helpguide.org), <https://www.helpguide.org/articles/relationships-communication/effective-communication.htm>

Module 4

"Spreek in het openbaar en toespraakpresentatie: vaardigheden en strategieën", Obiora Anthony Eke



https://www.researchgate.net/publication/349570297_Public_Speaking_and_Speech_Presentation_Skills_and_Strategies

"Presentatievaardigheden en -technieken", BusinessBalls

<https://www.businessballs.com/communication-skills/presentation-skills-and-techniques/>

"Presentatievaardigheden", StudySmarter

<https://www.studysmarter.co.uk/explanations/english/listening-and-speaking/presentation-skills/>

Wat zijn effectieve presentatievaardigheden (en hoe ze te verbeteren), Coursera

<https://www.coursera.org/articles/presentation-skills>

Spreken in het openbaar: de virtuele tekst, Lisa Schreiber, Ph.D. en Morgan Hartranft

Universiteit Millersville, Millersville, PA

chroom-extensie://efaidnbmnibpcajpcgicfindmkaj/https://www.baycollege.edu/_resources/pdf/academics/academic-resources/open-education/principles-public-speaking.pdf

Spreken in het openbaar

<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/public-speaking/>

Module 5

Harvard Business Review. (2022, februari 17). Wat is het nut van een persoonlijk merk?

Opgehaald van <https://hbr.org/2022/02/whats-the-point-of-a-personal-brand>. op 10/10/2023.

Atkins, K., Dougan, B.M., Dromgold-Sermen, M.S. et al. 'Looking at Myself in the Future': how mentoring shapes scientific identity for STEM students from underrepresented groups.

IJ STEM Ed, 42 (2020). Opgehaald van

<https://stemeducationjournal.springeropen.com/articles/10.1186/s40594-020-00242-3> op 11/10/2023



Capital One, (2021, 25 augustus) Je professionele merk vestigen als vrouw in technologie.

Opgehaald van

<https://www.capitalone.com/tech/culture/wit-establishing-your-professional-brand/> op 12/10/2023

Rudman LA. 'Zelfpromotie als risicofactor voor vrouwen: de kosten en baten van contrastereotiep impressiemanagement'. J Pers Soc Psychol. 1998. Opgehaald van

<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/9523410/> op 10/10/2023

Harvard Business Review. (2013, 30 april). Voor vrouwelijke leiders gaan sympathie en succes nauwelijks hand in hand. Opgehaald van

<https://hbr.org/2013/04/for-women-leaders-likability-a> op 11/10/2023

The Atlantic. (2018, 20 september) 'Een gebrek aan zelfvertrouwen is niet wat werkende vrouwen tegenhoudt' Retrieved from

<https://www.theatlantic.com/family/archive/2018/09/women-workplace-confidence-gap/570772/> on 12/10/2023

New York Times. (6 oktober 2012) It's not me, it's you. Opgehaald van

<https://www.nytimes.com/2012/10/07/opinion/sunday/intelligence-and-the-stereotype-threat.html> op 10/10/2023

Module 6

Kraushaar J. M., Novak, D. C. (2010). [Onderzoek naar de effecten van multitasking door studenten met laptops tijdens colleges](#). Tijdschrift voor Informatiesysteemonderwijs, 21, 241-251.

Lang A., Chrzan J. (2015). [Multitasking in de media: goed, slecht of lelijk?](#) Annalen van de International Communication Association, 39:1, 99-128.

Ophira E., Nass C., Wagner A.D. (2009). Cognitieve controle bij multitaskers in de media. Proceedings of the National Academy of Sciences, 106, 15583-15588.

Sana F., Weston T., Cepeda N.J. (2013). [Multitasking op een laptop belemmert het leren in de klas voor zowel gebruikers als medeleerlingen in de buurt](#). Computers & Onderwijs 62, 24-31.

Wurst C., Smarkola C., Gaffney M.A. (2008). Ubiquitous laptop use in higher education: effects on student achievement, student satisfaction, and constructivist measures in honors and traditional classrooms. *Computers & Onderwijs*, 51, 1766-1783.

Lees meer: <https://www.stateofmind.it/2018/05/multitasking-media/>

Carlomagno S. De beoordeling van neuropsychologische tekorten bij volwassenen met hersenletsel. Tweede editie, Elsevier, 2007;

Kabat-Zinn J. Leven van moment tot moment, Praktische thee, 2013;

Ladavas E., Berti A. Neuropsychologie. Il Mulino, 2006;

Morrison A.B., Jha A.P. [Mindfulness, aandacht en werkgeheugen](#). *Handboek Mindfulness en Zelfregulatie*, Springer Science+Business Media New York, 33-45, 2015;

Mrazek M.D., Franklin M.S., Tarchin Phillips D., Baird B., Schooler J.W. Mindfulnessstraining verbetert de capaciteit van het werkgeheugen en de GRE-prestaties terwijl het afdwalen van de geest vermindert. *Psychologische wetenschap* XX(X) 1-6, 2013; [DOWNLOAD](#)

Segal Z.V., Williams J.M.G., Teasdale J.D. Mindfulness - voorbij denken, door denken. Bollati Boringhieri, 2012. Lees meer:

<https://www.stateofmind.it/2017/01/smartphone-mindfulness/>

Appreciative Inquiry Handbook: For Leaders of Change 2e (tweede) Editie door Cooperrider, David L, Whitney, Diana, Stavros, Jacqueline M uitgegeven door Berrett-Koehler Publishers (2008)

Toolkit voor zelfevaluatie van waarden en visies

Persoonlijke waarden, BetterUp

<https://www.betterup.com/blog/personal-values-examples>

Wat is het verschil tussen missie-, visie- en waardeverklaringen?

<https://www.shrm.org/resourcesandtools/tools-and-samples/hr-ga/pages/mission-vision-values-statements.aspx>



Faciliterende ideeën voor missie, visie en waarden, het BigBang partnerschap

<https://bigbangpartnership.co.uk/facilitation-ideas-for-mission-vision-values/>

Open Bibliotheek, 4.3 De rol van missie, visie en waarden

<https://open.lib.umn.edu/principlesmanagement/chapter/4-3-the-roles-of-mission-vision-and-values/>

"Is geld een kernwaarde?" door Carrie-Ann Barrow, lid van Forbes Councils, 7 mei 2021

<https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2021/05/07/is-money-a-core-value/?sh=2ae433721614>

Verder lezen/Andere bronnen

Module 2

Baber, W. W. (2022). Bevestiging van de impact van training op onderhandelaars en organisaties. *Tijdschrift voor Onderhandeling*, 38(1), 111-136.

Nadler, J., Thompson, L., & Boven, L. V. (2003). Leren van onderhandelingsvaardigheden: Vier modellen van kenniscreatie en -overdracht. *Management Science*, 49(4), 529-540.

Aanbevolen YouTube-video's voor Onderhandelen en Assertiviteitsvaardigheden:

-Hoe te onderhandelen (of, 'De kunst van het deals sluiten') | Tim Ferriss

<https://www.youtube.com/watch?v=z3UOFRb9yr4>

-Hoe assertief communiceren 4 tips

<https://www.youtube.com/watch?v=hAxCPAnV3-E>

Module 3

Suggesties voor Youtube-video's die je kunnen helpen bij het ontwikkelen van je leiderschapsvaardigheden:



- <https://youtu.be/3rmttW99KDY>
- <https://youtu.be/2y8SA6cLUys>
- <https://youtu.be/kehjByLNvmo>
- <https://youtu.be/ktlTxC4QG8g>
- <https://youtu.be/lmyZMtPVodo>

Module 6

<https://www.linkedin.com/pulse/discovery-dream-design-destiny-las-4d-de-la-ia-manel-mazaira/?originalSubdomain=es>

Toolkit voor zelfevaluatie van waarden en visies

Waarden Test

<https://www.123test.com/work-values-test/>

