

# Erasmus နှင့် ပူးပေါင်း၍ အဆင့်မြင့်ပညာကဏ္ဍတွင် စွမ်းဆောင်ရည် မြှင့်တင်ခြင်း

စီမံကိန်း ရည်ညွှန်း : 609711-EPP-1-2019-1-AT-EPPKA2-CBHE-JP  
စီမံကိန်း ကာလ : ၃၆ လ (၁၅/၁/၂၀၂၀ မှ ၁၄/၁/၂၀၂၃ အထိ)



ထိုင်း၊ မြန်မာ နှစ်နိုင်ငံ စီးပွားရေးတိုးတက်မှု  
အဟန့်အတားများကို ကျော်လွှားနိုင်မည့်  
ကောင်းမွန်ဆန်းသစ်သည့် လူမှုစွန့်ခွဲတီထွင်မှု  
အလေ့အထသစ်များ ပိုမိုတိုးတက်လာစေရန်  
အားပေးဆောင်ရွက်ခြင်း

၃ ရက်နေ့ မှ ၅ရက်နေ့အထိ  
ဖေဖော်ဝါရီလ ၂၀၂၁ခုနှစ်



**CHOCO SHOP**

**100% slave free the norm in chocolate**

read more

**SHARE OUR STORY**

With incredibly tasty chocolate, show the world chocolate can be made packaging and the way we treat cocoa farmers.

Alone we make slave free chocolate, together we make all chocolate 100% slave free. So we ask you to join in.

The more people choose slave free and share our story, the sooner 100% slave free becomes the norm in chocolate. The choice is yours. Are you in?

Join our movement, tell like or follow us:

- [ThugpaChocolate](#)
- [thugpachocolate\\_us](#)
- [ThugpaChocolate](#)

**CRAZY ABOUT CHOCOLATE, SERIOUS ABOUT PEOPLE**

**Coolfinity**

**Coolfinity**






Where cooling matters most



**STEP**

၂၀၁၈ ခုနှစ် အစောပိုင်း  
 မြန်မာနိုင်ငံတော်  
 ဝန်ကြီးဌာန

# ယနေ့ - လူမှုစီးပွားဆိုင်ရာ ကင်းမတ်စာမျက်နှာ

<p>ဈေးကွက် ရှာဖွေခြင်းနှင့် ကူးလူး ဆက်သွယ်ခြင်း</p> 	<p>ဖြန့်ဖြူးခြင်း</p>  	<p>ထုတ်ကုန် / ဝန်ဆောင်မှုနှင့် ယင်းတို့၏ တန်ဖိုး အဆိုပြုခြင်း</p> 	<p>ပြိုင်ဘက်များ</p> 	<p>စားသုံးသူဆိုင်ရာ အစိတ်အပိုင်းများ</p> 
<p>ကုန်ကျစရိတ်ဖွဲ့စည်းပုံ</p> 		<p>ဝင်ငွေစီးဆင်းမှုများ</p> 		



# လူမစီးပွားဆိုင်ရာ ကင်းမတ်စာမျက်နှာ

## ဈေးကွက်ရာဇဝင်နှင့် ကူးလူးဆက်သွယ်ခြင်း

- သင်မည်သို့နည်း?
- သင်ဘာလုပ်သနည်း?
- ဒါဘာကြောင့် အရေးပါတာလဲ?
- သင်ကုန်အမှတ်တံဆိပ်ရဲ့ အနှစ်သာရက ဘာလဲ?
- ကျွန်ုပ်တို့ကို အားပေးသူ တွေက ဘယ်သူတွေလဲ?
- သင်နှင့်ပတ်သက်သည့် မည်သည့်အရာကို ထိုသူတို့အား တွေးတော ခံစားမိစေလိုသနည်း?
- ထိုအရာကို သင်မည်ကဲ့သို့ ရရှိနိုင်ပါသနည်း?

## ဖြန့်ဖြူးခြင်း

- မည်သို့သော အရင်းအမြစ်မျိုး သင်လိုအပ်မည်နည်း။
- သင်ဖောက်သည်များက မည်သို့သော လမ်းကြောင်းမျိုးမှ ရောက်ရှိလာရန် လိုလားပါသနည်း။
- မည်သည့် သင်၏ မဟာဗျူဟာမြောက် ထောက်ပံ့ပို့ဆောင်ပေးမည့် စီးပွားဘက် ဖြစ်မည်နည်း။
- ....

## ထုတ်ကုန် / ဝန်ဆောင်မှုနှင့် ငှင်းတို၏ တန်ဖိုး အဆိုပြုခြင်း

- သင်ထုတ်ကုန်/ ဝန်ဆောင်မှု၏ အင်္ဂါရပ်များမှာ အဘယ်တို့နည်း။
- သင်ထုတ်ကုန်/ ဝန်ဆောင်မှု၏ အဓိကအချက်မှာ အဘယ်တို့နည်း။
- သင်ထုတ်ကုန်/ မည်သို့သော ပစ္စည်းအမျိုးအစား၊ ဝန်ဆောင်မှုတွင် မည်သို့သော ဝန်ဆောင်မှုမျိုး ပါရှိသနည်း။
- အခြားသူများနှင့် ကွဲထက်နေသော မည်သို့သော ထုတ်ကုန်/ဝန်ဆောင်မှုကို သင်ပေးအပ်ပါသနည်း
- .....

## ပြိုင်ဘက်များ

- သင်၏ တိုက်ရိုက် ပြိုင်ဘက်များမှာ မည်သို့တို့နည်း။
- သင်နှင့် သွယ်ဝိုက်၍ ယှဉ်ပြိုင်သူများမှာ မည်သို့တို့နည်း။
- သင်ပြိုင်ဘက်များက စားသုံးသူများ၏ လိုအပ်ချက်ကို မည်သို့ ဖြည့်ဆည်း ပေးသနည်း။
- အများနှင့်မတူ သင်တစ်ဦးတည်းကွဲထွက် ကာ ရောင်းချ / ဝန်ဆောင်ပေးသည်မှာ အဘယ်တို့နည်း။

## စားသုံးသူဆိုင်ရာ အစိတ်အပိုင်းများ

- မည်သူတို့သည် သင်ဖောက်သည်များ ဖြစ်သနည်း။
- (အသက်၊ မြို့သား/ရွာသား၊ မိသားစု အဆင့်အတန်း၊ လိင်၊ ပညာရေးအဆင့်၊ စသည်..)
- ထိုသူတို့သည် သင်သတင်း အချက်အလက်ကို မည်သည့်နေရာမှ ရရှိမည်နည်း။
- မည်သည့်ကဲ့ အခြေခံ၍ ထိုသူတို့သည် ဝယ်ယူရန် ဆုံးဖြတ်ကြသနည်း။
- .....

## ကုန်ကျစရိတ်ဖွဲ့စည်းပုံ

- မဖြစ်မနေ ကုန်ကျမည့်အရာများမှာ အဘယ်တို့နည်း။ (လူ၊ ထုတ်လုပ်မှု၊ ဖြန့်ဖြူးရေး၊ ဒီဇိုင်း၊ ကုန်ပစ္စည်း၊ နည်းပညာ၊ စသည်...)
- သင့်ထုတ်ကုန်/ဝန်ဆောင်မှုတန်ဖိုးကို အဓိကပေးအပ်နေသည်မှာ အဘယ်တို့နည်း။

## ဘဏ္ဍာငွေစီးဆင်းမှုများ

- မည်သို့သော တန်ဖိုးရှိမှုမျိုးအပေါ် စားသုံးသူများက ပေးချေ/ ဝယ်ယူလို ပါသနည်း။
- သင်ဘဏ္ဍာရေးရင်းမြစ်များမှာ အဘယ်တို့နည်း။
- မည်သို့သော နည်းလမ်းပုံစံမျိုးဖြင့် စားသုံးသူများက ပေးချေပါမည်နည်း။
- ကုသိုလ်ဖြစ် ဆောင်ရွက်ပေးမှုမျိုး သင်လုပ်ဆောင်မည်လော။
- ...



ဒုတိယနေ့ : ဈေးကွက်ရှာဖွေခြင်း၊ ကိုယ်ပိုင်လုပ်ငန်းအမှတ်တံဆိပ်ထားရှိခြင်း၊ ကူးလူးဆက်သွယ်ခြင်း၊ ပုံဝတ္ထုများပြောဟောခြင်း

၁၀ မိနစ်	၈:၀၀ - ၈:၁၀	Margo / Monique	ပဏာမနိဒါန်း	*အထွေထွေကဏ္ဍ* တက်ရောက်လာသူများအား ပြန်လည်ကြိုဆိုနှုတ်ခွန်းဆက်ခြင်းနှင့် ဒုတိယနေ့ အစီအစဉ်များ ဆွေးနွေးခြင်း။
၁၅ မိနစ်	၈:၁၀ - ၈:၂၅	Margo / Monique	စိတ်ခွန်အားဖြည့်ခြင်း	သင်တန်းသားများ၏ စိတ်ခွန်အားကို ထက်သန်လာစေသည့် လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများ လုပ်ဆောင်ခြင်း။
၄၅ + ၁၅ မိနစ်	၈:၂၅ - ၉:၂၅	မောင်ကောင်းစံဟိန်း ထန်းပင်ကျေးရွာ တည်ထောင်သူ	ဒေသတွင်းရေးရာ	*အထွေထွေကဏ္ဍ* မြန်မာနိုင်ငံမှ အကြောင်းအခြင်းအရာ ထန်းပင်ကျေးရွာ

အားလပ်ချိန် (၁၅ မိနစ်)

၈၀ မိနစ်	၉:၄၀ - ၁၁:၀၀	Margo	မျက်နှာဖုံးဇာတ်လမ်း	Mural and Break-out Rooms
----------	--------------	-------	---------------------	---------------------------

အားလပ်ချိန် (၁၅ မိနစ်)

၉၀ မိနစ်	၁၁:၁၅ - ၁၂:၄၅	Monique/ Geoff	ကိုယ်ပိုင်လုပ်ငန်းအမှတ်တံဆိပ် ထားရှိခြင်းအပေါ် တွေးတောခြင်း ကင်းဗတ်စာမျက်နှာ # 2	Mural and Break-out Rooms
----------	---------------	----------------	--	---------------------------

၁၅ မိနစ်	၁၂:၄၅ - ၁:၀၀	BUas အဖွဲ့	နိဂုံးချုပ်	*အထွေထွေကဏ္ဍ* အဖွဲ့များအားလုံး ဗဟိုခန်းမကြီး၌ ပြန်လည်စုဝေးရန်။ သင်တန်းပို့ချသူများမှ ဒုတိယနေ့တွင် ပြုလုပ်ဆောင်ရွက်ခဲ့သည်များ အကျဉ်းချုံးတင်ပြပြီး သင်တန်းဒုတိယနေ့ပြီးဆုံးခြင်း
----------	--------------	------------	-------------	---

ယနေ့ဆောင်ရွက်မည့်အစီအစဉ်

# စိတ်ခွန်အားထက်သန်စေမည့် အစီအစဉ်

တစ်ဖွဲ့လျှင် နှစ်ဦး -

၁။ သင်ကြိုတွေ့ခဲ့ဖူးသော ကြောင်တောင်တောင် အနိုင်ဆုံးသော အတွေ့အကြုံမှာ အဘယ်နည်း။

၂။ နှစ်ယောက်တစ်တွဲဖြစ်သဖြင့် ကျန်တစ်ဦးအား သင့်အတွေ့အကြုံကို ပြောပြပါ။ (သုံးမိနစ်)

၃။ တစ်လှည့်စီ ဆောင်ရွက်ပါ။ (သုံးမိနစ်)



shutterstock.com • 616759400

# မြန်မာနိုင်ငံမှ အကြောင်းအခြင်းအရာ(Case) - ထန်းပင်ကျေးရွာ







# လူမစီးပွားဆိုင်ရာ ကင်းမတ်စာမျက်နှာ



## ဈေးကွက်ရှာဖွေခြင်းနှင့် ကူးလူးဆက်သွယ်ခြင်း

- သင်မည်သို့နည်း။
- သင်ဘာလုပ်သနည်း။
- ဒါဘာကြောင့်အရေးပါတာလဲ။
- သင်ကုန်အမှတ်တံဆိပ်ရဲ့ အနှစ်သာရက ဘာလဲ?
- ကျွန်ုပ်တို့ကို အားပေးသူ တွေက ဘယ်သူတွေလဲ?
- သင်နှင့်ပတ်သက်သည့် မည်သည့်အရာကို ထိုသူတို့အား တွေးတော ခံစားမိစေလိုသနည်း?
- ထိုအရာကို သင်မည်ကဲ့သို့ ရရှိနိုင်ပါသနည်း?
- ....

## ဖြန့်ဖြူးခြင်း

- မည်သို့သော အရင်းအမြစ်မျိုး သင်လိုအပ်မည်နည်း။
- သင်ဖောက်သည်များက မည်သို့သော လမ်းကြောင်းမျိုးမှ ရောက်ရှိလာရန် လိုလားပါသနည်း။
- မည်သို့သည့် သင်၏ မဟာဗျူဟာမြောက် ထောက်ပံ့ပို့ဆောင်ပေးမည့် စီးပွားဘက် ဖြစ်မည်နည်း။
- ....

## ထုတ်ကုန် / ဝန်ဆောင်မှုနှင့် ငှင်းတို၏ တန်ဖိုး အဆိုပြုခြင်း

- သင်ထုတ်ကုန်/ ဝန်ဆောင်မှု၏ အင်္ဂါရပ်များမှာ အဘယ်တို့နည်း။
- သင်ထုတ်ကုန်/ ဝန်ဆောင်မှု၏ အဓိကအချက်မှာ အဘယ်နည်း။
- သင်ထုတ်ကုန်၌ မည်သို့သော ပစ္စည်းအမျိုးအစား၊ ဝန်ဆောင်မှုတွင် မည်သို့သော ဝန်ဆောင်မှုမျိုး ပါရှိသနည်း။
- အခြားသူများနှင့် ကွဲထက်နေသော မည်သို့သော ထုတ်ကုန်/ဝန်ဆောင်မှုကို သင်ပေးအပ်ပါသနည်း။
- .....

## ပြိုင်ဘက်များ

- သင်၏ တိုက်ရိုက် ပြိုင်ဘက်များမှာ မည်သို့တို့နည်း။
- သင်နှင့် သွယ်ဝိုက်၍ ယှဉ်ပြိုင်သူများမှာ မည်သို့တို့နည်း။
- သင်ပြိုင်ဘက်များက စားသုံးသူများ၏ လိုအပ်ချက်ကို မည်သို့ ဖြည့်ဆည်း ပေးသနည်း။
- အများနှင့်မတူ သင်တစ်ဦးတည်းကွဲထွက် ကာ ရောင်းချ / ဝန်ဆောင်ပေးသည်မှာ အဘယ်တို့နည်း။
- .....

## စားသုံးသူဆိုင်ရာ အစိတ်အပိုင်းများ

- မည်သူတို့သည် သင်ဖောက်သည်များ ဖြစ်သနည်း။
- (အသက်၊ မြို့သား/ရွာသား၊ မိသားစု အဆင့်အတန်း၊ လိင်၊ ပညာရေးအဆင့်၊ စသည်..)
- ထိုသူတို့သည် သင်သတင်း အချက်အလက်ကို မည်သည့်နေရာမှ ရရှိမည်နည်း။
- မည်သည့်ကဲ့သို့ အခြေခံ၍ ထိုသူတို့သည် ဝယ်ယူရန် ဆုံးဖြတ်ကြသနည်း။
- .....

## ကုန်ကျစရိတ်ဖွဲ့စည်းပုံ

- မဖြစ်မနေ ကုန်ကျမည့်အရာများမှာ အဘယ်တို့နည်း။ (လူ၊ ထုတ်လုပ်မှု၊ ဖြန့်ဖြူးရေး၊ ဒီဇိုင်း၊ ကုန်ပစ္စည်း၊ နည်းပညာ၊ စသည်...)
- သင့်ထုတ်ကုန်/ဝန်ဆောင်မှုတန်ဖိုးကို အဓိကပေးအပ်နေသည်မှာ အဘယ်တို့နည်း။

## ဘဏ္ဍာငွေစီးဆင်းမှုများ

- မည်သို့သော တန်ဖိုးရှိမှုမျိုးအပေါ် စားသုံးသူများက ပေးချေ/ ဝယ်ယူလို ပါသနည်း။
- သင်ဘဏ္ဍာရေးရင်းမြစ်များမှာ အဘယ်တို့နည်း။
- မည်သို့သော နည်းလမ်းပုံစံမျိုးဖြင့် စားသုံးသူများက ပေးချေပါမည်နည်း။
- ကုသိုလ်ဖြစ် ဆောင်ရွက်ပေးမှုမျိုး သင်လုပ်ဆောင်မည်လော။
- ...

**စားသုံးသူ အမြင်**

# ဇာတ်လမ်းပုံဝတ္ထုပြောခြင်း၏ စွမ်းအား

ဇာတ်လမ်းပုံဝတ္ထုများပြောဆိုခြင်းအား ဈေးကွက်ရှာဖွေခြင်း၊ ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်ခြင်းနှင့် မိမိကုန်အမှတ်တံဆိပ် ဈေးကွက်ထိုးဖောက်ရေးနည်းဗျူဟာများအတွက် အဖွဲ့အစည်းများက တစ်ဖွဲ့ပြီးတစ်ဖွဲ့ အတိအလင်းအသုံးချလာကြသည်။

အဘယ်ကြောင့်နည်း။

အကြောင်းမှာ လူသားများက ဇာတ်လမ်းပုံဝတ္ထုများကို နှစ်သက်ကြသောကြောင့်!

(source: prof. J. Sanders, 2021)



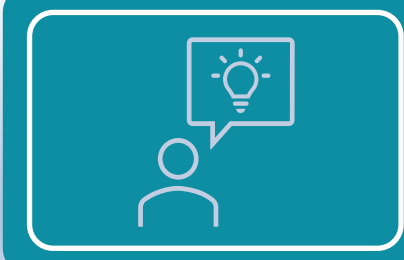
Stories ခံစားမှုကို ဖြစ်ပေါ်စေ



Stories လူသားအချင်းချင်း ချိတ်ဆက်ပေး



Stories ဝယ်ယူခြင်းအပြုအမူကို တိုက်တွန်းအားပေး

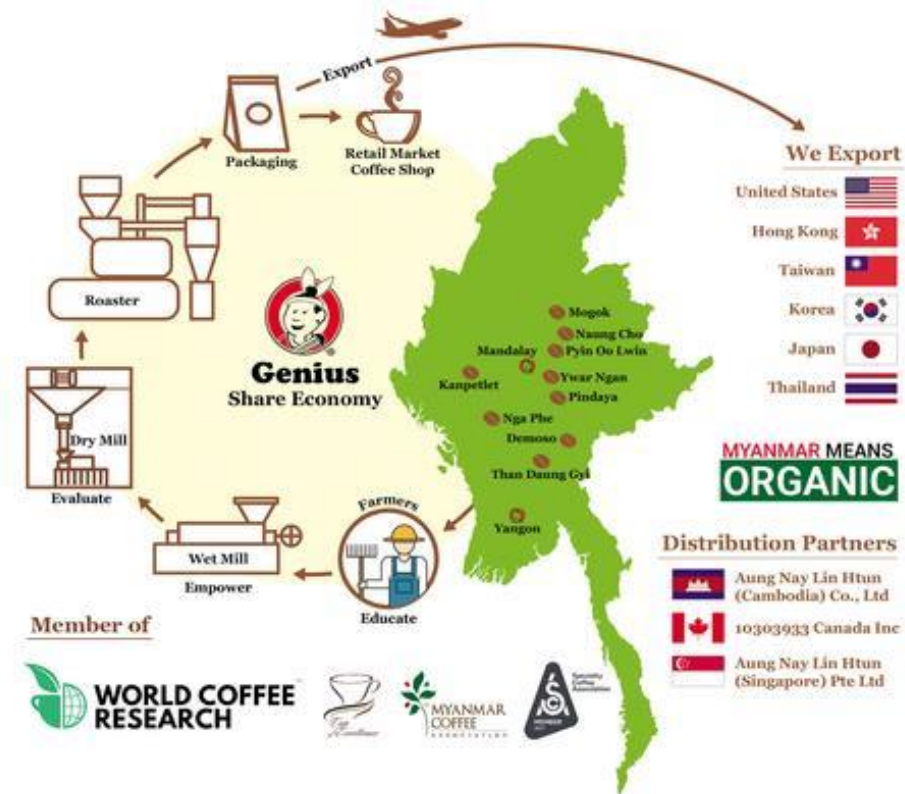


Stories သတင်းအချက်အလက်များထက် ပိုမိုမှတ်မိလွယ်

# ပြောင်းလဲမှုကို ဖော်ဆောင်ရန် - ဇာတ်လမ်းပုံဝတ္ထုပြုခြင်း

လူမှုစီးပွားစွန့်ခွဲဖော်ဆောင်သူများအတွက် ဇာတ်လမ်းပုံဝတ္ထုပြုခြင်းသည် ပို၍ပင် အရေးကြီးပါသည်။ အကြောင်းမှာ သင့်၌ အစွမ်းထက်သော ပုံဝတ္ထုများ ရှိနေသောကြောင့်

သင်၏ လူမှုလုပ်ငန်းတာဝန် (Social Mission)သည် ပြိုင်ဆိုင်မှုများ၌ အားသာချက်ရင်းမြစ် တစ်ခု ဖြစ်လာနိုင်ပေသည်။



# ဇာတ်လမ်းဝတ္ထုတစ်ပုဒ် ဘယ်လိုပြောကြမလဲ။

## အကြံပြုချက် (၅) ချက်

- နားထောင်သူများ ယုံကြည်ရအောင် ပြုလုပ်ပါ။
- သင့်ကိုယ်ပိုင်ဇာတ်လမ်းဖြစ်ပါစေ - သင့်အကြောင်း (သို့) သင့်အဖွဲ့အစည်းအကြောင်း ပြောပါ။
- သင့်ပရိသတ်များနှင့် ပူးပေါင်းကာ သင့်ဇာတ်လမ်းကို ဖန်တီးပါ။ (စားသုံးသူများ၊ အသုံးပြုသူများ၊ စသည်...)
- ဇာတ်အိမ်ကို လှည့်ကွက်များနှင့် ဖန်တီးပါ - စိတ်တံခံစားမှုကို နိုးဆွရန် မထင်မှတ်ထားသော အလှည့်အပြောင်းများ ဖန်တီးပေးပါ။
- အခြေခံပုံစံကို ဇာတ်လမ်းကျောရိုးအဖြစ် (အတိုချုပ် - ဇာတ်လိုက်သည် အခက်အခဲနှင့်တွဲ၊

အဖြေရှာတွေ့၊ သင်ခန်းစာများရ၊ ထိုသင်ခန်းစာကို အခြားသူများအား ကူညီရန်

**STEP**

(ပြန်လည်အသုံးချ) source: prof. J. Sanders, 2021

# အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲ - မျက်နှာဖုံးဇာတ်လမ်း

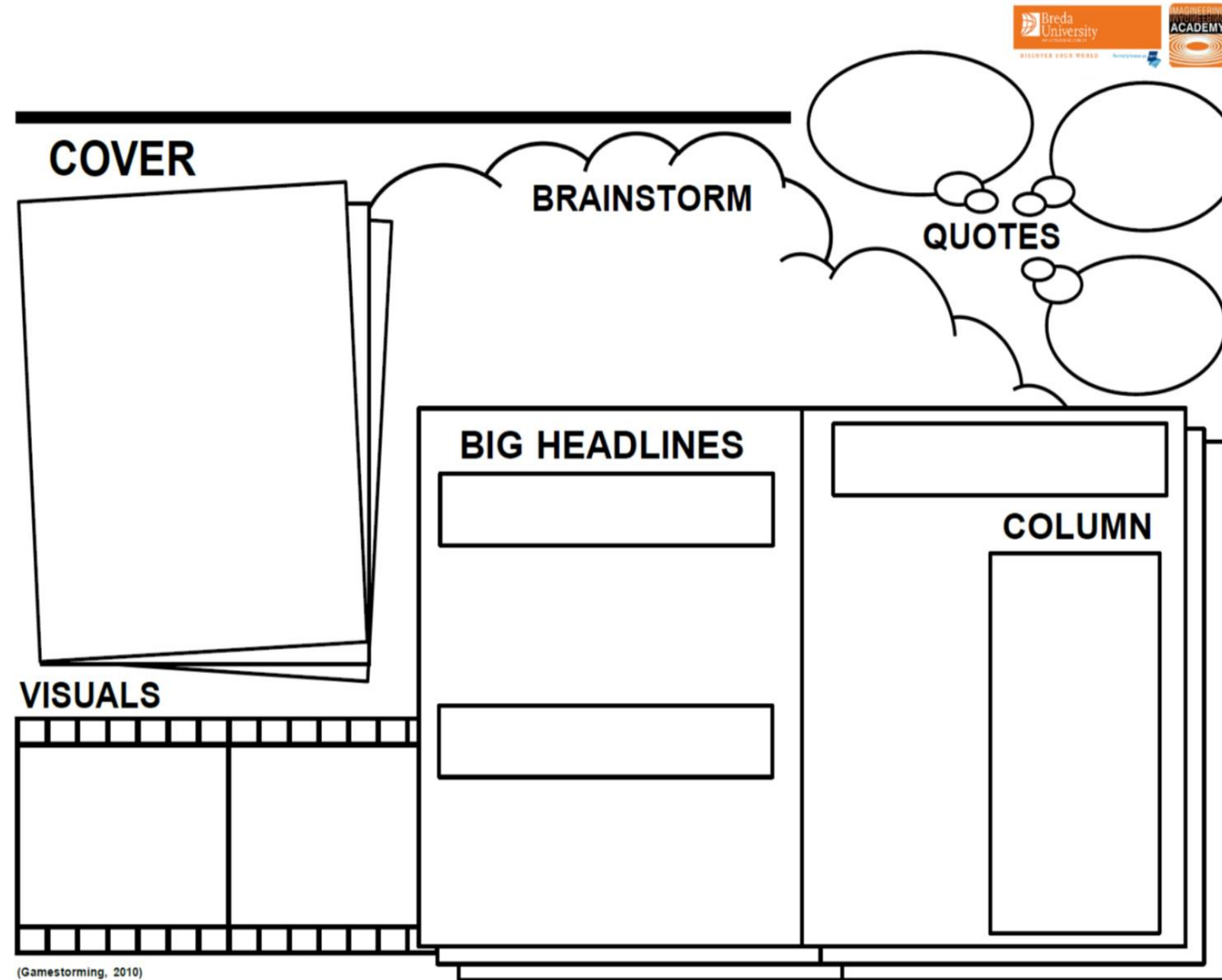
## ဆောင်ရွက်ရန် -

ထန်းပင်ရွာအတွက်  
မဂ္ဂဇင်းမျက်နှာဖုံး ဖန်တီးပါ။

## ကဏ္ဍများကို ဖြည့်စွက်ပါ။

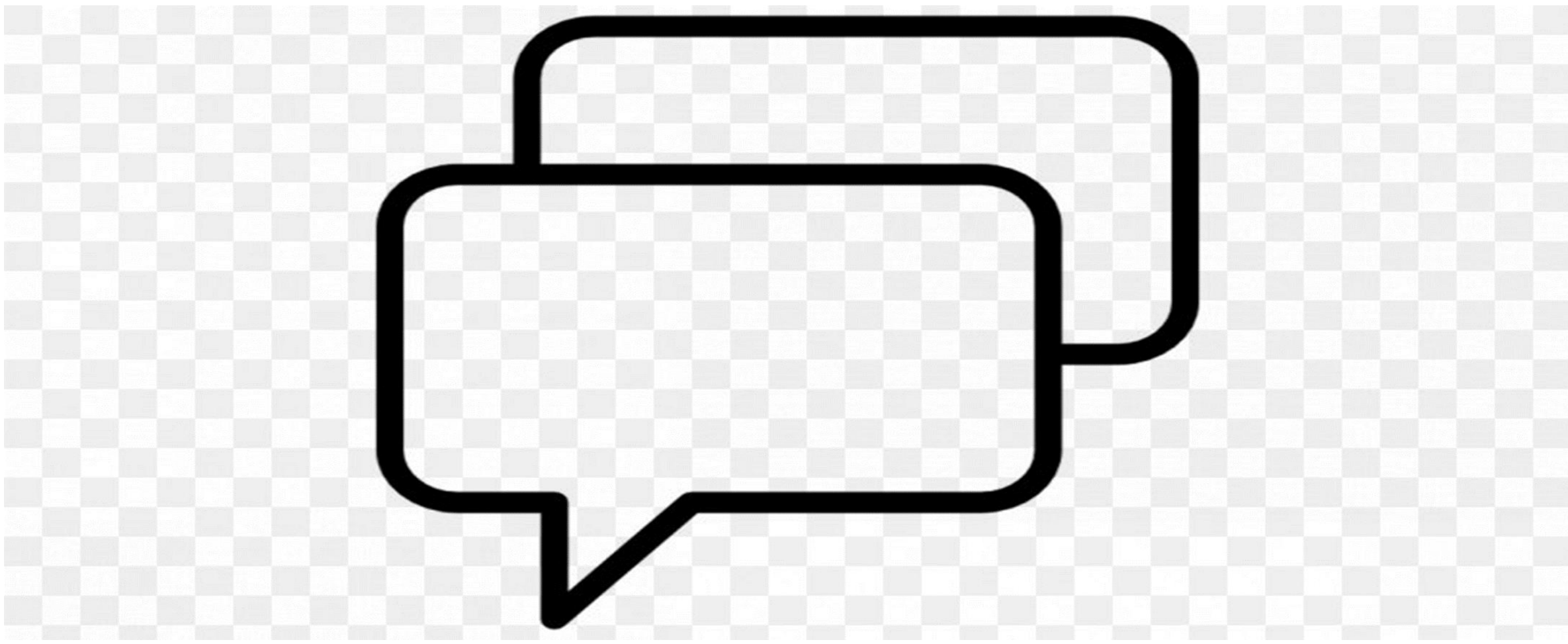
- ၁။ မျက်နှာဖုံး
- ၂။ ဦးနှောက်အလုပ်ပေးခြင်း
- ၃။ ခေါင်းစီးစာတမ်းကြီးများ
- ၄။ ကိုးကားချက်များ
- ၅။ ရုပ်ပုံများ
- ၆။ ကော်လံများ

- တကသိလ်တစ်ခုချင်းစီ
- ကြာချိန် - ၃၅ မိနစ်



အထင်ကရ ဖြစ်စေခဲ့သော အရာများ (Pitches) နှင့် အဓိက

သင်ယူရန်များ (Key take aways)







# လူမစီးပွားဆိုင်ရာ ကင်းမတ်စာမျက်နှာ

## ဈေးကွက်ရှာဖွေခြင်းနှင့် ကူးလူးဆက်သွယ်ခြင်း

- သင်ဘယ်သူလဲ။
- သင်ဘာလုပ်သလဲ။
- ဒါဘာကြောင့် အရေးကြီးသလဲ။
- သင် brand ၏ အနှစ်သာရမှာ အဘယ်နည်း။
- အားပေးနေကြသော ပရိသတ်များမှာ မည်သူတို့နည်း။
- ထိုသူတို့အား သင်နှင့် ပတ်သက်၍ မည်သို့ တွေးတောခံစားမိစေလိုပါသနည်း။
- ထိုအရာကို သင်မည်ကဲ့သို့ ရရှိနိုင်ပါသနည်း။

## ဖြန့်ဝေခြင်း

- မည်သို့သော အရင်းအမြစ်မျိုး သင်လိုအပ်မည်နည်း။
- သင်ဖောက်သည်များက မည်သို့သော လမ်းကြောင်းမျိုးမှ ရောက်ရှိလာရန် လိုလားပါသနည်း။
- မည်သည့် သင်၏ မဟာဗျူဟာမြောက် ထောက်ပံ့ပို့ဆောင်ပေးမည့် စီးပွားဘက် ဖြစ်မည်နည်း။
- ....

## ထုတ်ကုန် / ဝန်ဆောင်မှုနှင့် ၎င်းတို့၏ တန်ဖိုး အဆိုပြုခြင်း

- သင်ထုတ်ကုန်/ ဝန်ဆောင်မှု၏ အင်္ဂါရပ်များမှာ အဘယ်တို့နည်း။
- သင်ထုတ်ကုန်/ ဝန်ဆောင်မှု၏ အဓိကအချက်မှာ အဘယ်နည်း။
- သင်ထုတ်ကုန်၌ မည်သို့သော ပစ္စည်းအမျိုးအစား၊ ဝန်ဆောင်မှုတွင် မည်သို့သော ဝန်ဆောင်မှုမျိုး ပါရှိသနည်း။
- အခြားသူများနှင့် ကွဲထက်နေသော မည်သို့သော ထုတ်ကုန်/ဝန်ဆောင်မှုကို သင်ပေးအပ်ပါသနည်း။
- .....

## ပြိုင်ဘက်များ

- သင်၏ တိုက်ရိုက် ပြိုင်ဘက်များမှာ မည်သူတို့နည်း။
- သင်နှင့် သွယ်ဝိုက်၍ ယှဉ်ပြိုင်သူများမှာ မည်သူတို့နည်း။
- သင်ပြိုင်ဘက်များက စားသုံးသူများ၏ လိုအပ်ချက်ကို မည်သို့ ဖြည့်ဆည်း ပေးသနည်း။
- အများနှင့်မတူ သင်တစ်ဦးတည်းကွဲထွက် ကာ ရောင်းချ / ဝန်ဆောင်ပေးသည်မှာ အဘယ်တို့နည်း။
- .....

## စားသုံးသူဆိုင်ရာ အစိတ်အပိုင်းများ

- မည်သူတို့သည် သင့်ဖောက်သည်များ ဖြစ်သနည်း။
- (အသက်၊ မြို့သား/ရွာသား၊ မိသားစု အဆင့်အတန်း၊ လိင်၊ ပညာရေးအဆင့်၊ စသည်..)
- ထိုသူတို့သည် သင်သတင်း အချက်အလက်ကို မည်သည့်နေရာမှ ရရှိမည်နည်း။
- မည်သည့်ကိ အခြေခံ၍ ထိုသူတို့သည် ဝယ်ယူရန် ဆုံးဖြတ်ကြသနည်း။
- .....

## ကုန်ကျစရိတ်ဖွဲ့စည်းပုံ

- မဖြစ်မနေ ကုန်ကျမည့်အရာများမှာ အဘယ်တို့နည်း။ (လူ၊ ထုတ်လုပ်မှု၊ ဖြန့်ဖြူးရေး၊ ဒီဇိုင်း၊ ကုန်ပစ္စည်း၊ နည်းပညာ၊ စသည်...)
- သင့်ထုတ်ကုန်/ဝန်ဆောင်မှုတန်ဖိုးကို အဓိကပေးအပ်နေသည်မှာ အဘယ်တို့နည်း။

## ဘဏ္ဍာငွေစီးဆင်းမှုများ

- မည်သို့သော တန်ဖိုးရှိမှုမျိုးအပေါ် စားသုံးသူများက ပေးချေ/ ဝယ်ယူလိုပါသနည်း။
- သင်ဘဏ္ဍာရေးရင်းမြစ်များမှာ အဘယ်တို့နည်း။
- မည်သို့သော နည်းလမ်းပုံစံမျိုးဖြင့် စားသုံးသူများက ပေးချေပါမည်နည်း။
- ကုသိုလ်ဖြစ် ဆောင်ရွက်ပေးမှုမျိုး သင်လုပ်ဆောင်မည်လော။
- ...

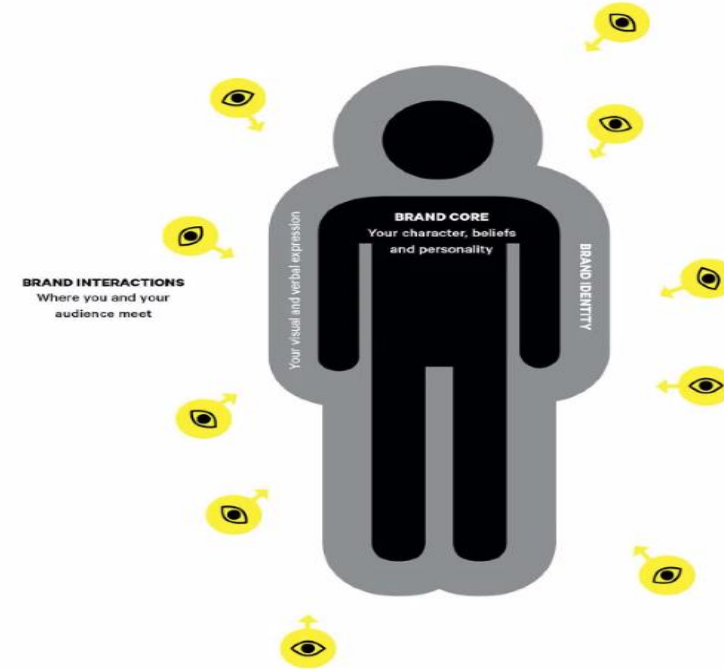


# Anne Miltenburg ၏

## ကိုယ်ပိုင်လုပ်ငန်းအမှတ်တံဆိပ်ထားရှိခြင်း

ယခင်နေ့ :  
သင့်ထုတ်ကုန်ကို ကမ္ဘာမှာ ဘယ်လိုကောင်းကောင်း ရောင်းမလဲ။

ကိုယ်ပိုင်လုပ်ငန်းအမှတ်တံဆိပ် နည်းဗျူဟာမှူး (brand strategist)  
တစ်ဦးအနေဖြင့် တွေးတောရမည့် အဆင့် (၇) ခု



သင့်ကို အားပေးသူပရိသတ်အကြောင်း စဉ်းစားပါ။

လူသိများထင်ရှားပြီး ချစ်ခင်မှုခံရပါစေ!

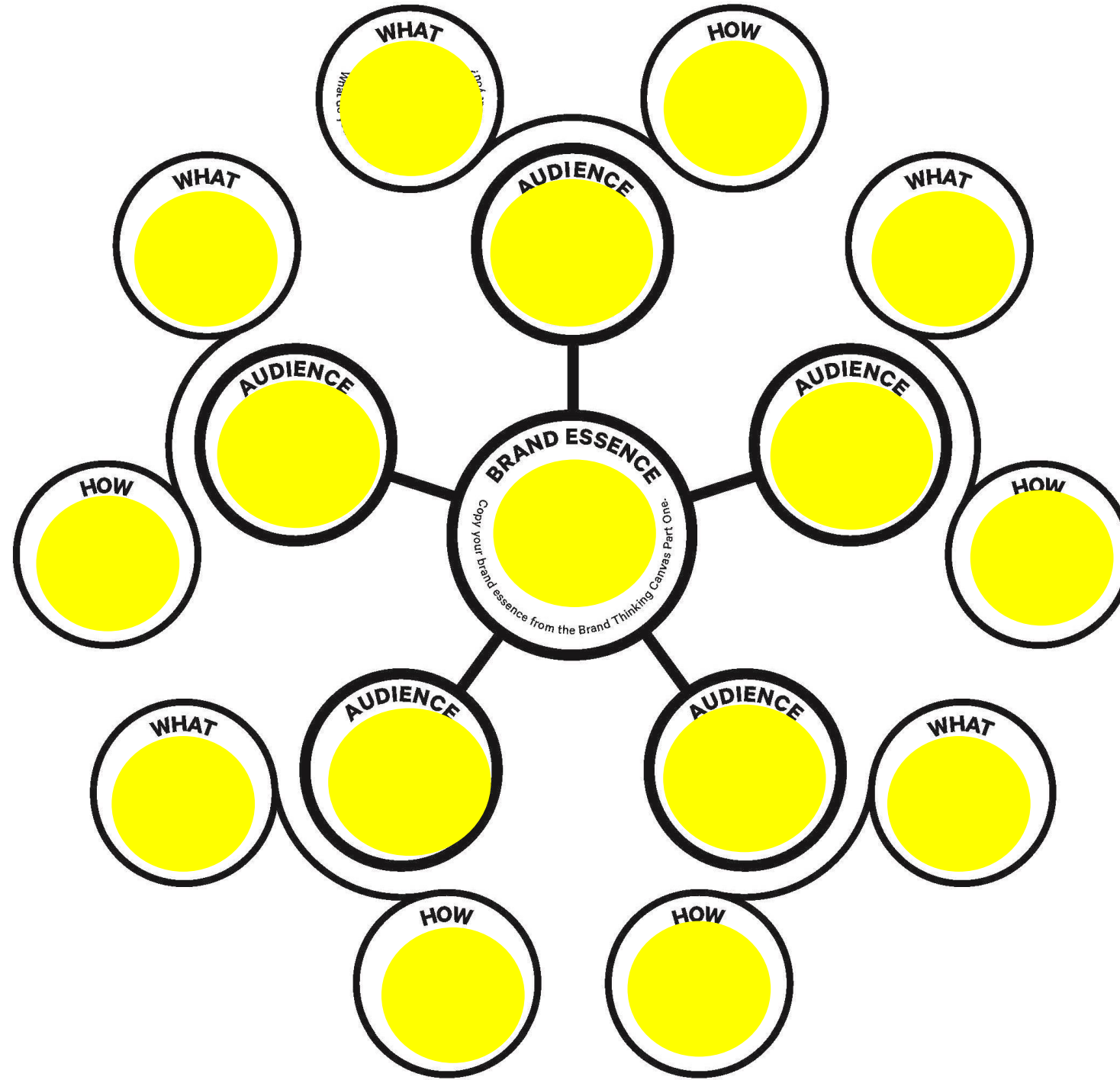
# ယနေ့: brand အမှတ်တံဆိပ် တွေးခေါ်ခြင်း ကင်းဗတ်စာမျက်နှာ #2

## ပန်းတိုင်

မတူကွဲပြားသော အားပေးသူ အမျိုးမျိုး၏ ရေဒါ၌ သင့် brand ကို ဖမ်းမစေမည့် အတွေးအခေါ်များကို ဖန်တီးရန်

## အဆင့်လေးဆင့်

- ၁။ သင့်ကုန်အမှတ်တံဆိပ်ရဲ့ အနှစ်သာရက ဘာလဲ။
- ၂။ သင့်ကို အားပေးသူတွေက ဘယ်သူတွေလဲ။
- ၃။ သင့်နှင့်ပတ်သက်သည့် မည်သည့်အရာကို ထိုသူတို့အား တွေးတော ခံစားမစေလိမ့်နည်း။
- ၄။ ထိုအရာကို သင်မည်ကဲ့သို့ ရရှိနိုင်ပါသနည်း။



# စတင်ကြပါစို့!

## ဆောင်ရွက်ရန် ၁:

သင့်တက္ကသိုလ်အမှတ်တံဆိပ်၏ အနှစ်သာရမှာ အဘယ်နည်း။

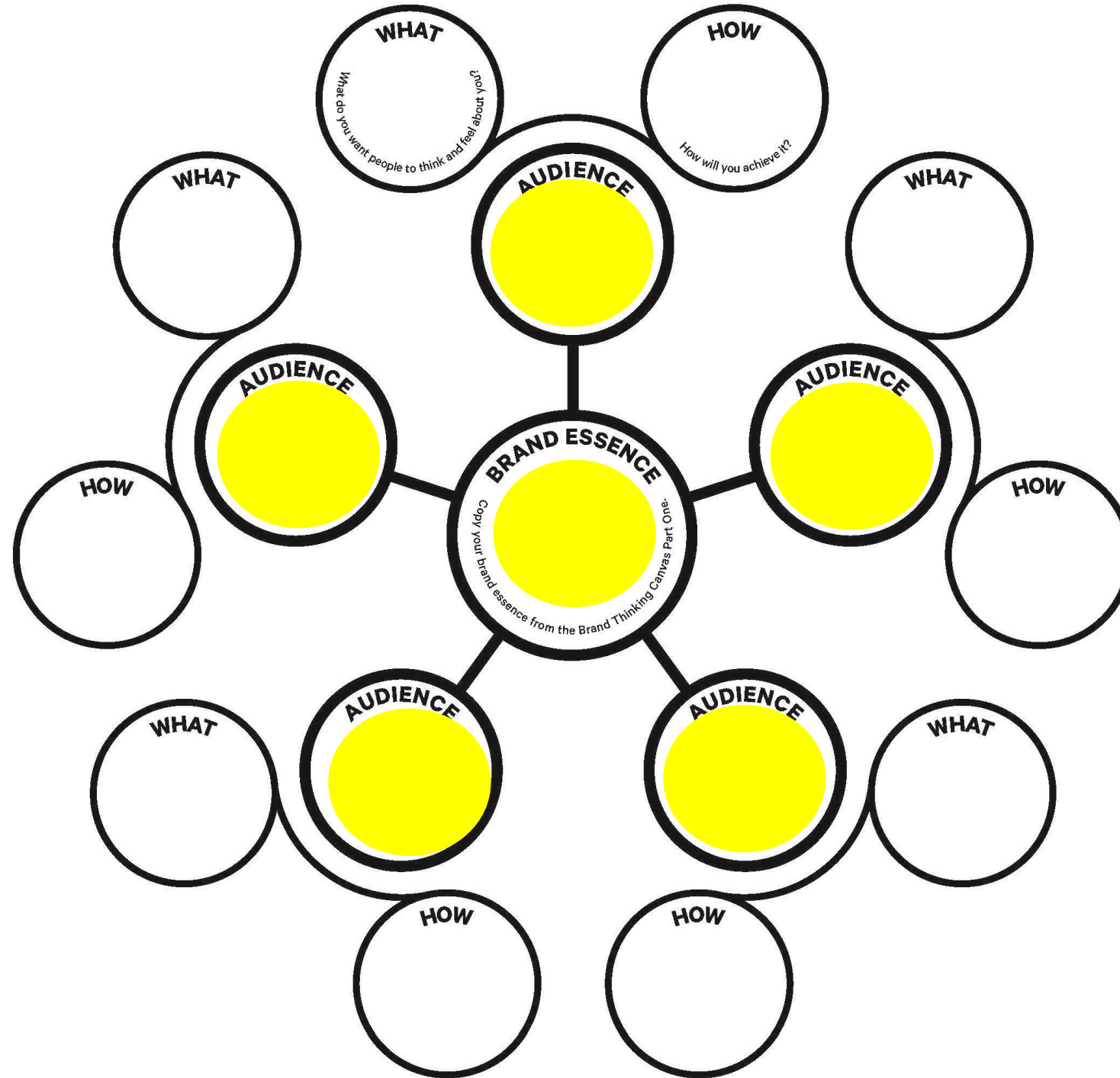
၁။ လုပ်ငန်းတာဝန်၊  
မျှော်မှန်းချက်၊ တန်ဖိုးများ?

၂။ အမှတ်တံဆိပ်၏ အနှစ်သာရ

## ဆောင်ရွက်ရန် ၂

သင်၏ အားပေးသူများကို မှတ်သားထုတ်ဖော်ပါ။

ကထိကများ၊ ကျောင်းသားများ၊  
အစိုးရ၊  
စာနယ်ဇင်းမိတ်ဖက်များ...



# နောက်လာမည့် အဆင့်များ

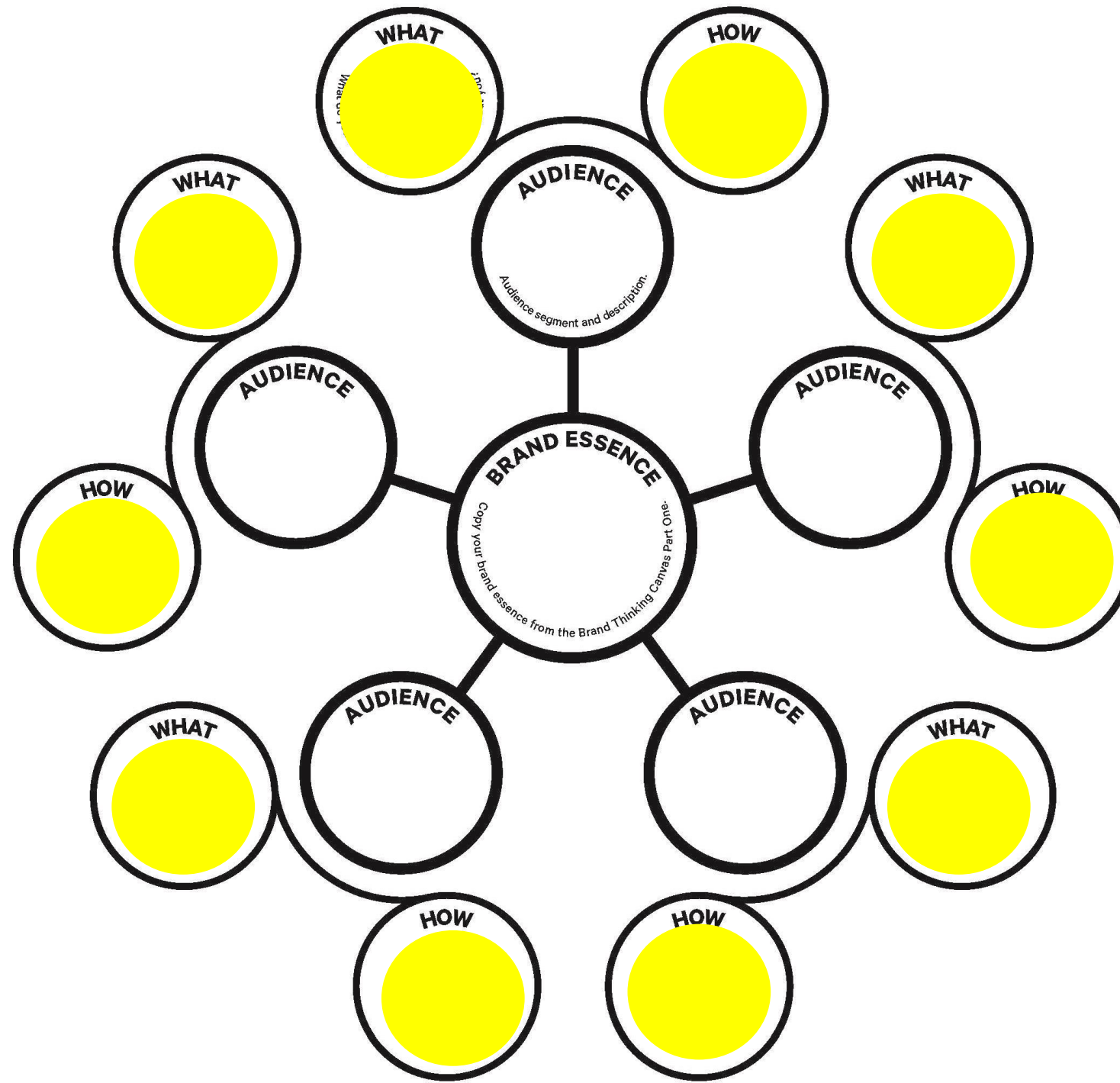
## ဆောင်ရွက်ရန် ၃ :

သင့်တကသိလ်မှ ပြောကြားလို့သော သတင်းစကားမှာ အဘယ်နည်း။ ထို့ကြောင့် သင့်ပရိသတ်အား သင့်အကြောင်း မည်သို့တွေးတော ခံစားစေမည်နည်း။

## ဆောင်ရွက်ရန် ၄ :

အသိအမှတ်ပြုခံရမကိ သင့်တကသိလ်အနေဖြင့် မည်သို့ရရှိနိုင်မည်နည်း။

မည်ကဲ့သို့သော ဆောင်ရွက်ချက်များနှင့် လမ်းကြောင်းများမှတစ်ဆင့်



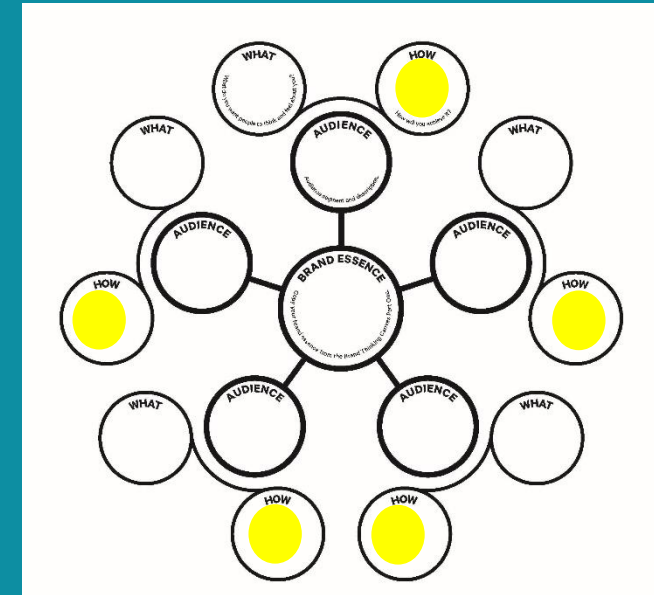
# ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်ခြင်း

အထောက်အကူပြုမေးခွန်းများ - နမူနာ :

- သင်ပရိသတ်သည် အန်လင်း (သို့) ရုပ်ပိုင်း မည်ကဲ့သို့ထိတွေ့နိုင်ပါမည်နည်း။
- မည်သည့် (လူမှု) မီဒီယာအား သင်ပရိသတ် အသုံးပြုသနည်း။
- အတွင်း ဆက်သွယ်ရေးလမ်းကြောင်းမှ ဆက်သွယ်နိုင်ပါမည်လော။
- ဒစ်ဂျစ်တယ် (သို့) စာနယ်ဇင်း မည်သည့်လှုံ့ဆော်မှုကမ်ပိန်းမျိုး အလိုရှိပါသနည်း။

ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်နိုင်သော လမ်းကြောင်းများ - နမူနာ :

- ဘလော့များ
- အန်လင်း / အော့ဖ်လင်း ကြော်ငြာများ
- ကုန်စည်ပြပွဲများ
- အော့ဖ်လင်း အစီအစဉ်များ (ဥပမာ TEDex talks)
- ကုမ္ပဏီဝက်ဘ်ဆိုက်များ
- LinkedIn
- ဒစ်ဂျစ်တယ်စာစောင်များ
- ဆိုရှယ်မီဒီယာမှ ကြွေးကြော်သံများ



# Brand အမှတ်တံဆိပ် တွေးတောခြင်း အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲ

**ဆောင်ရွက်ရန် ၁:**  
သင့်တကသိလ်အမှတ်တံဆိပ်၏ အနှစ်သာရမှာ အဘယ်နည်း။

၁။ လုပ်ငန်းတာဝန်၊ မျှော်မှန်းချက်၊ တန်ဖိုးများ?  
၂။ အမှတ်တံဆိပ်၏ အနှစ်သာရ

**ဆောင်ရွက်ရန် ၂**  
သင်၏ အားပေးသူများကို မှတ်သားထုတ်ဖော်ပါ။

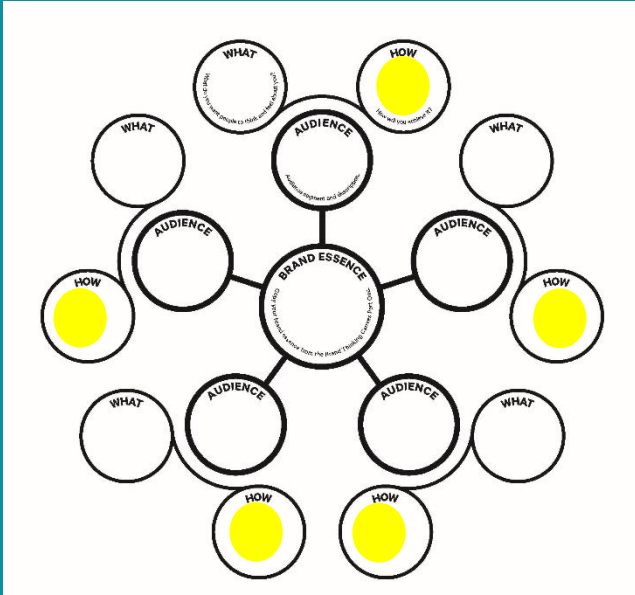
ကထိကများ၊ ကျောင်းသားများ၊ အစိုးရ၊ စာနယ်ဇင်းမိတ်ဖက်များ...

**ဆောင်ရွက်ရန် ၃ :**  
သင့်တကသိလ်မှ ပြောကြားလိုသော သတင်းစကားမှာ အဘယ်နည်း။ ထို့ကြောင့် သင့်ပရိသတ်အား သင့်အကြောင်း မည်သို့တွေးတော ခံစားစေမည်နည်း။

**ဆောင်ရွက်ရန် ၄ :**  
အသိအမှတ်ပြုခံရမှုကို သင့်တကသိလ်အနေဖြင့် မည်သို့ရရှိနိုင်မည်နည်း။

မည်ကဲ့သို့သော ဆောင်ရွက်ချက်များနှင့် လမ်းကြောင်းများမှတစ်ဆင့်

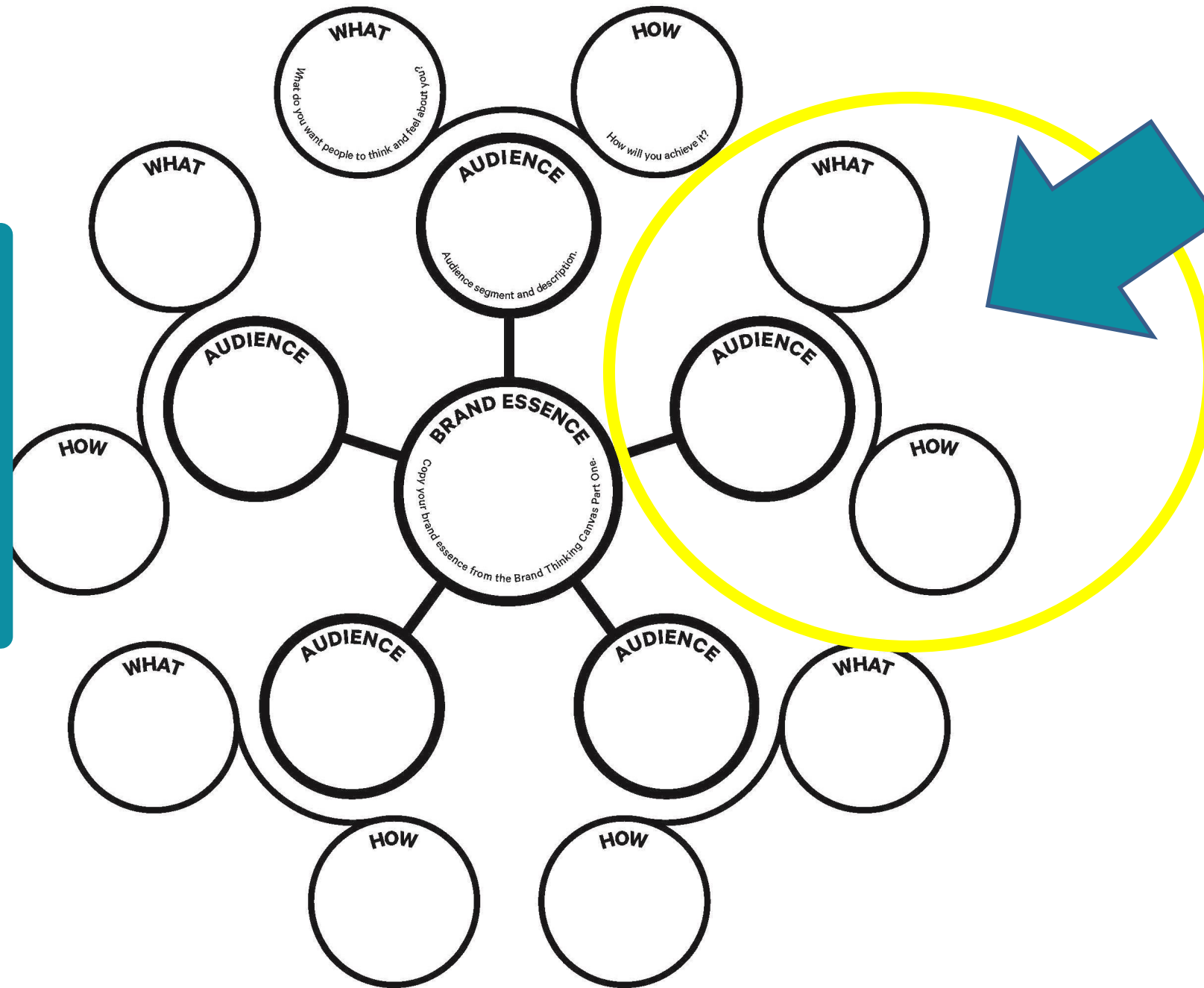
အချိန် - ၄၀ မိနစ်  
တကသိလ်တစ်ခု



# ရလဒ်များ မျှဝေခြင်း

## တက္ကသိုလ်တစ်ခုချင်းစီ :

- ပရိသတ်တစ်ဦး
- သက်ဆိုင်ရာ “ဘာ--” ၊ “ဘယ်လို..”  
နှင့်စသည့် မေးခွန်း





# အဓိက မှတ်သားရသည့် အချက်များ

Mentimeter.com  
Code: 33 92 60 5

ယနေ့အတွက် သင်အဓိက မှတ်သားရသည့် အချက်များမှာ အဘယ်နည်း။

# ဝိန်းချုပ်



# Erasmus နှင့် ပူးပေါင်း၍ အဆင့်မြင့်ပညာကဏ္ဍတွင် စွမ်းဆောင်ရည် မြှင့်တင်ခြင်း

စီမံကိန်း ရည်ညွှန်း : 609711-EPP-1-2019-1-AT-EPPKA2-CBHE-JP  
စီမံကိန်း ကာလ : ၃၆ လ (၁၅/၁/၂၀၂၀ မှ ၁၄/၁/၂၀၂၃ အထိ)



ထိုင်း၊ မြန်မာ နှစ်နိုင်ငံ စီးပွားရေးတိုးတက်မှု  
အဟန့်အတားများကို ကျော်လွှားနိုင်မည့်  
ကောင်းမွန်ဆန်းသစ်သည့် လူမှုစွန့်ခွဲတီထွင်မှု  
အလေ့အထသစ်များ ပိုမိုတိုးတက်လာစေရန်  
အားပေးဆောင်ရွက်ခြင်း

၃ ရက်နေ့ မှ ၅ရက်နေ့အထိ  
ဖေဖော်ဝါရီလ ၂၀၂၁ခုနှစ်