

MODUŁ TRZECI



ROLA MENTORA

Materiały Uzupelniające



VERSION

POLSKA



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

Moduł trzeci – Rola mentora

Materiał uzupełniający

Indeks:

1. Wstęp
 - 1.2 Czym jest mentoring?
 - 1.2 Role Mentora
 - 1.3 Cel
 - 1.4 Informacje ogólne
2. Wyniki nauki
3. Sesje modułów
 - 3.1 Sesja 1: Charakterystyka Mentora/Podopiecznego
 - 3.2 Sesja 2: Korzyści z mentora
 - 3.3 Sesja 3: Bariery w mentoringu
 - 3.4 Sesja 4: Jak współpracować z mentorem
4. Studium przypadku
5. Bibliografia

1. Wstęp

1.1 Czym jest mentoring?

Mentoring definiuje się jako „zawodowy, roboczy sojusz, w ramach którego jednostki pracują razem przez dłuższy czas, aby wspierać osobisty i zawodowy rozwój, rozwój i sukces partnerów relacyjnych poprzez zapewnianie wsparcia zawodowego i psychospołecznego” (1).

Mentoring to relacja między dwojgiem ludzi, w której osoba z większym doświadczeniem, wiedzą i powiązaniem jest w stanie przekazać to, czego się nauczyła, innej mniej doświadczonej osobie w określonej dziedzinie.

1.2 Role Mentora

Mentorzy pełnią różne role, w tym facylitatora, trenera i osoby wspierającej rozwój. Jako facylitator, mentor może zaoferować uczniowi wsparcie i zasoby. Mentor może doradzić i wskazać kierunek podopiecznemu. Jako trener, mentor może pomóc jednostce w ocenie różnych możliwości uczenia się. Mentor może pomóc podopiecznemu w procesie podejmowania decyzji. Wreszcie, jako wspierający rozwój, mentor może zapewnić, że osoba ucząca się czuje się komfortowo, wspierana i zmotywowana, podczas gdy przechodzi przez czasami niewygodny czas uczenia się nowej umiejętności, zachowania itp.

1.3 Cel

Czego czytelnik może się spodziewać po ukończeniu tego modułu?

Ten moduł zapewni studentom kompleksowe zrozumienie identyfikacji i współpracy z właściwym mentorem, który odpowiada potrzebom i stylowi działalności podopiecznego.

1.4 Informacje ogólne

W ramach tego projektu przeprowadzono ankietę wśród osób z sektora rolno-spożywczego w Irlandii, Wielkiej Brytanii, Belgii, Włoszech i Polsce.

W ankiecie postawiono szereg pytań dotyczących mentoringu, a wnioski pomogły ukształtować ten moduł.

Niektóre z tych pytań obejmowały:

- (a) Czy gdybyś miał taką możliwość, podjąłbyś współpracę z mentorem?
- (b) Proszę skomentować, co może przeszkodzić Ci w nawiązaniu współpracy z mentorem. Zaznacz opcje, które mogą uniemożliwić Ci kontakt z mentorem.
- (c) Czy obecnie masz dostęp do mentora? Jeśli tak, w jaki sposób wpływa to na Ciebie i Twoją firmę?

- (d) Jakie są najważniejsze cechy, które powinien posiadać mentor?
- (e) Jak myślisz, w jaki sposób mentor pomógłby ci odnieść sukces?
- (f) Czy ważne jest, aby mieć mentora uwzględniającego płeć?

2. Cele kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu tego modułu uczeń będzie potrafił:

1. Zidentyfikuj podstawowe cechy mentoringu
2. Zdefiniuj rolę i korzyści wynikające z umowy mentorskiej
3. Uznaj, jak ważne jest dopasowanie mentora do właściwego podopiecznego
4. Komunikuj się i pokonuj bariery mentorskie
5. Jak współpracować z mentorem
6. Oceń różne podejścia mentorskie i odkryj, jakie podejście i relacja mentor/podopieczny odpowiada ich potrzebom i etapowi w biznesie

Moduł 3 zapewni studentom kompleksowe zrozumienie identyfikacji i współpracy z właściwym mentorem, który odpowiada potrzebom i stylowi biznesowemu podopiecznego.

3. Sesje modułów

Sesja 1: Charakterystyka Mentora/Podopiecznego

3.1 Charakterystyka Mentora

Ważne jest, aby mentor dokładnie wiedział, co chce osiągnąć poprzez mentoring danej osoby. Mentor powinien jasno określić, w czym podopieczny potrzebuje pomocy. Ramy czasowe umowy mentorskiej powinny być jasne od samego początku. Wyniki badań wskazują, że najważniejsze cechy mentora to umiejętność udzielania konstruktywnej informacji zwrotnej (14,7%), uczciwość (13,1%), zaufanie i poufność (11,1%) (2).

Ważne jest, aby mentor miał następujące cechy:

- Wspierający: wspieraj podopiecznego w podejmowaniu decyzji, które pomogą jego biznesowi/pomysłowi.
- Zachęcanie: zachęć podopiecznego do podjęcia pozytywnych kroków naprzód.
- Motywowanie: motywowanie podopiecznego do działania .
- Wzmocnienie: wzmocnij podopiecznego, aby miał wiarę w siebie
- Posiadający wiedzę: przekazuje odpowiednią wiedzę podopiecznemu, aby ulepszyć jego biznes/pomysł.

- Aktywny słuchacz: uważnie słuchaj podopiecznego, co chce zyskać dzięki temu doświadczeniu mentorskiemu.
- Dobry komunikator: skutecznie komunikuj się z podopiecznym.
- Oferuj porady: oferuj podopiecznemu wszelkie rady, które mogą pomóc mu osiągnąć cele w najbardziej efektywny sposób.
- Rzuć wyzwanie podopiecznemu: rzucanie wyzwania podopiecznemu jest ważne, aby wypchnąć go trochę poza strefę komfortu, aby osiągnąć swoje cele (3).

3.1 Charakterystyka Podopiecznego

Ważne jest, aby podopieczny posiadał następujące cechy:

- Szczery: Bądź szczery ze swoim mentorem i powiedz mu dokładnie, na jakim etapie jest Twój biznes i jakie cele chciałbyś osiągnąć.
- Otwarty/chętny do dzielenia się: Bądź gotów dzielić się informacjami tam, gdzie potrzebujesz pomocy w swojej firmie. Z jakimi obszarami się zmagasz?
- Dobry słuchacz: Słuchaj uważnie swojego mentora i bądź gotów wziąć pod uwagę jego rady.
- Dążenie do sukcesu: demonstruje dążenie lub ambicję do odniesienia sukcesu; mieć jasne wyobrażenie o tym, czego oczekujesz od mentora.
- Pozytywne nastawienie: Bądź pozytywny; pomoże to płynnie działać i zapewni przyjemniejsze wrażenia.
- Otwartość na naukę: bądź przygotowany na wypróbowanie nowych rzeczy lub dostosowanie obecnego sposobu działania.
- Elastyczność: Bądź chętny do wprowadzania zmian lub ponownej oceny swoich celów.
- Ciekawość/zaangażowanie: Bądź zainteresowany i zastosuj to, czego się nauczyłeś (4).

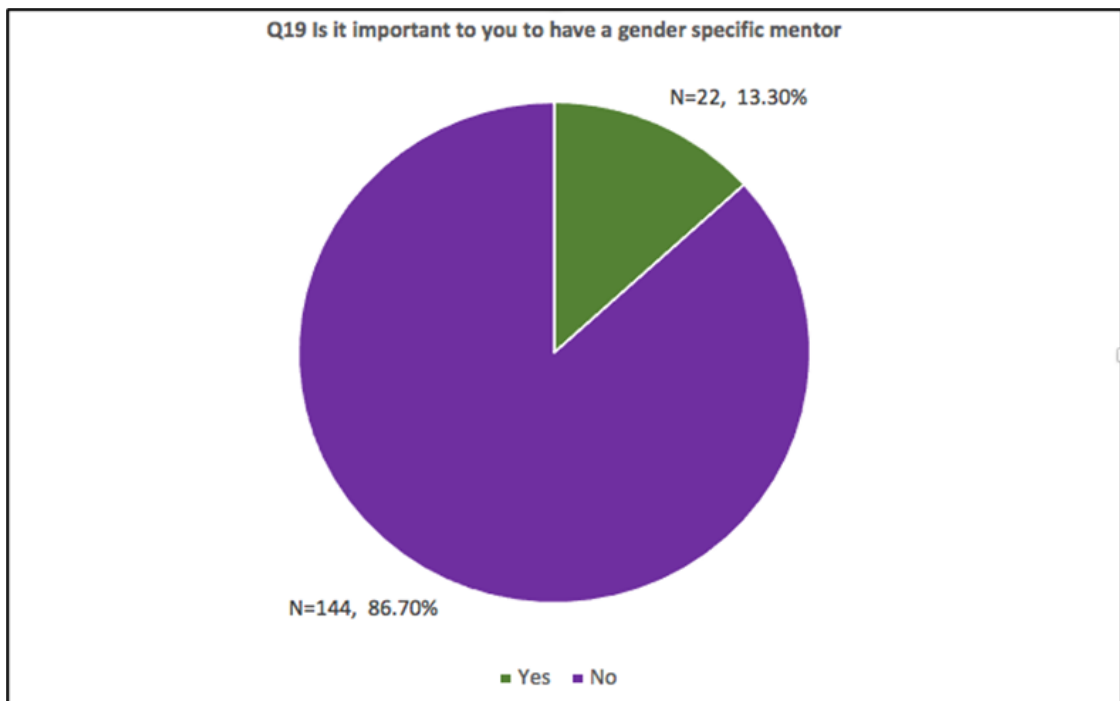
3.1 Dopasowanie Mentora i Podopiecznego

Dopasowując mentora do podopiecznego, należy wziąć pod uwagę następujące kwestie:

- Gdzie się znajdują: lokalizacja jest ważna, a jeśli problemem jest odległość, zastanów się, czy spotkania odbywają się online.
- Zaangażowanie czasowe: zastanów się, czy zarówno mentor, jak i podopieczny mają wystarczająco dużo czasu na zawarcie umowy mentorskiej.
- Preferencje płciowe: Niektórzy podopieczni mogą mieć preferencje płciowe, a inni nie. Niektórym kobietom-przedsiębiorcom łatwiej jest otworzyć się na kobietę-mentorkę. W takim przypadku ważne jest, aby kobieta była sparowana z mentorką, aby uzyskać jak najwięcej korzyści z umowy mentoringowej.

To pytanie zostało zadane w ramach ankiety dystrybuowanej w ramach tego projektu. Na pytanie, czy ważne jest posiadanie mentora związanego z płcią, 86,7% odpowiedziało „nie”, a 13,3% odpowiedziało „tak”. Jest to pokazane na poniższym

wykresie. To pokazuje, że posiadanie mentora specyficznego dla płci może nie być ważne dla wszystkich, jednak dla niektórych przedsiębiorców będzie to bardzo ważne. Jeśli respondenci odpowiedzieli twierdząco na to pytanie, zostali poproszeni o skomentowanie, dlaczego jest to dla nich ważne. Niektóre odpowiedzi obejmowały to, że czują się bardziej komfortowo z określoną płcią, kobiety rozumieją bariery, jakie napotykają inne kobiety w biznesie, zyskują większe zaufanie do mentora tej samej płci, dwie odpowiedzi są ze sobą sprzeczne, jeden przedsiębiorca uważa kobiety za bardziej wyrozumiałe, inny uważa mężczyzn za bardziej wyrozumiałych, a jeden przedsiębiorca uważa mentorzy płci męskiej mają więcej kontaktów. Podsumowując, preferencje płci mogą być ważnym czynnikiem do rozważenia przy dopasowywaniu podopiecznego do odpowiedniego mentora.



„W Wielkiej Brytanii jest wielu odnoszących sukcesy przedsiębiorców i liderów branży, którzy z chęcią zostaliby mentorami dla wschodzących kobiet-przedsiębiorców; chodzi tylko o dopasowanie odpowiednich ludzi i określenie jasnych oczekiwań” (6)

Sesja 2: Korzyści z mentoringu

3.2 Korzyści z Mentora

Istnieje wiele korzyści płynących z mentoringu, na przykład uczenie się na podstawie doświadczenia, które mentor wnosi do umowy. Podopieczny może zyskać pewność siebie, dowiadując się o aspektach biznesu, z którymi mógł nie być zaznajomiony. Doświadczenie mentorskie może zapewnić wsparcie potrzebne do wprowadzenia biznesu na nowy poziom.

Mentoring może również dać możliwość nawiązywania kontaktów z innymi przedsiębiorcami z branży. Mentorzy mogą udzielać przedsiębiorcom praktycznych porad roboczych i wspólnie opracowywać strategie rozwiązywania problemów. W ankiecie dystrybuowanej w ramach tych projektów zapytano przedsiębiorców, jak ich zdaniem mentor pomógłby im odnieść sukces. Poniższy wykres przedstawia wyniki, które 25,3% skomentowało w celu uzyskania praktycznych porad dotyczących pracy, 25,3% stwierdziło, że uczy się na podstawie doświadczenia, 22,8% stwierdziło, że nawiązują relacje i rozwijają sieci kontaktów, 23,4% skomentowało opracowanie strategii rozwiązywania problemów, a 3,1% przedsiębiorców wybrało inną opcję.



Sesja 3: Bariery w mentoringu

3.3 Bariery w mentoringu

Niektórym przedsiębiorcom może brakować pewności siebie, jeśli chodzi o podejście do mentora, a także jeśli chodzi o zostanie mentorem po wielu latach w biznesie.

Często istnieje obawa związana z kosztami mentora, co prowadzi do tego, że przedsiębiorcy nie szukają mentora. Wielu przedsiębiorców nie wie, gdzie szukać mentora. Znalezienie mentorów może być trudne. Czasami w przypadku unikalnych pomysłów biznesowych nie ma mentorów w niektórych określonych obszarach biznesowych. Niektórzy podopieczni proszą o mentorów specyficznych dla płci, co może stanowić przeszkodę w znalezieniu odpowiedniego mentora dla konkretnych pomysłów biznesowych. Niektóre kraje mają pochodzenie kulturowe, które różni się zadowoleniem z dzielenia się pomysłami i wzajemnej pomocy.

3.3 Jak pokonywać bariery w mentoringu

Więcej informacji na temat korzyści płynących z mentoringu. Niektóre osoby mogą nie być zaznajomione z korzyściami płynącymi z mentoringu, w szczególności z korzyściami dla mentorów. Mentoring to szansa na naukę i rozwój kariery dla wszystkich zaangażowanych osób i ważne jest, aby wyrazić tę wartość.

Szukanie społecznego dowodu słuszności. Można to zrobić, zbierając indywidualne historie sukcesu dotyczące pozytywnego wpływu mentoringu od osób w firmie z poprzednich kohort mentorskich.

Unikanie złej komunikacji. Jasna komunikacja pomaga utrzymać płynność relacji mentorskiej i tworzy silniejszą więź między mentorem a podopiecznym.

Uczestnictwo w wydarzeniach związanych z rozwojem edukacyjnym i zawodowym w zakresie mentoringu. Wydarzenia edukacyjne są przydatne zarówno dla mentora, jak i podopiecznego; specjalne programy będą promować wspólne rozumienie tego, co składa się na skuteczne praktyki mentorskie, prowadzić wysokiej jakości i oparte na dowodach szkolenia dla nowych mentorów, zapewniać ambitny ciągły rozwój zawodowy doświadczonych lub wykwalifikowanych mentorów, zwiększać świadomość tego, jak wygląda mentoring i promowanie najlepszych praktyk w zakresie mentoringu.

Unikanie nadmiernej zależności. Ważne jest, aby przejąć inicjatywę jako podopieczny w każdy możliwy sposób. Ważnym aspektem mentoringu jest rozwijanie umiejętności i niezależności w tych umiejętnościach.

Nierealistyczne i niedopasowane oczekiwania. Pracuj ze sobą, aby wyznaczyć realistyczne cele. Jeśli mentor lub podopieczny oczekuje zbyt wiele lub zbyt mało od drugiej osoby, może to powodować problemy. Przeprowadź otwartą dyskusję na początku swojego programu mentorskiego na temat tego, czego oczekujesz od sesji i relacji jako całości.

Sesja 4: Jak współpracować z mentorem

3.4 Jak współpracować z mentorem

- Działaj proaktywnie, aby znaleźć i zaangażować profesjonalnego mentora. Świetnych mentorów można znaleźć w różnych miejscach, więc spróbuj poszukać poza najbliższym kręgiem. Poszukaj mentorów w stowarzyszeniach biznesowych i kobiecych w Twojej okolicy, organizacjach non-profit, w Twojej rodzinie, grupach kościelnych, a nawet grupach społecznych, takich jak izby handlowe.
- Wyjaśnij, czego chcesz. Wyjaśnij sobie, czego szukasz w relacji mentorskiej. Zapisz swoje konkretne oczekiwania i rolę, jaką chciałbyś, aby pełnili mentorzy.
- Praca w sieci. Networking może zapewnić Ci odpowiednie kontakty, aby zwrócić się do odpowiedniego mentora dla Twoich potrzeb biznesowych.
- Wykonaj ruch i zaproponuj spotkanie, aby ruszyć.

- Jasno określi swoje oczekiwania. Po znalezieniu kogoś, kto zgodzi się być twoim mentorem, upewnij się, że podzielasz to samo zaangażowanie w spełnianie twoich oczekiwań. Jasno określi wymagany czas i dostępność swojego mentora oraz ustal harmonogram regularnych spotkań z tematami, które chcesz omówić (8).

W naszej ankiecie projektowej 87,3% respondentów stwierdziło, że zaangażowałoby się w mentora, gdyby mieli taką możliwość.

3.4 Dostęp do Mentora

Irlandia

W Irlandii istnieje dostęp do mentorów poprzez Lokalne Biuro ds. Przedsiębiorczości, które prowadzi program mentoringu. Empower Woman Entrepreneurship ma dwa programy; Empower Start (dla firm prowadzonych przez kobiety na wczesnym etapie) i Empower Grow (dla firm prowadzonych przez kobiety od ponad 18 miesięcy).

Wielka Brytania

W Wielkiej Brytanii istnieje dostęp do mentorów za pośrednictwem Cherie Blair Foundation Mentoring Women in Business Program, Mentorsme.co.uk, która jest bramą internetową dla firm poszukujących mentoringu, Santander Mentoring Program, The Mentoring Foundation oraz coroczny program WFA i Alltech łączący kobiety w całej branży rolno-spożywczej z mentorami.

Belgia

W Belgii istnieje dostęp do mentorów poprzez Project Management Institute Belgium Grow Mentoring Program.

Włochy

We Włoszech istnieje dostęp do mentora poprzez WIIS Italy Mentoring Program.

Polska

W Polsce dostęp do mentorów jest możliwy za pośrednictwem następujących organizacji. LeaderShe to stowarzyszenie wyjątkowych kobiet – kobiet liderek. W LeaderShe przedsiębiorcy wymieniają się doświadczeniami, poglądami, inspirują i uczą się od siebie. Udzielone wsparcie procentuje w firmach i organizacjach. Bez patosu i arogancji przedsiębiorcy stopniowo poszerzają swoją strefę wpływów na stanowiskach i rolach zawodowych, które do niedawna były niedostępne dla kobiet. Nie ma tabu, nie ma wrogości, zazdrości ani rywalizacji. Panuje atmosfera wzajemnego zaufania, empatii i wspólnych wartości. Toczą się ciekawe dyskusje, swobodna

wymiana myśli i szczerzy feedback, co tworzy wyjątkową społeczność dającą poczucie przynależności do grona wyjątkowych kobiet.

Stowarzyszenie Kobiet VIVE (Stowarzyszenie Kobiety VIVE) to organizacja stworzona przez kobiety dla kobiet. Powstała z pasji dojrzałych kobiet i ich potrzeby wspierania ich rozwoju osobistego, społecznego i zawodowego. Zarówno swoich, jak i tych kobiet, które tego potrzebują. Ich misją jest podnoszenie świadomości społecznej kobiet. Pomagają budować przyjazne środowisko dla kobiet-liderek. Stowarzyszenie działa m.in. w zakresie organizacji szkoleń, konferencji i spotkań motywacyjnych dla kobiet.

Fundacja Liderzy Kobiet w Biznesie (Fundacja Liderek Biznesu) Program Mentoringowy to rozbudowany projekt wspierający ambitne osoby – zarówno kobiety, jak i mężczyzn – w świadomym rozwoju kariery, rozwijaniu samoświadomości, a także wspiera ich w ciągłym nabywaniu i doskonaleniu kompetencji przywódczych. Wierzą w moc mentoringu. Szczególnie w tych niespokojnych czasach mentoring może być nieocenionym wsparciem dla wielu osób i organizacji. Ponadto relacja Mentor & Mentee połączona z warsztatami i przynależnością do naszej społeczności, pozwala przedsiębiorcom stawić czoła aktualnym wyzwaniom jako liderzy.

Program mentorski Mother Empower. Celem programu mentoringowego Mother Empower jest wzmocnienie kobiet poszukujących pracy po przerwie związanej z opieką nad dziećmi, w tym poszukujących pracy po zmianie branży i w trakcie przebranżowienia, a także kobiet, które straciły pracę w wyniku pandemii . Uczestnicy programu otrzymają wsparcie mentorskie w odnalezieniu się na rynku pracy po przerwie, udaną rekrutację, a także wzmocnienie na ścieżce rebrandingu. Program Mother Empower skierowany jest do kobiet z całej Polski i będzie prowadzony online. Jeśli będzie taka możliwość, postaramy się zorganizować przynajmniej jedno spotkanie off-line.

Sieć Przedsiębiorczych Kobiet (Sieć przedsiębiorczych Kobiet) to związek między Mentorem a Mentee, który rozwija umiejętności i kompetencje Mentorów oraz wspiera kobiety (Mentees) w budowaniu ich karier zawodowych. W szczególności na drodze do założenia i rozwoju własnej działalności gospodarczej. Biznesowe programy mentoringowe są nieodłącznym elementem projektów realizowanych przez Sieć Przedsiębiorczych Kobiet. To kluczowy czynnik ich sukcesu. Relacje mentoringowe dają możliwość rozwoju wszechstronnych kompetencji. Możesz poznać inny punkt widzenia oraz otrzymać cenne wskazówki i porady dotyczące prowadzenia firmy czy rozwoju zawodowego.

3.4 Od podopiecznego do mentora

Wielu przedsiębiorców może zacząć jako podopieczny, a po kilku latach w biznesie zostać mentorem. Przejście od mentora do mentora może rozpocząć się od mentorów zachęcających swoich podopiecznych do zostania mentorami. Istnieje kilka ważnych umiejętności, które podopieczni muszą wziąć pod uwagę, zanim zostaną mentorami. Obejmują one dobre umiejętności komunikacyjne, umiejętności mentorskie, umiejętności oceny, umiejętności informatyczne, kreatywne myślenie, elastyczne/dopasowujące się podejście, praktyczne podejście do uczenia się, może być konieczna odpowiednia certyfikacja/kwalifikacja. Rozwój od podopiecznego do mentora może dać możliwość podzielenia się swoim doświadczeniem i wiedzą z większą liczbą przedsiębiorców.

4. Studium przypadku

Studium przypadku 1:

Kobieta-przedsiębiorca: Julia Brightman – CremeBrewlait , Wielka Brytania

Julia Brightman z Wielkiej Brytanii jest przedsiębiorczą kobietą prowadzącą firmę spożywczą specjalizującą się w deserach i bufetach z lokalnych produktów domowej roboty. Julia pracuje w biznesie od czterech i pół roku i byłaby zainteresowana zostaniem mentorką, gdyby nadarzyła się taka okazja.

Czy Julia miała mentora, kiedy zaczynała w biznesie? Według Julii było niewiele okazji do mentoringu, kiedy zaczynała swoją działalność. Uważa, że teraz jest ich więcej, zwłaszcza od czasu sabatu. Julia dodała, że jeśli w Twojej okolicy nie ma grupy mentorskiej/sieciowej dla kobiet-przedsiębiorców, sama załóż grupę. Wiele można zyskać, mając sieć ludzi, od których można zdobyć wiedzę i doświadczenie.

<https://www.cremebrewlait.co.uk/blog/a-special-thankyou-to-your-clients>

Studium przypadku 2:

Kobieta przedsiębiorca: Malinówka – Gospodarstwo Agroturystyka , Polska

Magdalena z Polski jest kobietą przedsiębiorcą w branży chlebowej. Obecnie działalność poszerzyła się o pszczelarstwo, ratowanie pszczół oraz warsztaty dla dzieci. Od Covid 19 Magdalena i jej rodzina przystosowali się i zaczęli sprzedawać wegańskie pudełka. Nadal sprzedają swój chleb do lokalnych sklepów.

Zdaniem Magdaleny w tym rejonie Polski nie ma mentorów. Niektórzy ludzie nie chcą dzielić się swoimi doświadczeniami i umiejętnościami. Uważa się, że jest to tło kulturowe w kraju. Magdalena jest jednak chętna do dzielenia się swoim doświadczeniem, wiedzą i została by mentorką. To było interesujące i pozytywne usłyszeć, że Magdalena i jej rodzina chcą dzielić się swoim doświadczeniem z nowymi przedsiębiorcami w okolicy.

Studium przypadku 3:

Elena Salviucci – Farma Cantina Carnpotondo , Włochy

Elena Salviucci jest przedsiębiorczą kobietą prowadzącą winiarnię w Toskanii we Włoszech. Winnicę założył ojciec Eleny, gdy miała pięć lat. Przed Covid istniały możliwości degustacji wina w winnicy, jednak przystosowali się do Covid, wysyłając pudełka do degustacji wina do domów ludzi, aby mogli cieszyć się doświadczeniem we własnym domu. Elena wierzy, że mentoring jest bardzo ważny, zwłaszcza mentoring finansowy i biznesowy. Według Eleny istnieje potrzeba więcej mentoringu 1 na 1 (specyficznego dla Twojej firmy). Mogło to pomóc Elenie na wcześniejszych etapach jej przedsiębiorczej podróży.

<https://www.cantinacampotondo.it/en/about-us/>

Studium przypadku 4:

Aisling Roache – Velvet Cloud, Irlandia

Aisling Roache z Irlandii jest kobietą-przedsiębiorcą w branży jogurtów i serów z mleka owczego. Velvet Cloud ma wysoki odsetek klientów z alergią na mleko krowie i zaopatruje 120 sklepów w Irlandii. Od Covid firma dostosowała się i obecnie sprzedaje online i dostarcza do domów. Według Aislinga było niewielu mentorów w branży mleka owczego, kiedy zakładali swoją firmę. Jedyny dostępny mentor miał siedzibę w znacznej odległości i miał mało czasu dla małych firm. Aisling i jej rodzina musieli szukać mentora/sieci w innych krajach, na przykład w Wielkiej Brytanii i Francji, gdzie mleko owcze było wówczas bardziej popularne.

<https://velvetcloud.ie/blogs/news/last-night-i-was-working-at-ashford-not-the-worst-gig>

Studium przypadku 5:

Sarah Alder – Kitchens Tritbits, Wielka Brytania

Sarah Adler z Wielkiej Brytanii jest przedsiębiorczą kobietą zajmującą się planowaniem posiłków i mentoringiem dotyczącym posiłków rodzinnych. Sarah działa od trzech lat i wyraziła zaniepokojenie kosztami mentora. Sarah uważa, że istnieje wielu mentorów dla start-upów i firm o ugruntowanej pozycji, jednak brakuje mentorów dla firm pośrodku. Sarah powiedziała, że przydałby jej się mentor, ale ma trudności ze znalezieniem mentora i nie wie, do kogo się zwrócić.

<https://kitchentitbits.co.uk/stressfreefamilymealtimes/>

5. Bibliografia

1. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK552775/>
2. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3925207/>
3. <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/important-characteristics-of-a-mentor>
4. <https://muse.engineering.illinois.edu/desirable-mentee-qualities/>
5. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/784324/RoseReview_Digital_FINAL.PDF
6. https://avenueb.ucdavis.edu/sites/g/files/dgvnsk9771/files/inline-files/Mentee-resource-8.17.2020_0.pdf