

PRZEWODNIK DO WARSZTATÓW

Spis treści

Kim są partnerzy projektu?	4
Program FIT	5
WSTĘP	6
ROZDZIAŁ 1 KSZTAŁTOWANIE INTELIGENTNEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI	7
MODUŁ 1.1: INTELIGENTNA PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ/GOSPODARKA CYRKULARNA	7
Ćwiczenie 1. Poznaj siebie jako przedsiębiorcę	8
ĆWICZENIE 2. Partnerstwo w biznesie.	12
ĆWICZENIE 3. Moja wizja zrównoważonego biznesu	14
Moduł 1.2 TWORZENIE WARTOŚCI	19
Ćwiczenie 1. Moja wizja biznesowa: krytyczne myślenie	20
ĆWICZENIE 2. Projekt zespołowy „Spis kreatywnych pomysłów”	22
Ćwiczenie 3. Moja wizja biznesowa: krytyczne śledztwo	28
Moduł 1.3. CO TO JEST GOSPODARKA ZAMKNIĘTA	29
ĆWICZENIE 1 „Gospodarka liniowa i o obiegu zamkniętym”	30
Ćwiczenie 2 „Gospodarka liniowa i o obiegu zamkniętym dla Twojej przyszłej działalności”	31
.....	31
MODUŁ 1.4 NOWE MODELE BIZNESOWE	34
ĆWICZENIE 1 „Stare i nowe modele biznesowe”	35
ĆWICZENIE 2 „Porozmawiaj o tym z kolegą z biurka”	38
ĆWICZENIE 3 „Wymień zalety i wady nowych modeli biznesowych”	38
ROZDZIAŁ 2. ZRÓWNOWAŻONY BIZNES	45
Moduł 2.1. ZRÓWNOWAŻONE ZARZĄDZANIE WPROWADZENIE	45
Ćwiczenie 1 Dowiedz się, czym jest firma po jej funkcjonowaniu	47

Ćwiczenie 2 Odgrywanie ról: etyka biznesu	48
Ćwiczenie 3 Gospodarka o obiegu zamkniętym – szanse i zagrożenia (dyskusja)	50
Moduł 2.2 PRZYWÓDZTWO I STYLE PRZYWÓDZTWA.....	52
ĆWICZENIE 1 Mocne i słabe strony kobiety biznesu	54
ĆWICZENIE 2 Milcząca burza mózgów: segregacja śmieci.....	55
Ćwiczenie 3. Kampania społeczna w środowisku lokalnym na rzecz ekologii	56
ROZDZIAŁ 2.3 ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI	58
ĆWICZENIE 1 Dyskusja na temat wpływu stylu zarządzania na strukturę organizacji	59
ĆWICZENIE 2 Ważne zapisy w umowie o pracę: dla pracownika i pracodawcy	61
MODUŁ 2.4 KONCEPCJA MARKETINGOWA	63
ĆWICZENIE 1 „Czym jest rynek?”	64
ĆWICZENIE 2 „Czym jest marketing?”	66
ĆWICZENIE 3 „Dlaczego tak ważne jest S.W.O.T. Analiza?”	67
MODUŁ 2.5 STRATEGIE MARKETINGU MIX.....	71
ĆWICZENIE 1 “Czym jest koncept marketing mix? Opisz “7 P” i ich znaczenie”	72
ĆWICZENIE 2 „Dyskusja klasowa: zalety i wady marketingu”	74
ĆWICZENIE 3 „Opisz konkurencję marketingową, przewagę konkurencyjną firmy oraz strategię zdobywania przewagi konkurencyjnej”	76
ROZDZIAŁ 3. TWORZENIE SYNERGII	79
MODUŁ 3.1 WPROWADZENIE. EFEKTYWNA KOMUNIKACJA	79
ĆWICZENIE 1 Przedstaw swój pomysł na biznes.....	80
Ćwiczenie 2 Negocjuj swój biznesowy problem	82
Ćwiczenie 3 Wyobraź sobie historię swojego inteligentnego biznesu	84
Ćwiczenie 4. Szablon: Zaproponuj swój pomysł na biznes	88
Ćwiczenie 5: Zrewiduj swoją misję biznesową.....	89
MODUŁ 3.2. STRATEGIA SIECI	90
Ćwiczenie 1 Mapa strategii sieci biznesowych.....	91
Ćwiczenie 2 Strategia sieci offline.....	93
Ćwiczenie 3 Strategia sieci społecznościowych	95
MODUŁ 3.3. MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE I OBECNOŚĆ W INTERNECIE.....	99

Ćwiczenie 1 Cyfrowy ślad.....	101
Ćwiczenie 2: Plan dla mediów społecznościowych	101
MODUŁ 3.4. SIEĆ	108
Ćwiczenie 1 Pokonywanie strachu przed networkingiem	112
Ćwiczenie 2 Networking BINGO.....	114
ROZDZIAŁ 4. FINANSE BIZNESU I NOWE NARZĘDZIA.....	122
MODUŁ 4.1. WPROWADZENIE DO FINANSÓW	122
ĆWICZENIE 1 IDENTYFIKACJA BEZPIECZNYCH I RYZYKOWYCH INWESTYCJI	123
ĆWICZENIE 2 ZROZUMIEĆ ANALIZĘ FINANSOWĄ.....	124
MODUŁ 4. 2. RACHUNKOWOŚĆ ANALITYCZNA	125
ĆWICZENIE 1 Planowanie wydatków.....	126
ĆWICZENIE 2 Jak zarządzać biznesem i osiągać zysk	128
MODUŁ 4.3. DECYZJA FINANSOWA DLA ZRÓWNOWAŻONEGO BIZNESU.....	129
Ćwiczenie 1 Mapowanie decyzji finansowych.....	130
ĆWICZENIE 2 Przygotowanie planu inwestycyjnego	131
MODUŁ 4.4. TWORZENIE BIZNESPLANU.....	132
ĆWICZENIE 1 Zrozumienie kluczowych elementów biznesplanu	133
Ćwiczenie 2 Stwórz własną kanwę biznes planu!.....	134

Kim są partnerzy projektu?

Jesteśmy zespołem w ramach konsorcjum 6 organizacji z Grecji, Włoch, Malty, Polski, Litwy i Hiszpanii. Każda z organizacji specjalizuje się w takich dziedzinach, jak: upodmiotowienie, przedsiębiorczość kobiet, innowacyjność, zrównoważone wartości i nauki społeczne. Łącząc naszą wiedzę i zasoby ze wsparciem Unii Europejskiej, przedstawiamy ustrukturyzowane propozycje szkoleń dla uczestników.

Więcej informacji znajduje się na in [FIT's Project Website](#).



Program FIT

Program FIT oferuje wysokiej jakości doświadczenie edukacyjne dla kobiet chcących rozpocząć działalność gospodarczą lub potrzebujących zdobyć nową przewagę konkurencyjną.

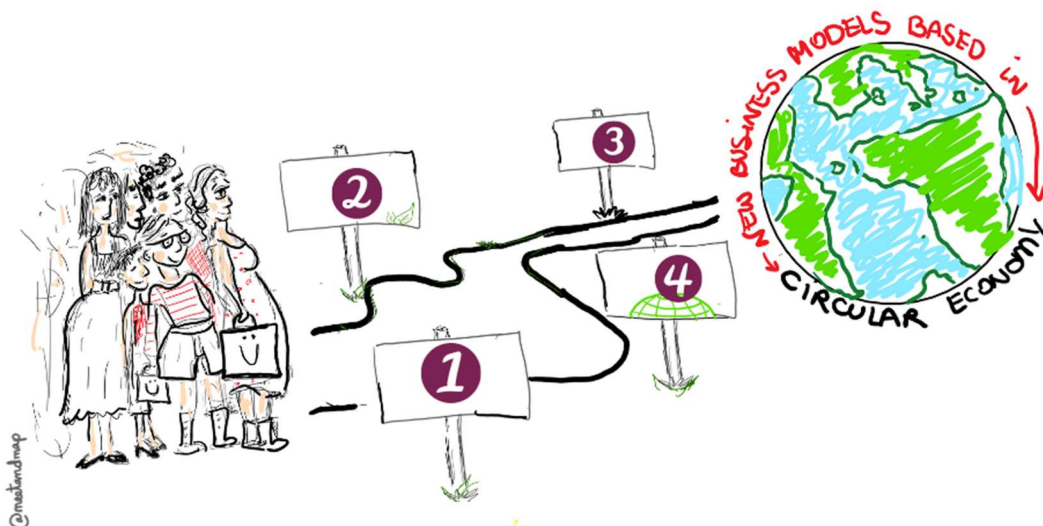
Program FIT wykorzystuje ekonomię cyrkularną i umiejętności finansowe, aby wspierać KOBIETY w zdobywaniu umiejętności przedsiębiorczych potrzebnych do rozpoczęcia lub przekształcenia działalności gospodarczej. Program łączy w sobie zajęcia on-line i off-line, indywidualną naukę i pracę w grupie, aby umożliwić uczestnikom rozwój umiejętności i kompetencji niezbędnych do prowadzenia biznesu, w praktyczny sposób.

Biorąc udział w FIT PROGRAMIE, kobiety-przedsiębiorcy skupią się na wzmocnieniu swoich osobistych zdolności, określeniu swojego stylu przywództwa, budowaniu pewności siebie, zdolności do przewodzenia z zamiarem i zrównoważonego myślenia strategicznego, sprzyjając w ten sposób wzrostowi gospodarczemu poprzez budowanie szerokiego ruchu wsparcia dla firm prowadzonych przez kobiety.

W trakcie trwania programu uczestnicy otrzymają zorganizowane wsparcie różnych mentorów oraz nawiążą kontakt z różnymi interesariuszami i innymi podmiotami, które będą im towarzyszyć w tworzeniu sieci wsparcia w zorganizowany sposób. Program FIT podzielony jest na 4 fazy, z których każda związana jest z wiedzą, specyficznymi efektami uczenia się i oczekiwaniem konkretnych wyników, które należy osiągnąć, aby zostać "dopuszczonym" do kolejnej sekcji. Każda faza zawiera kluczowe elementy z różnych specjalności, aby zaoferować unikalne, kompletne doświadczenie edukacyjne umożliwiające uczestnikom rozwój zawodowy, nauczanie się, jakiego rodzaju wsparcia potrzebują, aby zrealizować swój plan oraz możliwość dyskusji oko w oko z profesjonalistami pochodzącymi z innych specjalizacji. Program nie uczyni z uczestników ekspertów w dziedzinie finansów czy projektantów gospodarki cyrkularnej. Elementy oferowane w programie mają na celu zaoferowanie solidnej podstawy do podejmowania świadomych decyzji i pomóc im w uzyskaniu profesjonalnego wsparcia, którego potrzebują w każdym aspekcie swojej działalności. Powinno to również ograniczyć ingerencję tych, którzy uważają ich za nieodpowiednich i "nieprzystosowanych" do bycia liderami biznesu.

Multi-mentoring i szybkie spotkania zostały włączone do procesu, aby motywować i wspierać uczestników w tworzeniu zróżnicowanych kompetencji. Zarówno szybkie spotkania, jak i ekspozycja na różnych mentorów zaoferują lepsze i długotrwałe możliwości nawiązywania kontaktów, a także przyspieszą i zwielokrotnią sukces firm FIT. Posiadanie więcej niż jednego mentora jest cenne, ponieważ żadna osoba nie posiada darów, talentów, czasu ani możliwości, aby doradzić w każdym aspekcie programu rozwoju uczestników.

WSTĘP



W tym Przewodniku z ćwiczeniami znajdziesz odniesienia i propozycje warsztatów, które pozwolą kobietom zidentyfikować swoje wartości, budować i wspólnie realizować swoją wizję.

4 główne tematy: Inteligentna przedsiębiorczość, Zrównoważony biznes, Tworzenie synergii i Planowanie biznesu zostaną przekształcone w praktyczne działania prowadzone przez trenerów i mentorów. Zaleca się, aby każde ćwiczenie kończyło się oceną mentorów i uczestników, którą można znaleźć na końcu przewodnika.

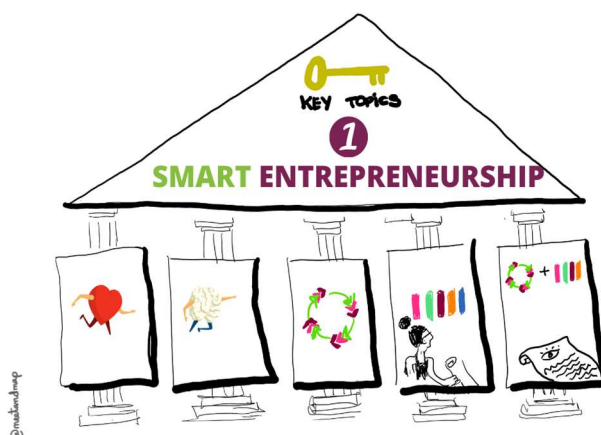
Upodmiotowienie ekonomiczne kobiet jest podstawą Agendy na rzecz Zrównoważonego Rozwoju. Liderzy z różnych krajów podkreślają, że kobiety są motorem i duszą napędową przejścia od gospodarki linearnej do cyrkulacyjnej. Połączenie obu tych aspektów jest obiecującym wyzwaniem, które podejmujemy w ramach programu FIT.

Program FIT jest przekrojowy; we wszystkich naszych materiałach i działaniach łączymy prywatną i społeczną perspektywę modeli biznesowych. Mnogość głosów interesariuszy wymaga większej koncentracji na różnorodności, sprawiedliwości, inkluzji, a także podejścia opartego na samoocenie, aby umożliwić rozkwit zrównoważonych projektów. Pamiętaj, aby uzupełnić ten przewodnik o część teoretyczną; konspekty i prezentacje z każdego modułu są dostępne również na platformie IED Academy.

Ten podręcznik będzie dla ciebie mapą drogową do przygody odkrywania lub ponownego wyobrażania sobie przyszłości każdej kobiety-liderki, którą masz w swojej grupie. FIT przyczynia się do wzmocnienia ich pozycji indywidualnej, zbiorowej i - miejmy

nadzieję - międzynarodowej poprzez nasze sieci, które od teraz są dostępne także dla Ciebie.

ROZDZIAŁ 1 KSZTAŁTOWANIE INTELIGENTNEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI



MODUŁ 1.1: INTELIGENTNA PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ/GOSPODARKA CYRKULARNA

Jaki jest cel tej sesji?

Sesja zachęca do odkrycia potencjału swojej osobowości, aby stać się współtwórcą wartości, jaką inteligentna przedsiębiorczość wnosi do społeczeństwa poprzez rozwijanie swoich osobistych kompetencji i odzwierciedlanie swoich osobistych obaw związanych ze zrównoważonym rozwojem.

Cele nauczania

- Rozpoznać kompetencje i umiejętności związane z "konceptcją" "inteligentnego przedsiębiorcy";
- Przeanalizują swoje kompetencje i motywację, by ruszyć do przodu w życiu/karierze;
- Mogą zacząć tworzyć swoją wizję i drogę do stworzenia firmy;
- Zastanowić się nad trwałością długoterminowych celów społecznych, kulturowych i ekonomicznych oraz nad kierunkiem podjętych działań.

Czas trwania

Łączny czas trwania - 2 godziny: część teoretyczna - 30 minut; część praktyczna i podsumowująca - 1 godzina 30 minut.

Materiały do przygotowania na sesję

Nie ma specjalnych wymagań, które należy spełnić przed zajęciami. W opisie każdego zajęcia podane są pewne zalecenia dotyczące przygotowania.

Metodologia

Stosowane metody nauczania: wykład, prezentacja, quiz online, interpretacja danych, analiza przypadków na wideo, burza mózgów; mind mapping.

O mentorach

Zadaniem mentorów jest kierowanie procesem uczenia się. Wymagane są umiejętności prezentacji, zadawania pytań oraz zdolność do prowadzenia uczestników w niejednoznacznych sytuacjach. Mentorzy powinni kierować się globalnymi celami zrównoważonego rozwoju. Sesja prowadzona przez kreatywną i inspirującą osobę będzie dodatkowym atutem.

Dodatkowe informacje

Zaplanowane działania powinny rozwinąć w oczach każdego uczestnika całą koncepcję wizji biznesu. Należy przestrzegać kolejności rozumienia przez uczestników słów: "ja w biznesie", następnie "ja lub partner", a potem "mój zrównoważony cel działalności gospodarczej".

Ćwiczenie 1. Poznaj siebie jako przedsiębiorcę

Test osobowości: cechy i umiejętności osobiste, które umożliwiają prowadzenie biznesu.

To zadanie ma na celu zrewidowanie twoich cech osobistych i umiejętności związanych z przedsiębiorczością. Skorzystajmy z ankiety przygotowanej przez bank BDS na podstawie badań i obserwacji cech kanadyjskich przedsiębiorców.

Czas trwania

Całkowity czas trwania - 30 min. Quiz potrwa 10 min, interpretacja 20 min.

Opis krok po kroku

Rozwiąż quiz, korzystając z łącza w sieci:

<https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/business-assessments/self-assessment-test-your-entrepreneurial-potencial>

Po zakończeniu testu odpowiedzi zostaną zebrane, a ocena cech przedsiębiorczych zostanie przedstawiona w trzech filarach: motywacje, predyspozycje i postawy, które mają bardziej szczegółową kompozycję cech ze szczegółami wyników.

Wyniki quizu powinny zostać omówione podczas kolejnej sesji.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Kwestionariusz składa się z 50 stwierdzeń. Uczestnicy powinni ocenić te stwierdzenia, wybierając, w jakim stopniu im odpowiadają: 1- całkowicie się nie zgadzam; 2- trochę się nie zgadzam; 3- nieco się zgadzam; 4- całkowicie się zgadzam. Poproś uczestników, aby

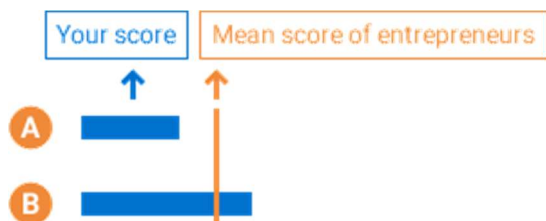
byli wobec siebie szczerzy. Zaleca się korzystanie z pełnego zakresu możliwych opcji, mniej skoncentrowanych w środku.

Oświadczenia są następujące:

1. Lubię stawiać sobie wyzwania, kiedy podejmuję się nowego projektu.
2. Czuję się dość swobodnie w trudnych sytuacjach.
3. Tam, gdzie inni widzą problemy, ja widzę możliwości.
4. Zawsze martwię się o to, co pomyślą inni, zanim zrobię coś ważnego.
5. Jestem dość ciekawski i nieustannie poszukuję odkryć.
6. Jestem dużo mniej skuteczny w sytuacjach stresowych.
7. Chcę zbudować coś, co zostanie publicznie rozpoznane.
8. W obliczu trudności szukam alternatywnych rozwiązań.
9. Dla mnie liczy się działanie.
10. Dla mnie można wpływać na swoje przeznaczenie.
11. Potrafię sobie wyobrazić, jak sprawić, by wszystko działało.
12. Podejmując się projektu mam pewność, że z powodzeniem go zrealizuję.
13. Strzelam do doskonałości we wszystkim, co robię.
14. Według mnie w jakiś sposób udaje nam się osiągnąć własne szczęście.
15. Generalnie nie ufam swoim instynktom.
16. Nie mam problemu z pracą dla kogoś innego.
17. Staram się być pierwszy lub najlepszy w swoim obszarze kompetencji.
18. Dla mnie podejmowanie ryzyka jest jak kupowanie losu na loterię: to kwestia przypadku
19. Potrafię dostrzec wiele rozwiązań problemu.
20. Wolę mieć ostatnie słowo.
21. Zawsze staram się wyciągnąć wnioski z moich niepowodzeń.
22. Dla mnie wszystko jest możliwe, jeśli wierzę, że mogę to zrobić.
23. Wolę używać starych dobrych sposobów robienia rzeczy.
24. Sukces to głównie szczęście.
25. Pobudza mnie pewien poziom stresu.
26. Łatwo jest mi motywować innych do współpracy ze mną.
27. Często czuję się utknął w trudnej sytuacji.
28. Z łatwością mogę sobie wyobrazić wiele sposobów zaspokojenia potrzeby.
29. Po porażce jestem w stanie się podnieść i zacząć od nowa.
30. Nie zawsze jestem gotów do poświęceń, aby odnieść sukces.
31. Nie lubię wpływać na innych.
32. Aby być z siebie zadowolonym, podejmuję się łatwych projektów.
33. Kiedy podejmuję się projektu, nie zawsze jestem przekonany, że uda mi się go zrealizować z sukcesem.
34. Lubię przewodzić innym.
35. Zawsze staram się podejmować skalkulowane ryzyko

36. Trudno mi funkcjonować w niepewnych lub niejednoznacznych sytuacjach..
37. Zawsze jestem w trakcie uruchamiania nowych projektów.
38. Trudno mi przewidywać wydarzenia, trendy.
39. Naprawdę lubię sytuacje, w których obowiązują zasady, których należy przestrzegać.
40. Dziś bez dużej ilości pieniędzy nie możemy wziąć na całość.
41. Bycie zbyt ambitnym jest często źle postrzegane.
42. Mam tendencję do odkładania trudnych zadań na później.
43. Jestem typem osoby, która postrzega szklankę jako w połowie pustą, a nie w połowie pełną.
44. Jest czas na myślenie, ale ważniejsze jest działanie.
45. Nie boję się podejmować inicjatyw.
46. Bez względu na to, co robimy, nie zależy to od nas.
47. Wolę być swoim własnym szefem.
48. Nie uważam się za bardziej ambitnego niż inni.
49. Zawsze daję z siebie wszystko, co robię.
50. Dobrze radzę sobie ze stresem w sytuacjach niejednoznacznych i niepewnych.

Wyniki zostaną wyświetlone z niebieskimi paskami. Czerwona pionowa pokazuje średni wynik typowego przedsiębiorcy w działaniu.



Wyniki są pogrupowane w trzy jednostki:

- Minimalny wynik, który ostrzega o możliwym braku cechy;
- Średnia ocena, która odzwierciedla cechy osoby, która już prowadzi biznes
- Maksymalny wynik – najwyższy wynik testu.

W tym zakresie można porównać wyniki quizu.

Co musisz zrobić, aby przygotować się do tej sesji

Mentor powinien zinterpretować wyniki – aby móc podać szersze wyjaśnienie lub przykłady tego, co te cechy wnoszą do przedsiębiorców w ich życiu.

Charakterystykę podzielono na trzy sekcje: motywacje, predyspozycje i postawy związane z osobą przedsiębiorczą. Ogólny wynik jest przedstawiony na końcu testu. Wyróżnia się niektóre integralne części cech w celu ich bardziej szczegółowego uszczegółowienia.

1. Motywacje to czynniki determinujące zachowanie. Są to podstawowe powody, które skłaniają kogoś do działania.

1.1. Potrzeba osiągnięcia / sukcesu. Potrzeba osiągnięcia przejawia się w pragnieniu postępu, doskonalenia się i działania. Osoba, która ma tę cechę, lubi wyznaczać sobie własne cele i otrzymywać informacje zwrotne na temat tego, co robi, aby osiągnąć sukces. Tacy ludzie są często bardzo konkurencyjni, zwłaszcza ze sobą.

1.2. Moc / kontrola odwołania. Ludzie, którzy lubią władzę i kontrolę, są często nasyceni pragnieniem przewodzenia i wywierania wpływu. Mówiąc konkretnie, tacy ludzie chcą organizować i koordynować działania oraz mobilizować zasoby. Lubią też budzić podziw i zdobywać status społeczny.

1.3. Potrzeba wyzwań/ambicji. Wyzwanie i ambicja są ściśle związane z potrzebą osiągnięcia. Ci ludzie nieustannie szukają sposobów na podjęcie trudnych projektów, na realizację swoich marzeń. Mają ciągłą potrzebę uczenia się.

1.4. Osoby poszukujące niezależności i wolności chcą być swoim własnym szefem i móc dokonywać własnych wyborów, ustalać własne ograniczenia – krótko mówiąc, samodzielnie podejmować decyzje

2. Zdolności to naturalne skłonności, kompetencje, zdolności. Pewne predyspozycje predysponują kogoś do bycia przedsiębiorcą.

2.1 Wytrwałość przejawia się w wytrwałości w wysiłkach, nieustannej determinacji w poszukiwaniu rozwiązań problemów. Ludzie, którzy są wytrwali i zdeterminowani, wykażą się wytrwałością i będą w stanie szybko wrócić.

2.2 Pewność siebie / entuzjazm. Pewność siebie daje komuś wiarę we własne zasoby i możliwości, sprawia, że jest z siebie dumny. Ktoś, kto ma pewność siebie, zna swoją wartość i optymistycznie podchodzi do swojej zdolności do osiągnięcia.

2.3 Tolerancja na niejednoznaczność / odporność na stres. Jest to ważna cecha profilu przedsiębiorcy. Ludzie, którzy potrafią tolerować niejednoznaczność, są w stanie poradzić sobie ze stresem wywołanym niepewnością i zarządzać nim. Są bardzo elastyczne.

2.4 Kreatywność / wyobraźnia. O kreatywności często świadczy ktoś, kto jest ciekawy, dociekliwy, potrafi przewidywać rzeczy i wyobrażać sobie różne rozwiązania problemu.

3. Postawy składają się z percepcji, naszych uczuć na temat czegoś. Są to osądy, które dokonujemy, sposób, w jaki patrzymy na rzeczy.

3.1 Postrzeganie do działania zgodnie z własnym przeznaczeniem. Niektórzy przypisują swój sukces szczęściu, inni przypisują go własnym wysiłkom. Osoby o profilu przedsiębiorczym mają tendencję do przekonania, że mają moc wpływania na wydarzenia poprzez działania, które podejmują.

3.2. Zorientowany na działanie. Jedną z podstawowych cech przedsiębiorcy jest zorientowanie na działanie. Chęć działania i pracowitość to dość powszechne cechy przedsiębiorców. Wierzą, że muszą działać, aby odnieść sukces.

Uczestnicy powinni przygotować:

Zadaniem uczestników jest sporządzenie listy osobistych mocnych i słabych stron zgodnie z wynikami quizu. Można im zalecić sporządzenie listy w dowolnej formie.

Inne komentarze

Ważne jest, aby mieć oko na nastrój uczestników – nie pozwól im się denerwować. Proszę nie brać za pewnik faktu uzyskania lub braku cech drobiazgowych. Żaden test nie może objąć wszystkich czynników odgrywających rolę w przedsiębiorczości, takich jak okoliczności osobiste, doświadczenia itp. Wyniki pozwolą Ci porównać swoje odpowiedzi z grupą przedsiębiorców. Bądź gotów wyjaśnić, że żaden test nie może wskazać pełnego potencjału osobowości. Każde doświadczenie, czas i czynniki środowiskowe mogą dać przewagę.

Wskazanie szacunkowe należy traktować jako punkt możliwego rozwoju w przyszłości lub cel ukierunkowania działań łagodzących.

Tło / referencje / źródła

<https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/business-assessments/self-assessment-test-your-entrepreneurial-potential>.

ĆWICZENIE 2. Partnerstwo w biznesie.

Celem zadania jest określenie wartości partnerstwa w biznesie, odkrycie, w jaki sposób różne role grup łączą się, aby osiągnąć wspólne cele.

Czas trwania

30 min

Opis krok po kroku

Uczestnikom proponuje się pracę nad krótkim przypadkiem, podanym w formacie wideo. Odwiedź stronę :

"Female Entrepreneurs Worldwide", <https://www.thefewgroup.com/>, or Youtube channel to open the video record named "Qualities of a Successful Business Partnership" by Sarah & Fiona Zhuang, the co-founders of company "Sarah Zhuang Jewellery".

W przypadku tego działania można wybrać dwie opcje.

Ćwiczenie 1.

Poproś uczniów, aby wysłuchali wykładu od 5:15 do 10:05 min. i zrób listę 5 ważnych wskazówek, którymi dzielą się siostry na temat czynników sukcesu w biznesie.

Przeprowadź krótką dyskusję w grupie. Poproś uczestników, aby przypomnieli sobie podobne sytuacje, których mogli się nauczyć od przyjaciół lub innych osób, które ilustrują te rady w ich życiu.

Ćwiczenie 2.

Poproś uczestników o wysłuchanie dialogu od 10:25 do 14:20 min. Zidentyfikuj lekcje wyciągnięte przez siostry w ich biznesie.

Omów możliwe niepowodzenia i wyzwania, które przeszli.

Poproś uczestniczki, aby sporządziły listę przynajmniej 4 wyzwań, które siostry wspólnie przezwyciężyły.

Podsumuj dyskusję z korzyściami, jakie może przynieść udane partnerstwo.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Uczestnicy z łatwością odnajdą film na Youtube.

Co musisz zrobić, aby przygotować się do tej sesji

Aby wysłuchać wideo z wyprzedzeniem przed warsztatami. Nie potrzeba nic bardziej specjalnego.

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Ćwiczenie 1.

Uczestnicy powinni wymienić te odpowiedzi:

- 1) miej wielkie marzenia;
- 2) miej pasję;
- 3) ucz się;
- 4) pracuj ciężko;
- 5) bądź sobą.

Ćwiczenie 2.

Odpowiedzi powinny być podobne do:

- 1) nie bój się wyjść ze swojej strefy komfortu;
- 2) czasami jest absolutnie „w porządku” powiedzieć NIE;
- 3) zachowanie równowagi między życiem zawodowym a prywatnym;
- 4) Nie ma problemów nie do rozwiązania.

Lista możliwych słabości do przygotowania przez każdego uczestnika.

Niech zastanowią się nad kierunkami, aby się szkolić lub znaleźć partnera, który może wzmocnić słabości. Lista działań łagodzących, które powinni podjąć, aby przezwyciężyć ewentualne wyzwania w swoim życiu.

Inne komentarze

Mentorzy mogą opcjonalnie wykorzystać ćwiczenie 1 lub ćwiczenie 2. Ćwiczenie 2 powinno być traktowane priorytetowo. Oba ćwiczenia mogą osiągnąć maksymalny cel działania.

Tło / referencje / źródła

<https://www.thefewgroup.com/>

<https://www.youtube.com/watch?v=6Y0FPkgoX8w>

ĆWICZENIE 3. Moja wizja zrównoważonego biznesu

Celem zadania jest wizualizacja charakteru Twojego możliwego biznesu, który jest zgodny z Twoimi osobistymi celami i motywacją.

Czas trwania

20 min

Opis krok po kroku

Odwiedź stronę: <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>.

Poproś uczestników, aby przejrzyli listę 17 SDGs – Celów Zrównoważonego Rozwoju, które obowiązują w UE. Upewnij się, że rozumieją, gdzie leżą możliwości biznesowe. Pamiętaj o koncepcji inteligentnej przedsiębiorczości omówionej na końcu części teoretycznej.

Poproś uczestników, aby wybrali jedną lub dwie sekcje, które najbardziej dotyczą ich osobowości, ich zainteresowania. O kogo się martwią? Czy mają jakieś rozwiązania?

Następnym krokiem jest wyznaczenie celu na całe życie, aby wygenerować wizję biznesową, która wydaje się celowa dla każdego uczestnika. Ich cele muszą pasować do osobistych aspiracji, wszystkich posiadanych zasobów, takich jak umiejętności osobiste, wiedza specjalistyczna, relacje, sieć kontaktów, zasoby materialne itp.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Uczestnicy znajdą w Moodle plik z opisem zadania.

Ćwiczenie 1.

W ślad za poprzednimi czynnościami w tej sesji uczestnicy powinni wskazać swoją charakterystykę w trzech grupach:

- 1) Moje osobiste mocne strony i wartości:
- 2) Inne posiadane przeze mnie zasoby:
- 3) Cele Zrównoważonego Rozwoju, którymi się interesuję:

Dopasowując te cechy osobowe, uczestnicy muszą wyznaczyć sobie cele na całe życie.

Wizja biznesowa jest obrazem, na którym skupiają się przedsiębiorcy.

Szkic wizji biznesowej zawiera następujące elementy:

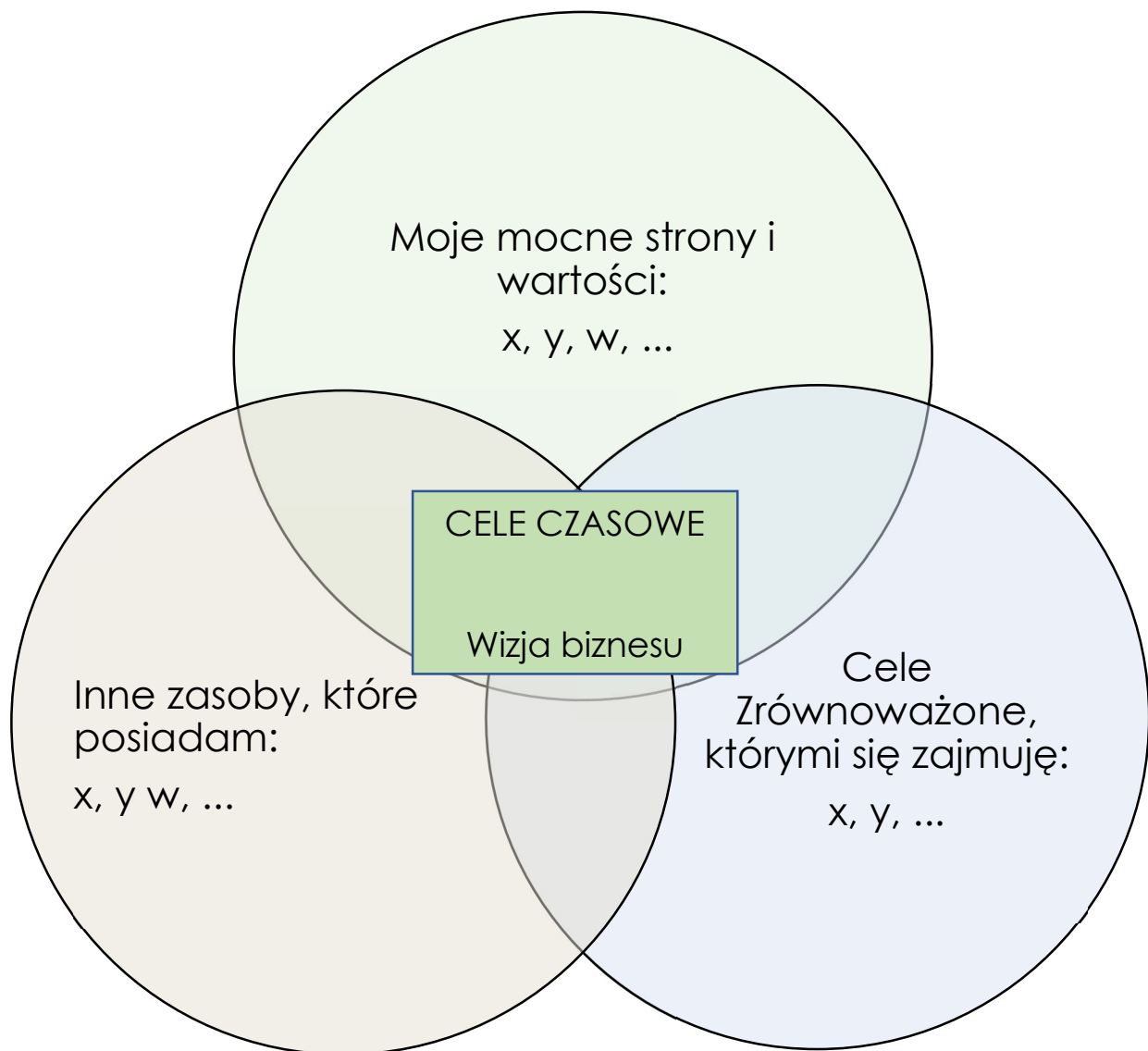
- 1) Obszar i zakres działalności;
- 2) Ukierunkowanie i cel na zrównoważony rozwój;
- 3) osobista misja i samorealizacja;
- 4) Relacje z innymi.

Poproś uczestników, aby wykorzystali te elementy do stworzenia szkicu swojej wizji biznesowej.

Poproś o użycie formatu deklaracji wizji podanego w szablonie ćwiczenia lub poproś uczestników, aby przyjęli inną formę szkicu wizji, na przykład mapę myśli.

Szablon Ćwiczenie 3: Sporządź swoją wizję zrównoważonego biznesu

Zadanie 1. Wyznaczanie celów na całe życie



MOJE DŁUGOTERMINOWE

CELE: 1

.....

2.....

Opcja 1: Wybierz formularz do wypełnienia, aby napisać wizję biznesową.

MOJA WIZJA ZRÓWNOWAŻONEGO BIZNESU

Zdanie powinno zawierać:

Obszar i zakres działalności;

Ukierunkowanie na zrównoważony rozwój i cel;

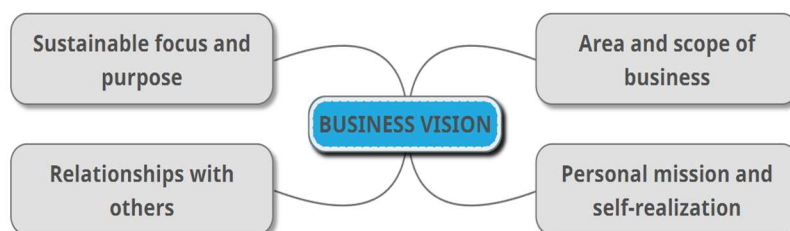
Misja osobista i samorealizacja;

Relacje z

innymi.....

.....

Opcja 2: Wybierz aplikację, aby stworzyć mapę myśli swojej wizji biznesowej, na przykład <https://app.mindmup.com/> lub podobne.



Co musisz zrobić, aby przygotować się do tej sesji

Aby być świadomym 17 Globalnych Celów Zrównoważonego Rozwoju, bądź gotowy do wyjaśnienia.

Wymagane jest zrozumienie zasobów związanych z biznesem.

Być świadomym możliwych aplikacji lub innych technologii korzystania z narzędzi do mapowania myśli.

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Lista osobistych mocnych i słabych stron wraz z działaniami łagodzącymi zaplanowanymi w celu przezwyciężenia ewentualnych wyzwań (z uwzględnieniem potrzeby relacji z innymi).

Lista życiowych celów w oparciu o aktualne kwestie społeczne, kulturowe i ekonomiczne.

Mapa LUB zestawienie potencjalnej wizji biznesowej wykonanej przez uczestników, zawierające: obszar i zakres działalności; koncentracja na zrównoważonym rozwoju i cel; osobista misja i samorealizacja; relacje z innymi.

Inne komentarze

Jeśli zasoby i cecha uczestnika sprawiają, że traci ona ducha lub upada, pomóż jej skupić się na tworzeniu wartości w każdej możliwej kwestii trwałości instytucjonalnej.

Sporządzanie wizji biznesowej powinno przynosić im satysfakcję w wyniku pracy wykonywanej przez nich samych DLA SOBIE.

Tło / referencje / źródła

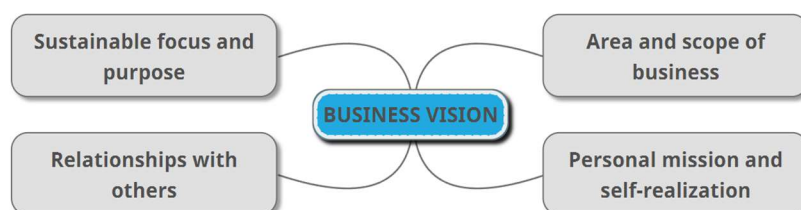
<https://sdgs.un.org/goals>

<https://www.mindmup.com/>

Szablon Ćwiczenie 3: Sporządź swoją wizję zrównoważonego biznesu

Zadanie 2: Połącz elementy wizji

- 1) Projekt wizji biznesowej może mieć różne formy. Wybierz ten, który najbardziej Ci się podoba.
- 2) 2) Sposób mapowania myśli. Jest łatwy w użyciu aplikacji, takich jak:
- 3) <https://app.mindmup.com/map/new>, lub inne



- 4) Stosuj formę pisania deklaracji wizji biznesowej, łącząc elementy wizji.

MOJA WIZJA ZRÓWNOWAŻONEGO BIZNESU

Zdanie powinno zawierać:

Obszar i zakres działalności;

Ukierunkowanie na zrównoważony rozwój i cel;

Misja osobista i samorealizacja;

Relacje z

innymi.....

Dodatkowe informacje

Punkty kontrolne / ocena uczenia się

Ostateczna mapa wizji biznesowej powinna zostać oceniona.

Zmienne oceny (waga od całości):

- 1) identyfikacja w swoim profilu cech związanych z działalnością gospodarczą – 25%;
- 2) działania łagodzące zidentyfikowane słabości – 25%;
- 3) cele długoterminowe, w tym mocne strony i cele związane z samorealizacją, troska o trwałość, dostępne zasoby, potrzeba partnerstwa – 25%;
- 4) projekt czterostronnej wizji biznesowej – 25%.

OPIS METODOLOGII

Quiz to metoda zadawania pytań za pomocą opracowanego kwestionariusza. Rekomenduje się wykorzystanie cyfrowej formy ankiety w postaci gotowych wypowiedzi w celu zebrania odpowiedzi od uczestników i oceny punktacji zgodnie z zaproponowanym w niej systemem.

Metoda studium przypadku zapewnia formę dociekania, która podnosi złożoność spojrzenia na życie. Ważne jest, aby podkreślić wnioski wyciągnięte z realnego doświadczenia biznesowego i pracować z uczestnikami nad wykopywaniem cennych wskazówek.

Burza mózgów jako metoda nauczania może być traktowana jako „rozważanie pomysłów przez jedną lub więcej osób w celu wymyślenia lub znalezienia rozwiązania problemu” (Merriam-Webster Dict.). Użyj tej metody do kreatywnych części sesji.

Mind-mapping- to sposób łączenia kluczowych pojęć za pomocą obrazów, linii i linków. Centralna koncepcja jest połączona liniami z innymi koncepcjami, które z kolei są połączone z innymi powiązanymi pomysłami. Mapy myśli wykorzystują koncepcję „promiennego myślenia” – to znaczy, że myśli promieniują z jednego pomysłu, często wyrażonego jako obraz. Sugerujemy korzystanie z tej metody w sposób interaktywny (aplikacje).

Dodatkowe uwagi

Podkreśl, jak ważne jest, aby uczestnicy byli kreatywni, otwarci na siebie i zachęcaj ich do działania, bez względu na to, jak odważne lub powolne są ich decyzje.

Źródła / referencje

<https://www.thefewgroup.com/>

<https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/business-assessments/self-assessment-test-your-entrepreneurial-potential>

<https://www.youtube.com/watch?v=6Y0FPkgoX8w>

<https://sdgs.un.org/goals>

<https://www.mindmup.com/>

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/brainstorming>

<https://www.emeraldgrouppublishing.com/how-to/study-skills/mind-map>

Moduł 1.2 TWORZENIE WARTOŚCI

Jaki jest cel sesji? Ogólny opis

Celem warsztatu jest wydobyć jak największą wartość z wizji biznesowej ustalonej na poprzednim warsztacie. Sesja zachęca ludzi do przećwiczenia procesu tworzenia wartości poprzez zastosowanie umiejętności krytycznego myślenia. Model tworzenia wartości pomysłu na biznes będzie wymagał zastosowania podejścia design thinking. Uczestnicy będą pracować nad projektem zespołowym wykraczającym poza czas warsztatów, przygotowując swój model tworzenia wartości do realizacji idei inteligentnego i zrównoważonego biznesu.

Cele kształcenia

Ćwicz krytyczne i kreatywne myślenie, aby zbadać proces tworzenia wartości;

Stworzyć model tworzenia wartości innowacyjnego pomysłu na biznes;

Wybierz główne działania tworzenia wartości, aby wdrożyć inteligentny i zrównoważony pomysł na biznes.

Czas trwania

- Całkowity czas trwania - 2 godziny.
- Część teoretyczna zajmie około 30 min.
- Zajęcia praktyczne w tej sesji zaplanowane są dwojako:
 - warsztaty trwające 1 godz. 30 min;

Od uczestników oczekuje się również pracy zespołowej poza warsztatami.

Co edukatorzy muszą przygotować do sesji?

Mentorzy powinni poinformować uczestników, aby przynieśli swoją mapę/wypowiedź biznesową z poprzedniej sesji.

Gotowość do wyjaśnienia Modelu Tworzenia Wartości w praktyce jest koniecznością.

Przygotuj się, aby poprowadzić uczestników do korzystania z szablonów zadań na platformie.

Metodologia

Stosowane metody nauczania: wykład, prezentacja, praca zespołowa, burza mózgów, metoda wywiadu.

O mentorach

Zadaniem mentorów jest prowadzenie procesu uczenia się. Wymagane są umiejętności prezentacji, umiejętności zadawania pytań oraz umiejętność prowadzenia uczestników w niejednoznacznych sytuacjach. Mentorzy powinni być krytyczni i opiekuńczy.

Do prowadzenia projektu praktycznego wymagane będą umiejętności zarządzania zespołem.

Inne komentarze

Zaplanowane działania powinny opracować szkic wizji biznesowej, aby sformułować wartość konkretnych działań biznesowych.

Ćwiczenie 1. Moja wizja biznesowa: krytyczne myślenie

Zadanie polega na zastosowaniu umiejętności krytycznego myślenia. Celem jest uzyskanie bardziej ugruntowanej wizji biznesowej poprzez zbadanie możliwych problemów samo krytyków i próbę ich zweryfikowania za pomocą krytycznej argumentacji.

Czas trwania

30 minut. (czas na zbieranie odpowiedzi od władz nie jest wliczony w cenę)

Opis krok po kroku

Zadanie wymaga od uczestnika indywidualnej pracy badawczej, kontynuowanej działaniami weryfikacyjnymi innych.

Ćwiczenie rozpoczyna się, gdy uczestnicy zabierają się za szkice swojej wizji biznesowej, które zostały opracowane podczas poprzedniej sesji.

Stosując behawioralną klasyfikację krytycznego myślenia, proszą uczestników o zademonstrowanie umiejętności identyfikacji problemu – zbierania informacji – eksploracji opcji – podejmowania ostatecznych decyzji.

Pierwszym krokiem jest określenie, co sprawia, że wizja biznesowa jest niejasna lub wątpliwa. UWAGA: bardzo ważne jest zastosowanie umiejętności krytycznego myślenia w

celu oparcia założeń za pomocą dokładnych argumentów: dlaczego tak myślisz? Na jakich faktach opierasz swoje założenie?

Następnym krokiem jest zebranie informacji i zbadanie opcji dotyczących tych samych argumentów przez władze, którymi dysponują. Może to być dowolny ekspert lub praktyk w biznesie, członkowie rodziny lub przyjaciele – w zależności od problematycznej kwestii do zbadania. Zadbaj o to, aby zebrane argumenty były konkretne i rozsądne.

Rezultatem tego działania jest szereg argumentów, które należy potwierdzić lub odrzucić jako. Jeśli te wyniki mogą wpłynąć na wizję biznesową, dokonaj w niej zmian.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Z mojego punktu widzenia		Jak inni to widzą		weryfikacja
Problemy/ Pytania	Moje argumenty	Autorytet któremu ufam	Argumenty autorytetu	Końcowa decyzja
1.				
2.				
...				
...				
Moja wizja zrównoważonego biznesu:				

Poniżej podana jest tabela, którą uczestnicy znajdą na platformie:

Uczestnicy proszeni są o wypełnienie pustych miejsc w stole.

Szara część skupia się na osobistym punkcie widzenia – wątpliwościach jako problemach z realizacją wizji biznesowej.

Sekcja różowa służy do wypełniania informacji od władz.

W zielonej strefie muszą odłożyć ostateczną decyzję po weryfikacji.

Ostatni wiersz dotyczy poprawionego oświadczenia ich wizji biznesowej (w razie potrzeby).

Co musisz zrobić, aby przygotować się do tej sesji

Sugerujemy, aby nauczyciele spojrzeli na stół na platformie, aby byli gotowi do instruowania uczestników.

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Efektem końcowym jest sprecyzowana wizja biznesowa, ukształtowana przez krytyczny proces weryfikacji.

Tło / referencje / źródła

Bandyopadhyay, S., Szostek, J. Krytyczne myślenie o krytycznym myśleniu: Ocena krytycznego myślenia studentów biznesu przy użyciu wielu miar. - Journal of Business Education of Business.

<https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/26470/jeb-subir-critical.pdf?sequence=1>

ĆWICZENIE 2. Projekt zespołowy „Spis kreatywnych pomysłów”

Celem projektu jest przećwiczenie procesu Koła Tworzenia Wartości w celu sformułowania konkretnej wartości pomysłów biznesowych. Jako ważną część projektu należy wziąć pod uwagę wartość partnerstwa dla uzyskania trwałej przewagi konkurencyjnej w biznesie. Finalizacja prac projektowych, kluczowe czynności, które należy wykonać, aby uzyskać wartość firmy.

Czas trwania

60 min na pracę w warsztacie.

Projekt zespołowy może zająć do 2 dodatkowych godzin w przypadku, gdy członkowie zespołu napotkają trudności w pracy zespołowej lub mają zbyt rozbudowane pole kreatywności.

Opis krok po kroku

Projekt ma na celu przejście przez proces tworzenia wartości z wykorzystaniem.

Model koła tworzenia wartości. Na platformie znajduje się szablon projektu.

Zadanie jest przygotowywane jako projekt zespołowy. Członkowie zespołu muszą przyczynić się do każdej z zadań. Tabele podane w szablonie należy wypełniać konsekwentnie.

Zadanie 1 wymaga od nich określenia wartości problemu lub wyzwania, które chcą rozwiązać podczas prowadzenia biznesu. Preferowany termin – 5 min. Problem jako troskę o zrównoważony rozwój można przenieść z wizji biznesowej.

Zadanie 2 wymaga wygenerowania wielu pomysłów biznesowych. Poproś członków zespołu, aby myśleli kreatywnie i sporządzili listę pomysłów biznesowych. Doradź im, aby mieli listę co najmniej 5 różnych pomysłów na biznes. Chociaż nie jest problemem mieć mniej liczb – w tym przypadku zadanie 3 może się zmniejszyć. Limit czasu - 30 min.

Zadanie 3 prosi o wybranie najlepszych pomysłów na biznes poprzez uszeregowanie ich według zdefiniowanej listy możliwych kryteriów lub filtrów. Ważnym kryterium może być wartość ewentualnego partnerstwa. Limit czasu to około 10 min.

Zadanie 4 wymaga, aby pomysły biznesowe przeszły przez ścieżkę filtrów rankingowych, aż do znalezienia ostatecznego rozwiązania. Uczestnicy muszą ugruntować ostateczną wartość pomysłu na biznes. Limit czasu - 15 min. Zadanie 4 jest ostatnim planowanym do wykonania na warsztacie.

Zadanie 5 zachęca do poszukiwania wartości operacyjnej w biznesie. Rozważ możliwość walidacji 3Ms (Manpower, Minute & Money) z końcowym pomysłem na biznes, określając działania związane z wdrożeniem ostatecznego rozwiązania. Należy wskazać wartość partnerów biznesowych.

Ponieważ zadanie 5 jest pozostawione do opracowania poza ramami warsztatowymi, upewnij się, że uczestnicy rozumieją wymagania zadania.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Uczestnicy znajdą na platformie następującą konstrukcję projektu:

Zadanie 1. Przedstaw diagnozę swojej wizji zrównoważonego biznesu.

faza VCW	Działania do zrobienia
Odkryj wartość	Wyzwanie lub problem zrównoważonego rozwoju, na którym się koncentrujesz:

Zadanie 2. Wygeneruj liczne pomysły biznesowe. Zdefiniuj kryteria/filtry, aby rozwiązać wyzwanie.

faza VCW	Działania do zrobienia
Stwórz wartość	Lista pomysłów biznesowych (ok. 5-6):

Zadanie 3. Wybierz pomysły z pełnej listy. Uporządkuj kryteria/filtry, aby rozwiązać wyzwanie.

Faza VCW	Działania do zrobienia
Analizuj wartości	2-3 wybrane pomysły: Filtry stosowane przy selekcji: Możliwości partnerstwa:

Zadanie 4. Wybrane pomysły przechodzą przez ścieżkę filtrów rankingowych, aż do znalezienia ostatecznego rozwiązania.

faza VCW	Działania do zrobienia
Wartość	Finalny pomysł biznesowy: Możliwości partnerstwa:

Zadanie 5. Rozważ 3Ms (Manpower, Minute & Money) oraz wartość partnerstwa dla swojego pomysłu na biznes.

Faza VCW	Działania do zrobienia
Wartość operacyjna	Siła robocza Czas: Pieniądze: Partnerzy:

Co musisz zrobić, aby przygotować się do tej sesji

Ustal zasadę tworzenia zespołów. Zaleca się pogrupowanie ich według ich problemów biznesowych/troski, które mają rozwiązać. Dostępne są również inne metody.

Przed rozpoczęciem działań projektowych przypomnij uczestnikom, że sukces biznesowy opiera się na trójkącie tworzenia wartości: wartość dla właścicieli, wartość dla pracowników, wartość dla klientów.

W razie potrzeby przygotuj się do wyjaśnienia roli 3M (Manpower, Minute, Money) w zarządzaniu przedsiębiorstwem.

UWAGA: Wartości pomysłu muszą odpowiadać wartościom możliwości.

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Uczestnicy powinni mieć decyzję – ostateczny pomysł na biznes.

Ostatnim etapem projektu powinno być przedstawienie modelu tworzenia wartości innowacyjnego biznesu. Należy określić konkretne wartości, w tym wartość partnerstwa.

Wyniki mogą dać uczestnikom zarys ich modelu biznesowego, chociaż jest to konieczne w tym module.

Ćwiczenie 2 Szablon: Projekt zespołowy WYŚWIETL KREATYWNE POMYSŁY

Opis:

Członkowie zespołu projektu muszą wnieść swój wkład w każde z zadań.

Wszystkie 5 zadań muszą być konsekwentnie realizowane. Postępuj zgodnie z sekcjami, wypełnij linie.

Zastosuj umiejętności krytycznego i kreatywnego myślenia.

Zadanie 1. Przedstaw diagnozę swojej wizji zrównoważonego biznesu.

Faza VCW	Działania do wykonania
Odkryj wartość	Wyzwanie lub problem zrównoważonego rozwoju, na którym się koncentrujesz:

Zadanie 2. Wygeneruj liczne pomysły biznesowe. Zdefiniuj kryteria/filtry, aby rozwiązać wyzwanie.

Faza VCW	Działania do wykonania
Stwórz wartość	Lista pomysłów biznesowych (ok. 5-6):

Zadanie 3. Wybierz pomysły z pełnej listy. Uporządkuj kryteria/filtry, aby rozwiązać wyzwanie.

Faza VCW	Działania do wykonania
Analizuj wartość	2-3 wybrane pomysły: Filtry stosowane przy selekcji: Możliwości partnerstwa:

--	--

Zadanie 4. Wybrane pomysły przechodzą przez ścieżkę filtrów rankingowych, aż do znalezienia ostatecznego rozwiązania.

Faza VCW	Działania do wykonania
Wartość podstawowa	Finalny pomysł biznesowy: Możliwości partnerstwa:

Zadanie 5. Rozważ 3Ms (Manpower, Minute & Money) oraz wartość partnerstwa dla swojego ostatecznego pomysłu na biznes.

Faza VCW	Działania do wykonania
Wartość Operacyjna	Siła robocza: Czas: Pieniądze: Partnerzy:

Inne komentarze

Mentorzy powinni dbać o proces pracy zespołowej, wsparcie w rozwiązywaniu problemów.

Zaleca się przestrzeganie ram czasowych i ostrzeganie uczestników podczas procesu.

Tło / referencje / źródła

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Lages, Luis Filipe (2016), "VCW-Value Creation Wheel: Innovation, technology, business, and society", *Journal of Business Research*, 69(11).

Dodatkowe informacje

Punkty kontrolne / ocena uczenia się

Zmienne oceny (waga od całości):

- 1) zasadność argumentów - 20%;
- 2) zestaw kryteriów filtrujących pomysły biznesowe do ostatecznego - 20%;
- 3) zdolność do generowania pomysłów biznesowych - 30%;
- 4) identyfikacja konkretnych wartości pomysłu na biznes – 30%.

METODOLOGIA

Metodę wywiadu można rozumieć jako „rozmowę między ludźmi, w której jedna osoba pełni rolę badacza” (Arksey i Knight, 1999).

Burza mózgów jako metoda nauczania może być traktowana jako „rozważanie pomysłów przez jedną lub więcej osób w celu wymyślenia lub znalezienia rozwiązania problemu”. Użyj tej metody do generowania pomysłów biznesowych.

Praca zespołowa jako metoda powinna być wdrażana w swoim podstawowym znaczeniu jako „praca wykonywana przez ludzi, którzy pracują razem jako zespół, aby coś zrobić”.

Źródła / referencje

Lages, Luis Filipe (2016), „Koło tworzenia wartości VCW: innowacje, technologia, biznes i społeczeństwo”, *Journal of Business Research*, 69(11).

Arksey, Hilary i Peter Knight (1999). *Wywiady dla socjologów: Zasób wprowadzający z przykładami*. Londyn: SAGE.,

<https://methods.sagepub.com/book/interviewing-for-social-scientists>

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/brainstorming>

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/teamwork>

Ćwiczenie 3. Moja wizja biznesowa: krytyczne śledztwo

1. Szara część służy do wyrażania wątpliwości, czy wizja biznesowa może zostać wdrożona. Zdecyduj o wszystkich swoich pojawiających się wątpliwościach, wspomnij o argumentach, które posiadasz, aby się przekonać.
2. Sekcja różowa to wpisanie nazwiska osoby, która jest autorytetem w tej sprawie, abyś mógł zebrać jej argumenty w tych samych sprawach. Poproś ich, aby byli szczerzy.
3. Zielona strefa to tworzenie zweryfikowanych decyzji, które mają potencjał do doprecyzowania Twojej wizji biznesowej.
4. Wypełnij puste miejsca w tabeli. W razie potrzeby zrewiduj opis swojej wizji biznesowej.

<i>Z mojego punktu widzenia</i>		<i>Jak inni to widzą</i>		<i>Weryfikacja</i>
Problemy/ Pytania	Moje argumenty	Autorytet któremu ufam	Argumenty od autorytetu	Finalna decyzja
1.				
2.				
...				
...				
<i>Moja wizja zrównoważonego biznesu:</i>				

Moduł 1.3. CO TO JEST GOSPODARKA ZAMKNIĘTA

Jaki jest cel sesji?

Nadmierna eksploatacja zasobów naturalnych niezbędna do osiągnięcia wzrostu gospodarczego i rozwoju negatywnie wpłynęła na środowisko i niekorzystnie wpłynęła na ich dostępność i koszty.

Celem sesji jest:

Na początku

Zrozumieć różnicę między gospodarką liniową a gospodarką o obiegu zamkniętym.

Podczas sesji

- ✓ zdefiniowanie zrównoważonego rozwoju i jego związku z nadmierną konsumpcją i nadprodukcją z biznesowego i ekonomicznego punktu widzenia;
- ✓ zdefiniowanie podstaw gospodarki o obiegu zamkniętym i cech modelu biznesowego o obiegu zamkniętym.
- ✓ opisanie korzyści biznesowych płynących z przejścia na cyrkularny model biznesowy.

Na końcu

Zrozumieć, jak budować zrównoważoną kulturę w organizacjach, w tym jak włączać w ten proces inne strategie biznesowe.

Cele kształcenia

- ✓ Zidentyfikuj główne elementy charakteryzujące gospodarkę o obiegu zamkniętym
- ✓ Rozpoznać główną terminologię w CE i ich powiązania ze sterownikami – aktywatory i akceleratorzy
- ✓ Dowiedz się, czym jest myślenie okrężne i wymień jego zalety dla „systemu”
- ✓ Rozpoznaj i dostosuj model biznesowy oraz spraw, by był „okrągły”
- ✓ Jakie są skutki i korzyści gospodarki o obiegu zamkniętym
- ✓ Powiąż swój pomysł biznesowy i plany z systemem „zamkniętej pętli”
- ✓ Opracuj plan doskonalenia swojej działalności lub produktów w oparciu o podejście CE

Czas trwania: 4 godziny.

Co edukatorzy muszą zrobić, aby przygotować / do sesji?

Musieli przestudiować część teoretyczną; jasno określić, jakie są główne elementy gospodarki o obiegu zamkniętym.

O mentorach

Obecna sytuacja Covid 19 i jej ograniczenia wymagają od mentorów projektu FIT uważnego śledzenia uczestników podczas lekcji.

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which the information contained therein.



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

The European
contents which
may be made of

The European contents which may be made of

Dokument z opisem/wizualizacją pomysłu przygotowanym przez pary na płótnie, z ich indywidualnymi oczekiwaniami. Pomaga usunąć rozbieżności i znaleźć wspólne zrozumienie.

Tło / referencje / źródła

<https://www.circulardesignguide.com/methods>

<https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview>

Ćwiczenie 2 „Gospodarka liniowa i o obiegu zamkniętym dla Twojej przyszłej działalności”

Czas trwania 45 min.

Opis krok po kroku

To jest praca indywidualna. „Napisz kolejny krótki i interesujący raport na temat różnicy między ekonomią liniową a cyrkularną dla sektora, w którym otworzysz własną działalność”

Annex n. 2

Activity 2 45 mn. Individual work	“Write a nother short and interesting report on the difference between linear and circular economics for the sector you will open the own activity”
--	---

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Aneks 1

<u>Ćwiczenie 1</u> <u>45 min.</u> <u>Praca w parach</u>	<u>“Napisz krótki i interesujący raport o różnicy między ekonomią linearną a cyrkularną”</u> <u>Twój sektor to:</u>
--	---

Aneks 2

Ćwiczenie 2	“Napisz kolejny krótki i interesujący raport o różnicy pomiędzy ekonomią linearną a cyrkularną dla sektora, w którym otworzysz swoją działalność. ”
45 min. Praca	
Indywidualna	

Konkretne wyniki, które uczestnicy powinni przygotować

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Uczestnicy będą musieli wypracować wiarygodne wyniki gospodarki o obiegu zamkniętym dla własnego, przyszłego biznesu

Działania nr. 1 i nr. 2 pomogą Ci zapoznać się z różnymi modelami gospodarki (liniowym i cyrkularnym).

Punkty kontrolne uczenia się / Ocena

- ✓ Obserwacja zachowania;
- ✓ Ocena mentora: Mentorzy będą mogli wypełnić formularz – odnosząc się do nich – dla każdego uczestnika kursu, aby ocenić jego postępy „w planie podróży”. Szablon oceny mentorów znajduje się na końcu Podręcznika warsztatowego wraz z szablonem samooceny dla uczestników.
- ✓ Sesja zakończy się testem ewaluacyjnym w formie samooceny. Każda uczestniczka dokona samooceny, w jakim stopniu jej kompetencje wzrosły: wypełnij załączoną ocenę samooceny (znajdziesz ją na końcu niniejszego Przewodnika warsztatowego).

Prosta skala z podziałką pomoże uczestnikowi w operacji.

Metodologie

W tym module zastosowana metodologia nosi nazwę uczenia się opartego na badaniach (RBL); składa się z ram, które pomagają przygotować uczniów do bycia dociekliwym i uczącymi się przez całe życie. Termin „badania”, który często kojarzy się ze studentami piszącymi raporty z badań, definiowany jest tutaj jako sposób myślenia o nauczaniu i uczeniu się, perspektywa, paradygmat.

Jest to specyficzne podejście do nauczania w klasie, które kładzie mniejszy nacisk na skoncentrowane na nauczycielu uczenie się treści i faktów, a większy nacisk na uczniów jako aktywnych badaczy

CHART ONE

Teacher's Role	Classroom Activities	Student Outcomes
Identify and clarify issues and questions with students.	Use engaging activities to introduce key questions and develop curiosity and interest.	Student involvement and engagement. Ownership of questions.
Help students find and process information.	Conduct research, use search engines, read and examine a variety of texts to use as research materials.	Learn research and note-taking skills. Learn how to read for understanding and find key information and ideas.
Help students to think critically and creatively.	Use activities that support evaluation, interpretation, analysis, compare and contrast, creative thinking.	Learn to detect misinformation, to be more creative, think outside the box, think logically, write effectively.
Help students apply knowledge and ideas and draw conclusions	Use activities that help students synthesize information, write summaries, work on an authentic task, solve problems and make decisions.	Learn to synthesize and summarize, write and organize information, use problem solving skills, complete tasks and projects.
Help students communicate results	Use activities that support the development of summary products, student presentations, writing papers, oral presentations.	Learn to make presentations, communicate results orally, and write and organize papers.

Uczą się czytać w celu zrozumienia, tworzyć interpretacje, rozwijać i oceniać hipotezy oraz myśleć krytycznie i kreatywnie.

Uczą się, jak rozwiązywać problemy, wyzwania i dylematy.

Wreszcie rozwijają umiejętności komunikacyjne poprzez pisanie i dyskusję.

Nauczyciele odgrywają kluczową rolę w powodzeniu nauczania opartego na badaniach naukowych, angażując i angażując uczniów w zbieranie i przetwarzanie informacji.

Podczas gdy nauczyciele mogą czasami przekazywać informacje poprzez wykłady, a podręczniki są wykorzystywane jako źródło informacji, kładzie się nacisk na to, aby uczniowie uczyli się samodzielnie wyszukiwać i przetwarzać zasoby.

MODUŁ 1.4 NOWE MODELE BIZNESOWE

Jaki jest cel sesji? Ogólny opis

Celem sesji jest zastanowienie się nad nowymi teoriami produkcji w celu tworzenia możliwości i wartości ekonomicznej. Ponadto powstaną pomysły, które uwzględniają rozwiązania już obecne na rynku oraz nowe wyzwania.

Cele kształcenia

- ✓ Uwierz w swoją zdolność wpływania na bieg wydarzeń, pomimo niepewności, niepowodzeń i chwilowych niepowodzeń. Rozwijaj pomysły i możliwości tworzenia wartości, w tym lepsze rozwiązania istniejących i nowych wyzwań.
- ✓ Bądź zdeterminowany, aby przekuć pomysły w czyn i zaspokoić swoją potrzebę osiągnięcia.
- ✓ Zidentyfikuj i oceń swoje indywidualne i grupowe mocne i słabe strony
- ✓ Zastanów się, jak trwałe są długoterminowe cele społeczne, kulturalne i gospodarcze, i wybierz kierunek działania.

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

- ✓ Bądź odporny na presję, przeciwności losu i chwilową awarię.
- ✓ Użyj narzędzia do mapowania cyrkularnego modelu biznesowego, aby zwizualizować planowanie cyklu życia produktu i ocenić, jak zmieni się oferta cyrkularna podczas każdego cyklu użytkowania

Czas trwania: 4 godziny

Co edukatorzy muszą zrobić, aby przygotować / do sesji?

- ✓ Nauczyciele będą studiować ekonomię liniową i o obiegu zamkniętym;

O mentorach

- Mentorzy studiowali ekonomię liniową i o obiegu zamkniętym;
- Mentorzy pomagają uczestnikom w odniesieniu do specyfiki ich pomysłu na biznes: poprzez swój akompaniament przekazują pomysły i sugestie, wyjaśniają wątpliwości lub trudne punkty, pomagają uczestnikowi zrozumieć, jak i co robić;
- Aktywność mentora będzie towarzyszyć poszczególnym uczestnikom (lub grupom, jeśli zostały utworzone) podczas opracowywania modułu i odpowiadać na pojawiające się w tym czasie potrzeby.

ĆWICZENIE 1 „Stare i nowe modele biznesowe”

„Napisz kilka przykładów starych i nowych modeli biznesowych”

Czas trwania: 20 min.

Opis krok po kroku

https://www.case-ka.eu/wp/wp-content/uploads/2017/05/SustainableBusinessModelCanvas_highresolution.jpg

The Sustainable Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

On:

Version:

Key Partners  Who are our key partners? Who are our key suppliers? Which key resources are we acquiring from partners? Which key activities do partners perform? MOTIVATION FOR PARTNERSHIPS: Optimization and economy Reduction of risk and uncertainty Acquisition of particular resources and activities	Key Activities  What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams? CATEGORIES: Production Problem Solving Platform/Network	Value Propositions  What value do we deliver to the customer? Which set of our customers' problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we satisfying? CHARACTERISTICS: Newness Performance Customization "Getting the Job Done" Design Brand Status Price Cost Reduction Risk Reduction Availability Convenience/Usability	Customer Relationships  What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which behaviors are we establishing? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they? EXAMPLES: Personal Assistance Dedicated Personal Assistance Self Service Automated Services Co-creation Co-creation	Customer Segments  For whom are we creating value? Who are our most important customers? POSSIBILITIES: Mass Market Niche Market Segmented Diversified Multi-sided Platform
Key Resources  What Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams? TYPES OF RESOURCES: Physical Intellectual (brand patents, copyrights, data) Human Financial		Channels  Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? How are our Channels integrated? Which ones work best? Which ones are most cost efficient? How are we integrating them with our business model? CHANNEL PHASES: 1. Awareness 2. Evaluation 3. Purchase 4. Delivery 5. After Sales (post-purchase customer support) ... of products & services and Value Proposition		
Cost Structure  What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are the most expensive? Which Key Activities are the most expensive? IS YOUR BUSINESS MORE: Cost Driven (lowest cost structure, low price value proposition, maximum automation, extensive outsourcing) Value Driven (focused on value creation, premium value proposition) SAMPLE CHARACTERISTICS: Fixed Costs (salaries, rent, utilities) Variable Costs Economies of Scale Economies of Scope		Revenue Streams  For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues? FIXED PRICING: List Price Product feature dependent Customer segment dependent Volume dependent DYNAMIC PRICING: Negotiation (bargaining) Yield management Real-time Market TYPES: Asset Sale Subscription Fees Usage Fee Licensing/Royalty/Leasing Resale/Trade-in		
Eco-Social Costs  What ecological or social costs is our business model causing? Which Key Resources are non-renewable? Which Key Activities use a lot of resources? EVALUATION INSTRUMENTS: Life Cycle Assessment (of products and services) Common Good Balance Sheet		Eco-Social Benefits  What ecological or social benefits is our business model generating? Who are the benefit users? Are they potential customers? Can we transform the benefits into a Value Proposition? If yes, for whom? INSTRUMENTS: Social Reporting Standard Common Good Balance Sheet		

Based on: www.businessmodelgeneration.com

- ✓ Każdy uczestnik może skorzystać z załącznika nr. 3 po krótkim opisie kilku przykładów „starej i nowej ekonomii” (możesz użyć komputera i dowolnego dostępnego materiału).
- ✓ Załącznik nr. 3 to format, który każdy uczestnik musi mieć zawsze przy sobie, aby go zintegrować lub poprawić.
- ✓ Ten dokument może być używany indywidualnie lub w połączeniu z innymi uczestnikami w celu zaznaczenia postępów lub różnic

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

- ✓ Prezentacja slajdów;
- ✓ Przeczytaj część w instrukcji;

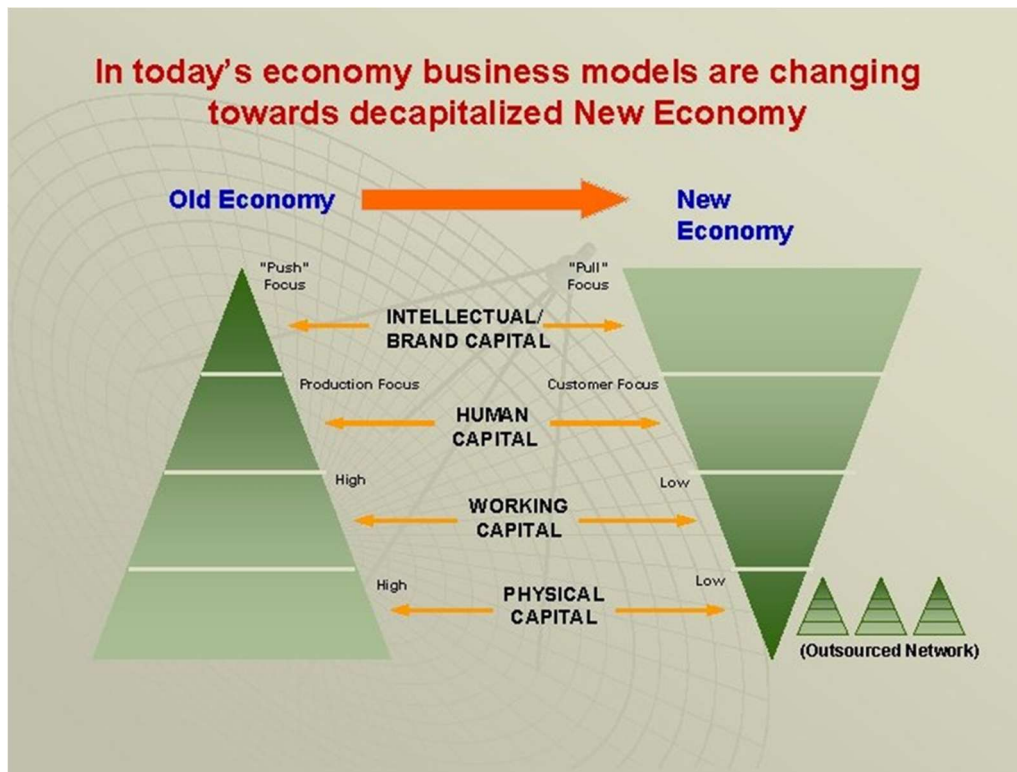
Aneks 4

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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



Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

- ✓ Innowacyjny model biznesowy musi być w stanie definiować i identyfikować możliwości dla innowacji.
- ✓ Uczestnicy, na podstawie tego, czego nauczyli się na zajęciach, muszą wykonać zadanie domowe, które przedstawia kilka przykładów (2 lub 3) innowacyjnych modeli biznesowych.
- ✓ Forma papieru dowolna: może być wykonana ręcznie lub na komputerze; uczestnicy zostaną poproszeni o wyjaśnienie klasie, co znaleźli.

Tło / referencje / źródła

<https://morethandigital.info/en/9-disruptive-business-models-new-opportunities-for-companies/>

<https://bernardmarr.com/the-9-most-successful-business-models-of-today/>

<https://connects.world/business-model/>

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52016IP0007>

https://www.case-ka.eu/wp/wp-content/uploads/2017/05/SustainableBusinessModelCanvas_highresolution.jpg

ĆWICZENIE 2 „Porozmawiaj o tym z kolegą z biurka”

Czas trwania 20 min.

Opis krok po kroku

- ✓ Teraz, po poprzedniej czynności, ważne jest, aby podzielić się wynikami z własnym kolegą z biurka
- ✓ Przeczytaj swój format i przedyskutuj go.
- ✓ Porównaj różnice między starą i nową ekonomią: zaznacza punkty zdobyte koledze z biurka.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

- ✓ Prezentacja slajdów;
- ✓ Przeczytaj część instrukcji
- ✓ Miej zadanie przed sobą (działanie nr 1)

Co musisz zrobić, aby przygotować się do tej sesji

- ✓ Przeczytać część teoretyczną;
- ✓ Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty
- ✓ Zwróć uwagę na rzeczywiste różnice stwierdzone podczas porównania i oceń ich znaczenie;

Tło / referencje / źródła

<https://morethandigital.info/en/9-disruptive-business-models-new-opportunities-for-companies/>

<https://bernardmarr.com/the-9-most-successful-business-models-of-today/>

<https://connects.world/business-model/>

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52016IP0007>

ĆWICZENIE 3 „Wymień zalety i wady nowych modeli biznesowych”

Czas trwania 20 min.

Opis krok po kroku

„Pomyśl i napisz, jakie są zalety i wady tych modeli”

- ✓ Uczestnicy proszeni są o szczegółowe opisanie na piśmie zalet i wad nowych modeli biznesowych;
- ✓ Uczestnicy porównują swoje prace;
- ✓ Dyskusja klasowa;

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Uczestnicy mogą przejrzeć czynności, które właśnie wykonali i, jeśli to konieczne, przeprowadzić badania na komputerze;

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

- ✓ Umiejętność rozpoznawania przełomowych technologii, zmieniające się preferencje konsumentów i zmieniające się scenariusze konkurencji generują ciągłą presję na modele biznesowe firmy.
- ✓ Umiejętność rozpoznania, że przeszkody dla innowacji udanego modelu biznesowego są powiązane z barierami świadomości, badań, systemu, logiki i kultury. Bardzo często bariery te nie są jako takie rozpoznawane.

Tło / referencje / źródła

<https://morethandigital.info/en/9-disruptive-business-models-new-opportunities-for-companies/>

<https://bernardmarr.com/the-9-most-successful-business-models-of-today/>

<https://connects.world/business-models/>

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52016IP0007>

Test in class; IN/OUT (**aneks 5 – 6**) <https://study.com/academy/practice/quiz-worksheet-characteristics-of-traditional-economies.html>

Quiz & Worksheet - Characteristics of Traditional Economies

1. Which one is not a characteristic of a traditional economy?

- ☐ They rely on hunting and fishing
- ☐ They use barter and trade
- ☐ They often live in tribes
- ☐ They have a strong money system

2. Which one is not an advantage of a traditional economy?

- ☐ They know their role in the economy
- ☐ There is less destruction to the environment
- ☐ They know how resources will be distributed
- ☐ They are unaware of what they will receive in exchange for their job

3. Which one is a disadvantage of a traditional economy?

- ☐ There are too many animals to hunt
- ☐ Children do not want to learn how to hunt
- ☐ The change in weather
- ☐ They do not know how to fish for survival

Create your account to access this entire worksheet

A Premium account gives you access to all lessons, practice exams, quizzes & worksheets



Access to all
video lessons



Quizzes, practice exams
& worksheets



Access to experts for
homework questions

© copyright 2003-2020 Study.com. All other trademarks and copyrights are the property of their respective owners. All rights reserved.

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

Załącznik nr. 6 TEST KOŃCOWY

- 1) zachęta
- A) jest przeciwieństwem kompromisu.
 - B) może być nagrodą, ale nie może być karą.
 - C) może być nagrodą lub karą.
 - D) może być karą, ale nie może być nagrodą.
- 2) Najbardziej podstawowym problemem ekonomicznym jest:
- A) Ochrona.
 - B) fakt, że Stany Zjednoczone kupują od obcokrajowców więcej towarów niż my sprzedajemy obcokrajowcom.
 - C) zdrowie.
 - D) niedobór.
- 3) Niedobór wymaga, aby ludzie:
- A) Wymieniali się.
 - B) rywalizowali
 - C) współpracowali.
 - D) dokonywali wyborów.
- 4) Analiza zachowań poszczególnych jednostek decyzyjnych jest definicją
- A) mikroekonomia.
 - B) makroekonomia.
 - C) ekonomia pozytywna.
 - D) ekonomia normatywna
- 5) Termin „koszt alternatywny” wskazuje, że
- A) może być coś takiego jak darmowy lunch.
 - B) dyrektorzy nie zawsze dostrzegają szanse na zysk tak szybko, jak powinni.
 - C) każda decyzja dotycząca wykorzystania zasobu wiąże się z kosztownym wyborem.
 - D) nie wszystkie jednostki wykorzystają w pełni życiowe możliwości, ponieważ niektórym nie uda się

OPIS METODOLOGII

Nauka się poprzez usługi: Uczenie się przez usługi jest podejściem edukacyjnym, które łączy cele uczenia się z usługami społecznymi w celu zapewnienia pragmatycznego, progresywnego doświadczenia edukacyjnego przy jednoczesnym zaspokajaniu potrzeb społecznych. National Youth Leadership Council definiuje uczenie się przez usługi jako „filozofię, pedagogikę i model rozwoju społeczności, który jest wykorzystywany jako strategia instruktażowa w celu osiągnięcia celów edukacyjnych i/lub standardów treści”.

<https://www.learnlife.com/methodologies/service-learning>

Nauka oparta na badaniach: W kontekście tego wykazu uczenie się oparte na badaniach odnosi się do angażowania uczniów bezpośrednio w autentyczne projekty badawcze. Ma to wpływ na różne poziomy. Uczeń potencjalnie zyskuje znaczną motywację w wyniku udziału w badaniach z życia wziętych. To było postrzegane jako katalizator dla uczniów do głębokiego zagłębiania się w tematy. Ponadto, poprzez swoje zaangażowanie w rzeczywiste badania, uczący się zdobywają wiedzę na temat charakteru badań i ich roli jako badaczy. Techniki badawcze są przedstawiane uczniom w jak największej liczbie kontekstów, aby rozwijać ich umiejętności interpretacji, analizy i zastosowania.

<https://www.learnlife.com/methodologies/research-based-learning>

Uczenie się poprzez robienie: Tradycyjnie szkolenie pracowników ma sztywną strukturę. Pracownicy zbierają się w sali konferencyjnej, słuchają wykładu i wychodzą, aby wykonać nowe zadanie lub zastosować nową procedurę. Szkolenie jest niezbędne, aby ustalić oczekiwania i zaszczerpić kulturę firmy, ale nie każdy nadaje się do tego stylu uczenia się. Dlatego wiele organizacji korzysta z uczenia się przez doświadczenie, procesu, w którym pracownicy ćwiczą nowe zadanie w rzeczywistych środowiskach, a następnie poświęcają trochę czasu na zastanowienie się nad swoją wydajnością. Ta metoda ma wiele zalet, w tym tworzenie bardziej angażującego środowiska treningowego, a tym samym tworzenie silniejszych połączeń i wspomnień związanych z nauczanym materiałem. „Uczenie się przez doświadczenie daje możliwość ciągłego uczenia się i doskonalenia. Uczenie się przez działanie zapewnia uczniowi natychmiastową informację zwrotną i możliwość zastanowienia się nad tym, co dalej robić, co poprawić i powtórzyć lub co całkowicie zmienić.

<https://www.the-learning-agency-lab.com/the-learning-curve/learning-by-doing/#:~:text=What%20is%20learning%20by%20doing,again%20alone%20in%20the%20studio>

Peer-to-Peer Learning:

W przypadku uczniów partnerskie uczenie się może prowadzić do poprawy postaw i bardziej spersonalizowanego, angażującego i opartego na współpracy doświadczenia uczenia się, a wszystko to może prowadzić do wyższych osiągnięć. W przypadku nauczycieli-rówieśników doświadczenie to może pogłębić ich zrozumienie tematu i dodać pewności siebie.

<https://www.summertech.net/benefits-of-peer-teaching/#:~:text=For%20students%2C%20peer%20learning%20can,the%20subject%20and%20impart%20confidence>

Coaching: Celem coachingu jest odblokowanie potencjału ludzi do maksymalizacji własnych wyników. To pomaganie im w nauce, a nie nauczanie czy mówienie. Weźmy za przykład naukę chodzenia – większość ludzi nie uczy się chodzić według instrukcji.

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

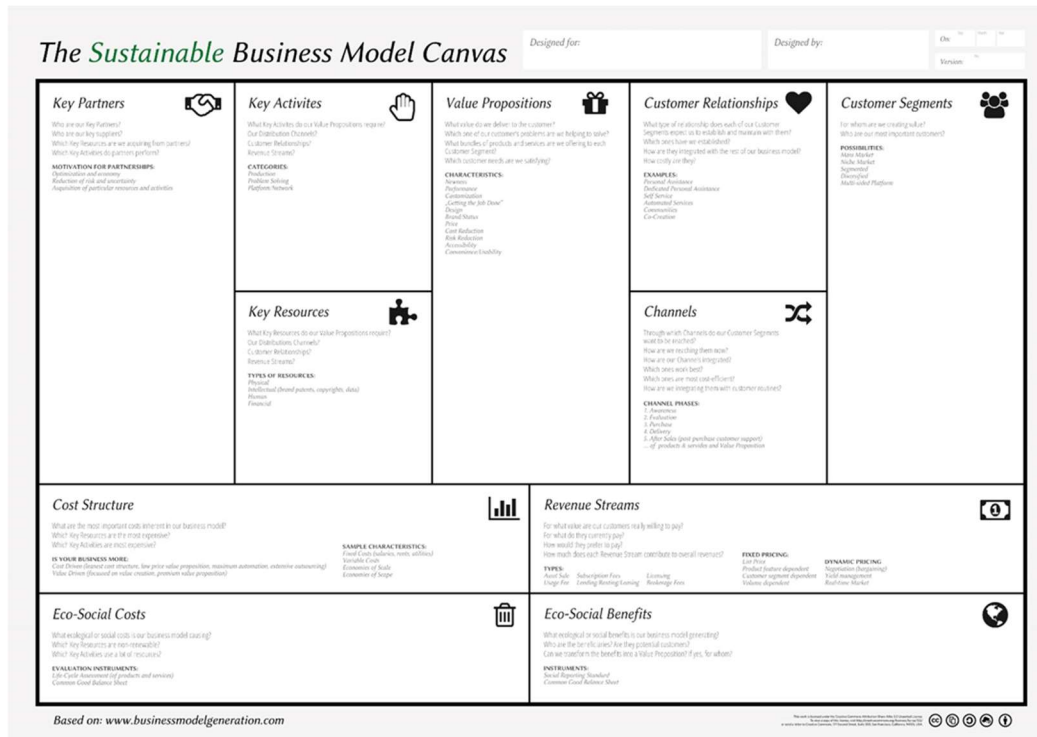


Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Pomagając klientowi w zaangażowaniu się w działanie i będąc płytą rezonansową dla jego doświadczeń, coaching zapewnia jednostce osobistą przestrzeń i wsparcie, którego potrzebuje, aby się rozwijać i rozwijać. Kluczową rolą coacha jest często pomaganie klientowi w utrzymaniu motywacji i zaangażowania potrzebnego do osiągnięcia jego celów

<https://new.coachingnetwork.org.uk/information-portal/what-are-coaching-and-mentoring/>

(Załącznik nr. 3)



Sitography:
<https://www.case-ka.eu/wp/wp->

content/uploads/2017/05/SustainableBusinessModelCanvas_highresolution.jpg

(po aneksie 3)

KLUCZOWE PARTNERSTWA <i>Jak można wzmocnić partnerstwo z organizacjami w całym łańcuchu wartości, aby czerpać korzyści z okrągłości (przepływy materiałów, informacji i kapitału) w systemie?</i> <i>Jakie nowe lub nieoczekiwane partnerstwa możesz zawiązać, aby rozwinąć cyrkularność w swojej organizacji i systemie?</i>	KLUCZOWE DZIAŁANIA <i>Jakie działania mogą najlepiej pomóc Ci w osiągnięciu Twojej propozycji wartości?</i> <i>Jakie mogą być pozytywne efekty zewnętrzne (tj. konsekwencje waszych działań dla innych) waszych działań? I jak możecie monitorować i projektować wszelkie negatywne efekty zewnętrzne?</i> <i>Jak możesz stworzyć nowe formy kapitału ludzkiego, środowiska i finansowego?</i>	WARTOŚĆ PROPOZYCJA <i>Zacznij od zadania sobie pytania: jakie potrzeby chce zaspokoić Twój areaiming? Czy do zaspokojenia tych potrzeb potrzebny jest produkt, czy też usługa?</i> <i>Czy z Twoim produktem/usługą wiąże się coś, co ma potencjalną wartość dla innych?</i> <i>W jaki sposób stworzysz</i>	RELACJE Z KLIENTAMI <i>Jakie pętle informacji zwrotnej będziesz budował z klientami, aby stać się bardziej zwinny i zdolny do adaptacji do ich opinii?</i> <i>Jak możesz połączyć klientów z innymi częściami podróży Twojego produktu/usługi lub materiały?</i>	SEGMENTY KLIENTÓW <i>Kto będzie głównym klientem lub użytkownikiem twojego produktu/usługi?</i> <i>Kto jeszcze może skorzystać z twoich materiałów/produktów/usług lub będzie pod ich wpływem? Rozważ również beneficjentów spoza twojego bezpośredniego łańcucha wartości i branży.</i>
---	---	---	--	--

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

	 KLUCZOWE ZASOBY <i>Jak można zbudować multidyscyplinarny zespół w ramach organizacji lub pomiędzy nimi, aby stworzyć wartość w gospodarce cyrkularnej? Jak można wykorzystać łączność?</i> <i>Jakich zdolności potrzebujesz, aby umożliwić przepływy okrężne i mechanizmy sprzężenia zwrotnego oraz skutecznie prowadzić swoją organizację w perspektywie krótko- i długoterminowej?</i> <i>Skąd będą pochodzić twoje zasoby (odnawialne lub skończone) i co się z nimi stanie po ich użyciu?</i>	<i>przekonującą opowieść o swojej propozycji wartości?</i> <i>Jak można wzmocnić swoją propozycję wartości od samego początku poprzez zaprojektowanie możliwości adaptacji i ciągłej ewolucji?</i>	KANAŁY <i>Jak możesz przeprojektować swoje relacje z łańcuchem dostaw?</i> <i>Jak możesz zbudować pętle informacji zwrotnej bezpośrednio w swoim produkcie/usłudze, które pozwolą Ci zidentyfikować nowe możliwości?</i> <i>Jaką rolę mógłbyś odegrać w logistyce zwrotnej?</i>	
 KOSZTY <i>Jakie koszty można by podzielić lub obniżyć dzięki innym użytkownikom i partnerom?</i> <i>Czy można przejść od modelu własności niedostatecznie wykorzystywanych zasobów do płatności za dostęp i wykorzystanie?</i> <i>Jak można zmniejszyć zmienność kosztów i zależność od wykorzystania ograniczonych zasobów? Co można zrobić, aby złagodzić ryzyko?</i>		 DOCHODY <i>Jak można zdywersyfikować możliwości, aby zwiększyć odporność, wzrost i innowacyjność?</i> <i>W jaki sposób "powiększanie tortu" (poprzez tworzenie wartości w innym miejscu systemu) może korzystnie wpłynąć na Twój własny przyszły sukces?</i> <i>Jak twój model biznesowy może pomóc w tworzeniu innych rodzajów wartości? Kapitał ludzki, społeczny lub naturalny?</i> <i>W jaki sposób nowe usługi mogą zwiększyć przychody z istniejących produktów, aktywów lub systemów dostaw?</i>		

Źródła/ referencje

<https://www.americanexpress.com/en-us/business/trends-and-insights/articles/7-ways-to-build-a-strong-network/>

<https://www.linkedin.com/learning/professional-networking/how-to-build-a-meaningful-connection>

<https://www.businessknowhow.com/marketing/better-networking.htm>

<https://startupnation.com/grow-your-business/offline-networking-essential-entrepreneurs/>

https://www.ted.com/talks/tanya_menon_the_secret_to_great_opportunities_the_person_you_haven_t_met_yet

<https://study.com/academy/practice/quiz-worksheet-characteristics-of-traditional-economies.html>

<file:///C:/Users/user/Desktop/Quiz%20economia.pdf>

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

ROZDZIAŁ 2. ZRÓWNOWAŻONY BIZNES



Moduł 2.1. ZRÓWNOWAŻONE ZARZĄDZANIE WPROWADZENIE

Jaki jest cel sesji? Ogólny opis

Celem tej sesji jest zapoznanie słuchaczy z zagadnieniami inteligentnego i zrównoważonego zarządzania, które ma ogromny wpływ na rozwój gospodarczy kraju, Europy i świata. Dlatego zostaną podjęte zagadnienia wprowadzające i wyjaśniające istotę zarządzania. Na początku uczestnicy zostaną zapoznani z tematem zarządzania w ogóle, pojęciem kultury organizacyjnej oraz rodzajami stylów zarządzania. Następnie zostanie podjęty problem etyki biznesu, która jest odzwierciedleniem takich działań biznesowych, które przynoszą uczciwość i uczciwość wszystkim uczestnikom rynku. Na koniec poruszony zostanie temat zrównoważonego i efektywnego wykorzystania zasobów oraz planowania zrównoważonego rozwoju.

Podejmowane zagadnienia zostaną omówione teoretycznie, a uczestnicy będą mieli również możliwość zdobycia praktycznych umiejętności. Przyczyni się to do właściwego zrozumienia prezentowanych problemów szkoleniowych.

Cele nauczania

Część teoretyczna obejmuje następujące cele:

- Zapoznanie się z tematyką zarządzania,
- Zagadnienia uczenia się związane z pojęciem kultury organizacyjnej

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

- Zrozumienie rodzajów stylów zarządzania.
- Poszerzenie wiedzy z zakresu etyki biznesu w zakresie takich działań biznesowych, które przynoszą uczciwość i uczciwość wszystkim uczestnikom rynku.
- Studium zagadnień związanych ze zrównoważonym i efektywnym wykorzystaniem zasobów oraz planowaniem zrównoważonego rozwoju.

Czas trwania

4 godziny

Co edukatorzy muszą zrobić, aby przygotować / do sesji?

Nauczyciele potrzebują:

- Przygotowanie merytoryczne
- Laptop z połączeniem internetowym
- Projektor i ekran
- Tablica demonstracyjna

Metodologie

- mini wykłady w programie PowerPoint
- ćwiczenia w grupach, w parach i indywidualnie
- dyskusje
- odgrywanie ról
- praca z kamerą i analiza otrzymanego materiału
- mini filmy szkoleniowe

O mentorach

Mentorzy, jako eksperci, którzy odpowiadają za prawidłowy odbiór zagadnień szkoleniowych przez innych uczestników, będą uczestniczyć w całym szkoleniu. Ich zadaniem będzie obserwacja uczestników szkolenia, ich wypowiedzi oraz poprawności wykonywania zadań. Będą również służyć jako eksperci z praktycznym doświadczeniem, aby podsumować każdą partię szkolenia zarówno w części teoretycznej, jak i praktycznej.

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

Projekt przynosi również korzyści mentorom. Uczestnicząc w szkoleniu, korzystają z interakcji z innymi edukatorami z krajów partnerskich oraz z docelową grupą uczestników.

Ćwiczenie 1 Dowiedz się, czym jest firma po jej funkcjonowaniu

Uczestnicy podzieleni są na małe grupy, od 3 do 5 osób. Ważne jest, aby w każdej grupie był przynajmniej jeden mentor. Każda grupa otrzymuje tekst z opisem działalności firmy. Po przeczytaniu tekstu uczestnicy ustalają, co jest mocną i słabą stroną zarządzania firmą. Zapisują to na kartkach. Po 20 min. praca w grupach, przedstawiciel każdej grupy prezentuje wyniki pracy pozostałym uczestnikom, których zadaniem jest nazwanie, jaki styl zarządzania dominuje w danej firmie. W podsumowaniu uczestnicy określają, która z prezentowanych firm najskuteczniej realizuje swoje cele.

Czas trwania

30 min.

Opis krok po kroku

1. Podział uczestników na grupy.
2. Przypisanie każdej grupie tekstu z opisem firmy (każda grupa ma inny przypadek).
3. Wyjaśnienie grupom zadania: identyfikacja mocnych i słabych stron firmy.
4. Właściwa praca w grupach z notatkami na kartkach papieru mocnych i słabych stron firmy (20 min.).
5. Sprawozdania z pracy poszczególnych grup.
6. Podsumowanie: dyskusja: która z prezentowanych firm jest najefektywniejsza biznesowo.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Opis stylów zarządzania

Co musisz zrobić, aby przygotować się do tej sesji

Do wykonania ćwiczenia potrzebujesz:

- ✓ Trenerzy posiadający kompetencje merytoryczne, tj. znajomość zagadnień zarządzania, w tym kultury organizacyjnej i stylów zarządzania oraz otwarte, przyjazne podejście do uczestników.
- ✓ Sala szkoleniowa wyposażona technicznie: komputer, rzutnik, ekran, flipchart, kartki, markery, stoły, krzesła.
- ✓ Większa sala, w której możliwa jest swobodna praca dla kilku grup jednocześnie.

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Od uczestników oczekuje się osiągnięcia wyników w postaci uchwycenia mocnych i słabych stron przedsiębiorstwa za pomocą analizy SWOT.

Ćwiczenie 2 Odgrywanie ról: etyka biznesu

Uczestnicy podzieleni są na dwie duże grupy. Jedna grupa otrzymuje zadanie przygotowania scenariusza i etycznego odgrywania zachowań w biznesie, druga grupa jest wręcz przeciwnie. Następnie każda grupa zostanie podzielona na mniejsze grupy (5-6 osób), w których uczestnicy przygotowują scenariusze, a następnie każda z grup będzie odgrywać swoje role. Tematy fabularne są związane z częścią merytoryczną i są to:

- uczciwość – brak oszukańczych działań jest podstawą budowania relacji opartej na zaufaniu. Uczciwa atmosfera pracy jest jednym z najważniejszych czynników w prowadzeniu biznesu;
- transparentność – zarówno w stosunku do odbiorców, jak i pracowników firmy niezwykle ważne jest jasne i jasne informowanie o najważniejszych działaniach. Pozwala to zweryfikować wspomnianą wyżej uczciwość;
- uczciwość – każdy odbiorca i każda osoba zatrudniona w przedsiębiorstwie powinna mieć równy dostęp do wszystkich sektorów działalności. Nikt nie może być tutaj faworyzowany ani dyskryminowany. To kolejny przejaw etyki biznesu;
- odpowiedzialność – powinieneś być świadomy swoich działań. W razie potrzeby powinieneś ich bronić lub przeproszać za błędy. Takie przedsiębiorcze podejście sprawia, że łatwiej mu zaufać;
- poszanowanie własności – prawo do posiadania własności powinno być respektowane zarówno wewnątrz firmy, jak i wobec klientów. Obejmuje to przedmioty materialne i niematerialne (takie jak dane osobowe);
- przestrzeganie prawa – żaden podmiot nie powinien łamać nakazów ani zakazów. Powstają w celu ułatwienia funkcjonowania w społeczeństwie. Nieprzestrzeganie może skutkować ostracyzmem i sankcjami prawnymi.

Odgrywanie ról zostanie zapisane w aparacie, a następnie odtworzone. Nagrania mają na celu stworzenie możliwości nabrania dystansu przed analizą nagranych materiałów. Po ukończeniu tej części szkolenia rekord zostanie usunięty ze względów ochrony danych.

Po projekcji uczestnicy zdefiniują wartości, do których odnoszą się role.

Czas trwania

45 min.

Opis krok po kroku

1. Podział uczestników na dwie grupy.
2. Zdefiniowanie zadania dla każdej grupy: obie mają tworzyć ciekawe scenariusze i odgrywać swoje role, jednak jedna grupa ma prezentować odpowiednie zachowania biznesowe, a druga – nieetyczne.
3. W ramach obu grup następuje dalszy podział na mniejsze grupy (5-6 osób).
4. Każda grupa otrzymuje 20 minut. stworzyć scenariusz i przygotować się do odegrania roli.
5. Grupy odgrywają swoje role.
6. Podsumowanie: rozpoznanie właściwych i niewłaściwych zachowań biznesowych w przedstawionych scenariuszach.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Wartości biznesowe wraz z ich opisem.

Co musisz zrobić, aby przygotować się do tej sesji

Do wykonania ćwiczenia potrzebujesz:

- ✓ Trenerzy posiadający kompetencje merytoryczne tj. znajomość zagadnień zarządzania z zakresu etyki biznesu, znajomość metody odgrywania ról oraz otwarte, przyjazne podejście do uczestników.
- ✓ Sala szkoleniowa wyposażona technicznie: komputer, rzutnik, ekran, kartki, mazaki, stoły, krzesła, rekwizyty według pomysłu trenera.
- ✓ Większa sala, w której możliwa jest swobodna praca dla kilku grup jednocześnie.

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Uczestnicy powinni umieć identyfikować prawidłowe i niewłaściwe zachowania w biznesie oraz być w stanie je jednoznacznie ocenić.

Tło / referencje / źródła

Barbara Broszkiewicz/ Jerzy Jarek: "Warsztaty Edukacji Teatralnej", wyd. Europa 2001

Wrocław 2. Zofia Wójcik: "Zabawa w teatr", wyd. Didesko, Warszawa 2002

Ćwiczenie 3 Gospodarka o obiegu zamkniętym – szanse i zagrożenia (dyskusja)

Trener może sam być moderatorem dyskusji lub może wyznaczyć do tego inną osobę.

Zanim się ona zacznie trzeba ustalić zasady dyskusji, wśród których powinny się znaleźć: traktowanie siebie z szacunkiem, słuchanie innych, opanowanie nadmiaru emocji, nieprzerywanie rozmówcy itd.

Dyskusja powinna dotyczyć sformułowanego tematu i moderator powinien tego pilnować. Po zakończeniu dyskusji ma miejsce jej podsumowanie. Może to zrobić moderator lub osoba przez niego wskazana.

Czas trwania

15 – 20 min.

Opis krok po kroku

1. Przygotowanie do dyskusji, podanie tematu i zasad dyskusji: zapowiedź trenera.
2. Wskazanie, kto jest moderatorem dyskusji.
3. Rozpoczęcie dyskusji przez moderatora: rozpoczynając dyskusję musimy odnieść się do głównego tematu, a jeśli to możliwe - również do celu, który sobie stawiamy. Biorąc na siebie odpowiedzialność za prowadzenie dyskusji, najlepiej sformułować cel i temat w ramach propozycji dla innych uczestników spotkania, np.: „Chciałbym, żebyśmy dzisiaj porozmawiali o szansach i zagrożeniach gospodarki o obiegu zamkniętym”.
4. Stymulowanie rozmowy: wprowadzenie tematu to początek stymulowania rozmowy, zwykle nie wystarczy, żeby zacząć efektywną dyskusję. Następnym krokiem jest zaproponowanie sposobu przebiegu dyskusji. Np.: "Proponuję, żeby każdy z nas miał 3 minuty na przedstawienie swojego stanowiska. Uwagi będziemy spisywać na tablicy, a następnie podejmiemy decyzję, głosując". Bardziej szczegółową umiejętnością stymulowania rozmowy jest dopytywanie lub proszenie o wyrażenie opinii na dany temat.
5. Dzielenie się własnymi opiniami: podczas dyskusji uczestnicy powinni otwarcie dzielić się swoimi opiniami. Dotyczy to również prowadzącego dyskusję.
6. Podsumowywanie ustaleń: ten element prowadzenia dyskusji, w przypadku jednego poruszanego tematu jest zwykle połączony z zamykaniem dyskusji. W przypadku kilku tematów, które się pojawiły lub też dłuższego czasu prowadzenia rozmowy, ważnym zachowaniem prowadzącego dyskusję jest systematyczne podsumowywanie uzgodnień.
7. Zamknięcie dyskusji: przeprowadzona dyskusja powinna zakończyć się podziękowaniem za udział w dyskusji oraz podkreśleniem pozytywnych aspektów, nawet, jeśli

strony nie osiągnęły porozumienia w żadnej z poruszanych spraw. Należy o to dbać między innymi z powodu utrzymywania dobrych relacji oraz przygotowywania pozytywnego gruntu do kolejnych rozmów.

Materiały/narzędzia znajdujące się na platformie

Zasady ekonomii cyrkularnej

Co potrzebujesz by przygotować się na tą sesję

Ze względu na specyfikę tematu trener lub wyznaczona przez niego osoba moderatora powinni mieć szczegółową wiedzę na temat GOZ. Ponadto wymaga się od nich znajomości zasad skutecznej komunikacji.

Sala szkoleniowa powinna być wyposażona w flipchart, by zapisać wyniki dyskusji. Jednak najsilniejszym czynnikiem do wykonania tego ćwiczenia jest czynnik ludzki.

Konkretne rezultaty uczestnicy powinni przygotować

Uczestnicy zgłębią zagadnienie GOZ i przemyślą jej zalety i wady.

Ewaluacja

Sesja zostanie zakończona testem ewaluacyjnym w formie karty samooceny. Każdy uczestnik będzie dokonywał samooceny, w jakim stopniu zwiększyły się jego kompetencje w danym temacie w skali czterostopniowej: bardzo dużo, wystarczająco, słabo. Karta samooceny znajduje na końcu tego podręcznika.

Metodologie

- mini wykłady w PowerPoint: poświęcony omówieniu problemu, w tym sposobów oraz końcowego rozwiązania tego problemu. Cechuje go nawiązanie szerszego kontaktu trenera ze słuchaczami, czego wyrazem jest ich „dialog wewnętrzny” polegający na uważnym, aktywnym śledzeniu wyводу trenera i rozumowaniu równoległe z nim. Trener myśli głośno, pozwalając tym samym słuchaczom uczestniczyć w gromadzeniu przemyśleń, podążać tokiem swego myślenia: od zrozumienia istoty problemu aż do jego rozwiązania. Wzmocnieniem dla przekazywanych treści jest prezentacja w PowerPoint.
- ćwiczenia w grupach, w parach oraz indywidualne: technika pracy grupowej umożliwiającą uczenie się we współpracy. Sprzyja samodzielnemu uczeniu się. Metoda wymusza solidną pracę w grupie, gdyż od niej zależy czy będzie w stanie

przekazać wiedzę jako ekspert pozostałym członkom grupy. Sprzyja kształtowaniu postawy odpowiedzialności.

- **dyskusja:** polega na swobodnej wymianie poglądów pomiędzy prowadzącym dyskusję a uczestnikami oraz pomiędzy uczestnikami. Charakteryzuje ją swoboda wypowiedzi. Uczestnicy wymieniają własne poglądy i doświadczenia, wzajemnie udzielają sobie wyjaśnień, które w razie potrzeby uzupełniają i koryguje prowadzący moderator. Po zakończeniu dyskusji trener lub uczestnik podsumowuje dyskusję. Podstawą dobrej dyskusji jest jej dość kontrowersyjna teza oraz bardzo dobre przygotowanie jej uczestników.
- **odgrywanie ról:** głównym sposobem pracy na zajęciach jest odgrywanie ról pełnionych przez określone postaci. Odgrywanie ról nie jest inscenizacją. Uczestnik nie gra kogoś, lecz jest sobą w nowych sytuacjach. Najprostszym sposobem bycia w roli jest rozmowa lub wywiad na określony temat w zespołach dwuosobowych. Elementem roli może być etiuda pantomimiczna. Kilkunastoosobowa grupa może zademonstrować tzw. żywy obraz.
- **praca z kamerą i analiza uzyskanego materiału:** polega na nagraniu na kamerę uczestników szkolenia w trakcie wykonywania przez nich ćwiczeń. Zapisany materiał jest następnie omawiany i analizowany, by na tej podstawie każda osoba mogła rozwijać swoje umiejętności.

Źródła

https://www.wpia.uni.lodz.pl/files/articles/95/opisy/9_metody-dydaktyczne.pdf

Opracowanie zbiorowe pod redakcją Marii Jadczak „Interaktywne metody nauczania”, Toruń 2001.

Wincenty Okoń „Wprowadzenie do dydaktyki ogólnej”, PWN Warszawa 1987.

Moduł 2.2 PRZYWÓDZTWO I STYLE PRZYWÓDZTWA

Jaki jest cel tej sesji? Opis

Celem tej sesji jest zapoznanie odbiorców z problematyką nowoczesnego przywództwa w organizacji. Z uwagi na to, że temat jest szeroki w tej części uwaga zostanie skupiona na idei zarządzania przez cele, osobistej odpowiedzialności przedsiębiorczej kobiety, zmotywowanym zespole, gwarantującym efektywne zarządzanie i skuteczne przywództwo. Ponadto uczestnicy zostaną zapoznani ze społeczną odpowiedzialnością biznesu (CSR) jako strategią zarządzania. W kontekście podjętego tematu nie może zabraknąć również metod związanych z kompetencjami interpersonalnymi, pracą zespołową i partycypacją.

Podjęmowane zagadnienia zostaną omówione teoretycznie, natomiast uczestnicy będą mieli również możliwość nabycia praktycznych umiejętności. Przyczyni się do właściwego zrozumienia prezentowanych problemów szkolenia.

Cele nauczania

W części teoretycznej przewidziano następujące cele:

- ✓ Zapoznanie z tematem nowoczesnego przywództwa,
- ✓ Przyswojenie zagadnień związanych z ideą zarządzania przez cele,
- ✓ Dostrzeżenie różnic w osobistej odpowiedzialności kobiet i mężczyzn biznesu,
- ✓ Poszerzenie wiedzy na temat pracy zespołu,
- ✓ Zgłębienie zagadnień związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu (CSR),
- ✓ Pogłębienie wiedzy na temat metod związanych z kompetencjami interpersonalnymi, pracą zespołową i partycypacją.

Czas trwania: 4 godziny

Co edukatorzy muszą przygotować na sesję

Do prowadzenia sesji powinni zostać zaproszeni edukatorzy, którzy posiadają odpowiednie kwalifikacje. Szczególnie przydatne będą tutaj kompetencje z dziedziny zarządzania, socjologii, psychologii i coachingu. Istotne jest także doświadczenie w prowadzeniu szkoleń z tego zakresu, jak też praktyka w zarządzaniu biznesem.

Nauczyciele w pierwszej kolejności powinni wyraźnie sformułować cele szkolenia, które będą odpowiedzią na potrzeby uczestników szkolenia. Powinni zatem znać profil odbiorcy, by móc w jak najwyższym stopniu odpowiedzieć działaniami edukacyjnymi na oczekiwania klienta. Gdy będą zdawać sobie sprawę z postawionych celów i spodziewanych efektów szkolenia, muszą sobie odpowiedzieć na pytanie, jakie metody i narzędzia mogą wykorzystać, aby te cele i efekty uzyskać, biorąc pod uwagę także treść, która ma być zaprezentowana w trakcie szkolenia. Po takim przemyśleniu łatwiej jest ułożyć treści i dopasować ćwiczenia. Takie przygotowanie nauczyciela przed zajęciami powinno spełnić oczekiwania i nadzieje odbiorców, co ma potwierdzić końcowa ewaluacja szkolenia.

O mentorach

Udział mentorów w tej części szkolenia będzie miał podwójny wymiar. Po pierwsze będą oni w porozumieniu z trenerami wchodzić w rolę doradców, a po drugie będą pełnić funkcję ewaluatorów.

Trenerzy powinni zaplanować takie fragmenty szkolenia, w których pozwolą się wypowiedzieć na temat różnych rozwiązań najpierw uczestnikom szkolenia, a następnie poproszą o doradztwo uczestniczących także w szkoleniu mentorów. Trener jako ekspert odniesie się w podsumowaniu danej części do pracy obu grup. Natomiast mentorzy jako ewaluatorzy będą oceniać każdą część zajęć.

ĆWICZENIE 1 Mocne i słabe strony kobiety biznesu

Czas trwania: 30 minut.

Opis krok po kroku

Ćwiczenie przebiega dwuetapowo. Na pierwszym etapie osoby uczestniczące zachęcane są do swobodnego zgłaszania mocnych i słabych stron kobiet biznesu. Trener lub wyznaczona przez niego osoba zapisuje wszystkie pomysły na flipcharcie. Na drugim etapie włączają się w pracę mentorzy, którzy mają za zadanie przeglądnąć zapis i wyłonić najbardziej trafne spostrzeżenia i je omówić w odniesieniu do osobistej odpowiedzialności kobiet i mężczyzn w biznesie. 1. The teacher presents the task in detail. He talks about the role of mentors as advisers.

1. Prowadzący zajęcia przedstawia szczegółowo zadanie. Mówi o roli mentorów jako doradców.
2. Uczestnicy podają pomysły i na tablicy są one zapisywane (15 min.).
3. Włączają się mentorzy, którzy dokonują selekcji zgromadzonego materiału.
4. Uwagi mentorów w odniesieniu do wyselekcjonowanego materiału i problemu odpowiedzialności osobistej w biznesie kobiet i mężczyzn.
5. Podsumowanie: dyskusja: szanse i zagrożenia przywództwa kobiet w biznesie.
6. Ewaluacja: mentorzy omawiają efekty ćwiczenia.

Materiały/narzędzia znajdujące się na platformie

Opis 5 kroków zarządzania przez cele.

Konkretne rezultaty, które uczestnicy powinni przygotować

Oczekuje się wypracowania przez uczestników rezultatów w formie uchwycenia mocnych i słabych stron kobiety przedsiębiorcy z zastosowaniem analizy SWOT.

Tło/referencje/źródła

Amstrong M. (2000), *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, Kraków.

B. Łapiński, M. Gołaszewski, Przywództwo a zarządzanie – różnice, http://coachu.pl/669-Przywodztwo_a_zarządzanie_roznice.htm

Baskiewicz N. (2013), *Kobiety w zarządzaniu organizacjami*, „Studia Ekonomiczne”, Nr 161.

Fastnacht D., *Miękkie kompetencje w zarządzaniu*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Zarządzania Ochroną Pracy w Katowicach”, Nr 1 (2)/2006.

ĆWICZENIE 2 Milcząca burza mózgów: segregacja śmieci

Czas trwania: 20 min.

Opis krok po kroku

To propozycja burzy mózgów, która uczy uważności i pracy zespołowej. Dzielimy uczestników na 4-5 osobowe grupy. Dajemy każdej grupie kartkę i długopis i prosimy, by w milczeniu, nie odzywając się wykonali zadanie, jakim jest rozwiązanie problemu, np. przekonanie ludzi do segregowania śmieci. Każdy w grupie wpisuje swoje 3 propozycje, przekazując sobie nawzajem kartkę zgodnie ze wskazówkami zegara. Nie należy rozmawiać, ani powielać pomysłów poprzedników. Czas przeznaczony na wykonanie zadania to ok. 15 minut. Następnie mentorzy omawiają rezultaty pracy oraz na zakończenie dokonują ewaluacji – co uczestnikom pomagało, a co przeszkadzało w wykonaniu zadania.

1. Podział uczestników na 4- 5 osobowe grupy.
2. Trener wyjaśnia na czym polega zadanie. Każda grupa ma to samo zadanie: by w milczeniu, nie odzywając się wykonali zadanie, jakim jest rozwiązanie problemu: przekonanie ludzi do segregowania śmieci. Każdy w grupie wpisuje swoje 3 propozycje, przekazując sobie nawzajem kartkę zgodnie ze wskazówkami zegara. Nie należy rozmawiać, ani powielać pomysłów poprzedników (15 min.).
3. W trakcie wykonywania zadania każda grupa ma przydzielonego mentora (może być 2-3 mentorów). Ich zadaniem jest śledzenie wykonywania zadania
4. Podsumowanie: mentorzy omawiają wykonanie zadania w każdej grupie. Oceniają pracę zespołową.
5. Ewaluacja przez mentorów: ocena efektywności uczestników w trakcie pracy i skuteczności ćwiczenia.

Materiały/narzędzia znajdujące się na platformie

Informacje na temat budowania efektywnego zespołu oraz tworzenia przestrzeni i warunków do skutecznej i efektywnej pracy zespołowej.

Co potrzebujesz przygotować na tą sesję

Do przeprowadzenia ćwiczenia potrzeba:

- ✓ Osoby trenera z kompetencjami merytorycznymi, czyli znajomością zagadnień zarządzania w zakresie przede wszystkim budowania i pracy zespołu, ale także społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) i otwartym życzliwym podejściem do uczestników.

- ✓ Wyposażonej technicznie sali szkoleniowej: komputer, projektor, ekran, kartki papieru, pisaki, stoliki, krzesła.
- ✓ Sala większa, gdzie swobodnie da się pracować jednocześnie kilku grupom.

Konkretne rezultaty, które uczestnicy powinni przygotować

Uczestnicy powinni znać fazy tworzenia zespołów oraz identyfikować umiejętności zespołowe.

Tło/referencje/źródła

Od jednostki po sprawny zespół – rola przywódcy w tworzeniu się grupy:

<https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-jak-byc-dobrym-przywodca-cz-7-od-jednostki-po-sprawnego-zespol-rola-przywodcy-w-tworzeniu-sie-grupy>

Puszcz H., Zaborek M., *Efektywność zespołu. Analiza jakości działania grupy pracowniczej*. „Personel i Zarządzanie”, Nr 10/ 2016.

Ćwiczenie 3. Kampania społeczna w środowisku lokalnym na rzecz ekologii

Czas trwania: 20-30 minut (w zależności od liczby grup)

Opis krok po kroku

Trener dzieli uczestników na 6-7 osobowe zespoły i zapowiada ćwiczenie, które polega na przygotowaniu projektu kampanii społecznej firmy odpowiedzialnej społecznie, chcącej zwrócić uwagę niedużego środowiska lokalnego, w którym funkcjonuje, na problem społeczny związany ekologią. Może to być segregacja śmieci, dbałość o lasy, o czyste powietrze itd. Kampania może być prezentowana w lokalnych mediach: lokalne radio, lokalna gazeta, strona www., Facebook, plakaty na tablicach informacyjnych.

Podczas pracy zespołów mentorzy będą pełnić rolę doradców. Po zakończeniu ćwiczenia dokonają jego ewaluacji: Jak przebiegała praca zespołu i czy kampania społeczna będzie skuteczna?

1. Podział na grupy.
2. Wskazanie, kto jest mentorem każdej grupy.
3. Omówienie dokładnie ćwiczenia. Każda grupa określa cele kampanii, odbiorców i wybiera samodzielnie, w jakiej formie będzie kampania przebiegała i w jakich mediach. Jeśli grupa wybierze radio lub media społecznościowe, jej praca polega na przygotowaniu scenariusza. Gdy wybierze plakat lub gazetę, powinna przedstawić ich projekt.

4. Omówienie roli mentorów: doradztwo i ewaluacja ćwiczenia.
5. Przedstawiciele zespołów omawiają efekty pracy.
6. Podsumowanie przez trenera: na ile prezentowane projekty kampanii spełniają wymogi kampanii społecznych.
7. Ewaluacja przez mentorów: Jak przebiegała praca zespołu i czy kampania społeczna będzie skuteczna?

Materiały/narzędzia znajdujące się na platformie

Cechy kampanii społecznych

Co potrzebujesz przygotować na tą sesję

Ze względu na specyfikę tematu trener lub wyznaczona przez niego osoba moderatora powinni mieć szczegółową wiedzę na temat kampanii społecznych. Ponadto wymaga się od nich znajomości zasad skutecznej komunikacji.

Sala szkoleniowa powinna być większa, by umożliwić swobodną pracę zespołów. Uczestnicy muszą mieć do dyspozycji materiały kreślarskie oraz arkusze papieru.

Konkretne rezultaty, które uczestnicy powinni przygotować

Uczestnicy zgłębią zagadnienie kampanii społecznych i przemyślą ich skuteczność oddziaływania.

Dodatkowe informacje

Ewaluacja

Sesja podlega systematycznej ewaluacji przez mentorów, jak zostało wyżej opisane.

Metodologia

Burza mózgów - ma na celu doskonalenie decyzji grupowych; jej niewątpliwą zaletą jest możliwość otrzymania w krótkim czasie dużej liczby różnorodnych rozwiązań danego problemu, a także pobudzenie uczestników do twórczego myślenia. W pierwszym etapie osoby uczestniczące zachęcane są do swobodnego zgłaszania pomysłów i wymiany poglądów z zastrzeżeniem braku jakiegokolwiek krytycyzmu. Wszystkie pomysły są zapisywane, bądź sesja rejestrowana jest na taśmie. W drugim etapie ekspert lub grupa ekspertów nieuczestniczących w pierwszym etapie przegląda jego wyniki i stara się odsiać idee mające sens.

Źródła/referencje

https://www.wpia.uni.lodz.pl/files/articles/95/opisy/9_metody-dydaktyczne.pdf

Opracowanie zbiorowe pod redakcją Marii Jadczak „Interaktywne metody nauczania”, Toruń 2001.

Wincenty Okoń „Wprowadzenie do dydaktyki ogólnej”, PWN Warszawa 1987.

ROZDZIAŁ 2.3 ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI

Jaki jest cel tej sesji? Opis

Celem tej sesji jest zapoznanie odbiorców z zagadnieniami związanymi z zarządzaniem zasobami ludzkimi. Na początek podjęty zostanie temat wpływu stylu zarządzania organizacją na jej strukturę. Następnie omówiona zostanie umowa o pracę w kontekście zapisów, które są ważne z punktu widzenia pracownika i pracodawcy. Na koniec omówione zostaną wybrane struktury firmy oraz najbardziej typowe role i obowiązki w nich pełnione.

Podjęmowane zagadnienia zostaną omówione teoretycznie, natomiast uczestnicy będą mieli również możliwość nabycia praktycznych umiejętności. Przyczyni się do właściwego rozumienia prezentowanych problemów szkolenia.

Cele nauczania

W części teoretycznej przewidziano następujące cele:

- ✓ Zapoznanie z tematem zarządzania w kontekście wpływu stylu zarządzania na strukturę organizacji
- ✓ Przyswojenie wiedzy na temat najważniejszych zapisów umowy o pracę
- ✓ Poszerzenie wiedzy na temat wybranych struktur firmy i pełnienia w nich typowych ról.

Czas trwania

3 godziny

Co edukatorzy muszą przygotować na tą sesję

Do prowadzenia sesji edukatorzy, którzy potrzebują:

- ✓ odpowiednie kwalifikacje. Szczególnie przydatne będą tutaj kompetencje z dziedziny zarządzania i psychologii
- ✓ doświadczenie w prowadzeniu szkoleń z tego zakresu, jak też praktyka w zarządzaniu biznesem
- ✓ laptop z dostępem do Internetu
- ✓ ekran
- ✓ projektor
- ✓ kamera video

Metodologie

- ✓ mini wykłady w PowerPoint
- ✓ ćwiczenia w grupach, w parach oraz indywidualne
- ✓ dyskusja
- ✓ odgrywanie ról
- ✓ praca z kamerą i analiza uzyskanego materiału
- ✓ mini filmiki szkoleniowe

O mentorach

Mentorzy będą brać udział w szkoleniu jako eksperci. Przed szkoleniem ich zadaniem będzie zapoznanie się szczegółowe z tematem, a podczas szkolenia będą oni zabierać głos i dzielić się fachową wiedzą razem z trenerami. Ich rola będzie także miała charakter doradczy podczas ćwiczeń.

ĆWICZENIE 1 Dyskusja na temat wpływu stylu zarządzania na strukturę organizacji

Trener może sam być moderatorem dyskusji lub może wyznaczyć do tego inną osobę.

Zanim się ona zacznie trzeba ustalić zasady dyskusji, wśród których powinny się znaleźć: traktowanie siebie z szacunkiem, słuchanie innych, opanowanie nadmiaru emocji, nieprzerywanie rozmówcy itd.

Dyskusja powinna dotyczyć sformułowanego tematu i moderator powinien tego pilnować. Po zakończeniu dyskusji ma miejsce jej podsumowanie. Może to zrobić moderator lub osoba wskazana przez moderatora.

Czas trwania

20 minut.

Opis krok po kroku

1. Przygotowanie do dyskusji, podanie tematu i zasad dyskusji: zapowiedź trenera.
2. Wskazanie, kto jest moderatorem dyskusji.
3. Rozpoczęcie dyskusji przez moderatora: rozpoczynając dyskusję musimy odnieść się do głównego tematu, a jeśli to możliwe - również do celu, który sobie stawiamy. Biorąc na

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

siebie odpowiedzialność za prowadzenie dyskusji, najlepiej sformułować cel i temat w ramach propozycji dla innych uczestników spotkania, np.:

4. "Chciałbym, żebyśmy dzisiaj porozmawiali o wpływie stylu zarządzania na strukturę organizacji".
5. Stymulowanie rozmowy: wprowadzenie tematu to początek stymulowania rozmowy, zwykle nie wystarczy, żeby zacząć efektywną dyskusję. Następnym krokiem jest zaproponowanie sposobu przebiegu dyskusji. Np.: "Proponuję, żeby każdy z nas miał 3 minuty na przedstawienie swojego stanowiska. Uwagi będziemy spisywać na tablicy, a następnie podejmiemy decyzję, głosując". Bardziej szczegółową umiejętnością stymulowania rozmowy jest dopytywanie lub proszenie o wyrażenie opinii na dany temat.
6. Dzielenie się własnymi opiniami: podczas dyskusji uczestnicy powinni otwarcie dzielić się swoimi opiniami. Dotyczy to również prowadzącego dyskusję, a przede wszystkim mentorów.
7. Zamknięcie dyskusji: przeprowadzona dyskusja powinna zakończyć się podziękowaniem za udział w dyskusji oraz podkreśleniem pozytywnych aspektów, nawet, jeśli strony nie osiągnęły porozumienia w żadnej z poruszanych spraw. Należy o to dbać między innymi z powodu utrzymywania dobrych relacji oraz przygotowywania pozytywnego gruntu do kolejnych rozmów.
8. Ocena wyników dyskusji przez mentorów: jakie są najważniejsze spostrzeżenia na temat wpływu stylu zarządzania na strukturę organizacji.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Opis wpływu stylów zarządzania na strukturę organizacji.

Co potrzebujesz by przygotować się do tej sesji

Do przeprowadzenia ćwiczenia potrzeba:

- ✓ Osoby trenera z kompetencjami merytorycznymi, czyli znajomością zagadnień zarządzania w tym stylów zarządzania, struktur organizacji i otwartym życzliwym podejściem do uczestników.
- ✓ Wyposażonej technicznie sali szkoleniowej: komputer, projektor, ekran, flipchart, arkusze papieru, pisaki, stoliki, krzesła.

Concrete outcomes participants should prepare

The participants are expected to develop effects in the form of awareness that the management style has a significant impact on the entire organisation, including its structure.

Referencje/Źródła

Golany B., Shtub A., (2001), *Work Breakdown Structure*, Israel Institute of Technology.

Griffin R.W. (2017), *Podstawy zarządzania organizacjami*, Warszawa.

<https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-umowa-o-prace>.

<https://www.netinbag.com/pl/business/what-is-a-hybrid-organizational-structure.html>.

Jemielniak D., Latusek D. (2005), *Zarządzanie – teoria i praktyka od podstaw*, Warszawa.

Jemielniak D., Latusek-Jurczak D. (2014). *Klasyka teorii zarządzania. Ćwiczenia, przykłady, testy*.

Korzeniowski L.F.(2011), *Podstawy zarządzania organizacjami*, Warszawa.

Michalski E.(2013), *Zarządzanie przedsiębiorstwem*, Warszawa.

Nalepka A. (2001), *Struktura organizacyjna*, Kraków.

ĆWICZENIE 2 Ważne zapisy w umowie o pracę: dla pracownika i pracodawcy

Uczestnicy dzieleni są na grupy wg kraju, w którym pracują lub mieszkają. Wyznaczeni mentorzy z każdego kraju biorącego udział w szkoleniu mają wcześniej przygotowane wzory umów o pracę, jakie są spotykane w ich kraju. Na ich podstawie uczestnicy w grupach segregują treści na istotne z punktu widzenia pracodawcy i pracownika. Odrzucają zaś te, które dla żadnej stron nie wnoszą niczego wartościowego. Mentorzy pracują z uczestnikami i odpowiadają na ewentualne pytania, a także pilnują, by nie odchodzić w dyskusjach od sedna zadania.

Na zakończenie ćwiczenia każda grupa przedstawia wyniki pracy. Inne grupy notują sobie najciekawsze zapisy umowy o pracę z innych krajów, by na koniec podsumować, czy w ich kraju nie warto by było ich wprowadzić albo z których w ich kraju można zrezygnować.

Czas trwania

20 min.

Opis krok po kroku

1. Podział uczestników na grupy wg kraju pochodzenia.

2. Określenie zadania dla grup: na podstawie zapisów przykładowej umowy o pracę mają określić, które zapisy są ważne z punktu widzenia pracodawcy, a które pracownika.
3. Grupy pracują wraz z mentorami.
4. Uczestnicy przedstawiają wyniki pracy w grupach.
5. Podsumowanie: mentorzy zdają relację z pracy w grupach pod względem tego, co sprawiło najwięcej trudności.
6. Swobodne wypowiedzi uczestników na temat tego, co uznają za przydatne do zastosowania w swoim kraju, jeśli chodzi o zapisy umowy o pracę, a co wydaje się im zbędne

Materiały/narzędzia znajdujące się na platformie

Wzory umów o pracę.

Co potrzebujesz przygotować na tą sesję

Do przeprowadzenia ćwiczenia potrzeba:

- ✓ Osoby trenera z kompetencjami merytorycznymi, czyli znajomością zagadnień zarządzania w zakresie umów o pracę (kadrowiec).
- ✓ Wyposażonej technicznie sali szkoleniowej: komputer, projektor, ekran, kartki papieru, pisaki, stoliki, krzesła.
- ✓ Sala większa, gdzie swobodnie da się pracować jednocześnie kilku grupom.

Konkretne rezultaty, które uczestnicy muszą przygotować

Uczestnicy powinni umieć identyfikować istotne zapisy w umowie o pracę, aby zadbać zarówno o dobro pracownika, jak i pracodawcy.

Tło/referencje/źródła

Żukowski P. (2001), Podstawowe metody i techniki organizacji i zarządzania: style kierowania. Warszawa; Zieleniewski J. (1982), *Organizacja zespołów ludzkich: wstęp do teorii organizacji i kierowania*, Warszawa; 1982 <http://mfiles.pl/pl/index.php/>

Umowa o pracę, <https://kadry.infor.pl/zatrudnienie/umowa-o-prace/2864422,Umowa-o-prace-2019-wzor.html>

Ewaluacja

Sesja zostanie zakończona testem ewaluacyjnym w formie karty samooceny. Każdy uczestnik będzie dokonywał samooceny, w jakim stopniu zwiększył się jego kompetencje w danym temacie w skali czterostopniowej: bardzo dużo, wystarczająco, słabo.

Źródła

https://www.wpia.uni.lodz.pl/files/articles/95/opisy/9_metody-dydaktyczne.pdf

MODUŁ 2.4 KONCEPCJA MARKETINGOWA

Jaki jest cel sesji? Ogólny opis

Celem tej sesji jest zrozumienie Koncepcji Marketingowej.

Koncepcja marketingowa skupia się na idei zaspokojenia potrzeb klienta za pomocą produktu jako rozwiązania jego problemu (potrzeb).

Koncepcja Marketingowa reprezentuje główną zmianę w dzisiejszej orientacji firmy, która stanowi podstawę do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej.

Krótko mówiąc, koncepcja marketingu jest ważna, ponieważ określa, w jaki sposób Twoja firma będzie napędzać biznes i rozwijać się. Stwierdza, że podstawowym zadaniem firmy jest zaspokajanie potrzeb klienta.

Osiąga się to, określając, czego chce rynek, a następnie najlepiej dostosowując produkt lub usługę do tego.

Cele kształcenia

- ✓ Dowiedz się o rynku;
- ✓ Poznaj uczestników rynku, konkurentów;
- ✓ Dlaczego rynek jest ważny w biznesie;
- ✓ Naucz się SWAT Analiza;
- ✓ Mix marketingowy.

Do tej sesji każdy uczestnik potrzebuje:

- ✓ Zdobądź i zarządzaj kompetencjami niezbędnymi na każdym etapie, w tym kompetencjami technicznymi, prawnymi, podatkowymi i cyfrowymi;
- ✓ Zastanów się i ucz się na sukcesach i porażkach (swoich i innych ludzi);
- ✓ Ucz się z innymi, w tym z rówieśnikami i mentorami.

Czas trwania: 4 godziny

Co edukatorzy muszą zrobić, aby przygotować / do sesji?

Nauczyciele przestudiowali część teoretyczną;

O mentorach

- ✓ Mentorzy przestudiowali część teoretyczną dotyczącą „Marketingu”

- ✓ Mentorzy poprzez coaching (indywidualny i zespołowy) pomagają uczestnikom zrozumieć dynamikę rządzącą rynkiem; ma to na celu doprowadzenie uczestnika do jasnej i dobrze zdefiniowanej wizji jego pomysłu na projekt.
- ✓ Mentorzy w tej konkretnej części programu pomagają określić zadania, cele. wspierać motywację w uczestniku, zachęcać uczestników do odkrywania swoich osobistych i zawodowych aspiracji.

Zaleca się, aby mentorzy opracowali formularz dla każdego uczestnika, w którym odnotują cechy, umiejętności, motywację itp. (załącznik nr 1)

ĆWICZENIE 1 „Czym jest rynek?”

Czas trwania: 40 min.

Opis krok po kroku

- ✓ Uczestnicy, podzieleni na grupy od 3 do 5 osób, muszą wypełnić poniższy formularz (załącznik nr 2) tym, czego nauczyli się na zajęciach i na studiach z części teoretycznej.
- ✓ Każdy uczestnik grupy musi wnieść swój wkład w opracowanie formatu.
- ✓ Grupom towarzyszy mentor, który poprzez pytania i sugestie udzieli zrozumienia treści artykułu i jego redakcji.
- ✓ Obserwacja zachowania;
- ✓ Ocena mentora (załącznik nr 1)
- ✓ Czynności należycie przeprowadzone;
- ✓ Dyskusja klasowa; Załącznik nr. 1

Activity n. 1	“What is a market?”
Groups from 3 to 5 people	
One mentor for each group	
30 mn.	You can use theoretical part, pc and internet connection,, access module “2.4 – Marketing concept and its importance in business” (i e-learning platform)

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

- Prezentacja slajdów;
- Format działania;
- Idealna lokalizacja, w której można podzielić grupy;
- Na zakończenie sesja informacyjna prowadzona przez mentorów.

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

- Uczestnicy będą mogli przygotować szablon planu marketingowego, czyli dokument, który osoba może wykorzystać do stworzenia planu marketingowego.

- Szablon planu marketingowego będzie zawierał wszystkie ważne elementy i różne potrzebne elementy z pustymi sekcjami.



<https://www.iedunote.com/marketing-plan>

Specific	<i>What do you want to achieve?</i> <i>Who needs to be involved to accomplish this goal?</i> <i>When do you want to have your goal finished?</i> <i>Why should you achieve this goal exactly?</i>	
Measurable	<i>How can you measure progress and know if you've successfully met your goal?</i>	
Achievable	<i>Are you capable of achieving the goal?</i> <i>Do you have the needed skills?</i> <i>If you haven't, how can you build them?</i>	
Relevant	<i>Why should you achieve this goal?</i> <i>What is the impact?</i>	
Timely	<i>What is the due date of your goal?</i> <i>Can the goal be achieved until this date?</i>	
SMART Goal		

<https://www.addthis.com/academy/the-ultimate-marketing-plan-template-7-useful-examples/>

- ✓ Użytkownik może wstawić własne informacje związane z jego działalnością w pustych sekcjach, aby ostatecznie stworzyć własny plan marketingowy.

Tło / referencje / źródła

<https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/marketing-definition-meaning/>

<https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2018/11/21/strategic-marketing-tactical-marketing-definitions-differences/>

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

ĆWICZENIE 2 „Czym jest marketing?”

Czas trwania: 40 minut

Opis krok po kroku

- ✓ Po krótkiej refleksji mentorów uczestnicy muszą wypełnić załączony formularz, podając swoją osobistą definicję i pomysł.

Załącznik nr. 3

Activity n. 2	“What is the marketing?”
Individual job	
40 mn.	You can use theoretical part, pc and internet connection,, access to module “2.4 – Marketing concept and its importance in business” (in FIT – e-learning platform)

- ✓ Praca jest indywidualna.
- ✓ Mentorzy są dostępni w celu uzyskania wyjaśnień i / lub spostrzeżeń
- ✓ Obserwacja zachowania;
- ✓ Ocena mentora (załącznik nr 1)
- ✓ Czynności należycie przeprowadzone;
- ✓ Dyskusja klasowa;

Materiały/narzędzia, które znajdują się platformie

- Prezentacja slajdów;
- Format działania;
- Idealna lokalizacja;
- Na zakończenie sesja informacji zwrotnej przez mentorów

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

- ✓ Plan marketingowy pomaga w rozwoju firmy poprzez określenie odpowiednich strategii marketingowych, takich jak plany zwiększenia bazy klientów.
- ✓ Określ i przejrzyj marketing mix pod kątem 7P marketingu – produktu, ceny, miejsca, promocji, ludzi, procesu i wydajności.
- ✓ Plan marketingowy szczegółowo określa strategię, którą firma zastosuje, aby sprzedawać swoje produkty klientom.
- ✓ Plan określa rynek docelowy, propozycję wartości marki lub produktu, kampanie, które mają zostać zainicjowane, oraz mierniki, które mają być wykorzystane do oceny skuteczności inicjatyw marketingowych.
- ✓ Czego można się spodziewać bez planu marketingowego? Bez planu marketingowego rozwój Twojej firmy spowolni, a nawet może się zatrzymać. Będzie

bardzo mało nowych klientów, a dotychczasowi klienci mogą nie wiedzieć o nowych produktach lub nadchodzącej sprzedaży, co zmniejsza ich szanse na zostanie stałym klientem

Tło / referencje / źródła

<https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/marketing-definition-meaning/>

<https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2018/11/21/strategic-marketing-tactical-marketing-definitions-differences/>

ĆWICZENIE 3 „Dlaczego tak ważne jest S.W.O.T. Analiza?”

Czas trwania: 60 minut.

Opis krok po kroku

- ✓ Po wykonaniu dwóch pierwszych czynności uczestnik ma jaśniejszy pomysł na biznes.
- ✓ Uczestnik korzystający z załącznika nr. 4 będzie teraz w stanie ocenić zawartość czterech kwadrantów, zawsze odnosząc się do ich pomysłu biznesowego.
- ✓ Do dyspozycji uczestnika są mentorzy, którzy udzielają wskazówek i porad dotyczących przygotowania formatu.
- ✓ Obserwacja zachowania;
- ✓ Ocena mentora (załącznik nr 1)
- ✓ Czynności należyście przeprowadzone;
- ✓ Dyskusja klasowa;

Activity n. 3 Individual job	“Why is so important the S.W.A.T. Analysis?” <table border="1" data-bbox="504 315 1364 647"> <tr> <td data-bbox="504 315 933 483">STRENGTH</td><td data-bbox="933 315 1364 483">WEAKNESSES</td></tr> <tr> <td data-bbox="504 483 933 647">OPPORTUNITIES</td><td data-bbox="933 483 1364 647">THREATS</td></tr> </table>	STRENGTH	WEAKNESSES	OPPORTUNITIES	THREATS
STRENGTH	WEAKNESSES				
OPPORTUNITIES	THREATS				
60 mn.	You can use theoretical part, pc and internet connection,, access to module “2.4 – Marketing concept and its importance in business” (in FIT- e-learning platform)				

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

- ✓ Jedną z prawdziwych zalet analizy SWOT jest łatwość jej przeprowadzenia.
- ✓ Wszystko, czego naprawdę potrzebujesz, to sposób na zapisanie pomysłów i chęć uczciwego spojrzenia na swój biznes:
- ✓ Zdecyduj o celu swojej analizy SWOT
- ✓ Zbadaj swoją firmę, branżę i rynek.
- ✓ Wymień mocne strony swojej firmy (Co robisz dobrze? Z jakich unikalnych zasobów możesz skorzystać? Co inni postrzegają jako Twoje mocne strony?)
- ✓ Wymień słabości swojej firmy (Co możesz poprawić? Gdzie masz mniej zasobów niż inni? Co inni mogą postrzegać jako słabe strony?)
- ✓ Wymień potencjalne możliwości dla swojej firmy (Jakie możliwości są dla Ciebie otwarte? Z jakich trendów możesz skorzystać? Jak możesz zamienić swoje mocne strony w możliwości?)
- ✓ Wymień potencjalne zagrożenia dla Twojej firmy (Jakie zagrożenia mogą Ci zaszkodzić? Co robi Twoja konkurencja? Jakie zagrożenia narażają Cię Twoje słabości?)
- ✓ Ustal priorytety na podstawie analizy SWOT
- ✓ Opracuj strategię rozwiązywania problemów w SWOT
- ✓ **Przejrzyj 4 listy priorytetów, pytając:**
 - Jak możemy wykorzystać nasze mocne strony, aby wykorzystać zidentyfikowane możliwości?
 - Jak możemy wykorzystać te mocne strony do przewyciężenia zidentyfikowanych zagrożeń?

- Co musimy zrobić, aby przewyciężyć zidentyfikowane słabości, aby wykorzystać szanse?
- W jaki sposób zminimalizujemy nasze słabości, aby przewyciężyć zidentyfikowane zagrożenia?

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

- Analiza SWOT pomaga zidentyfikować mocne, słabe strony, szanse i zagrożenia Twojej organizacji.
- Prowadzi cię do budowania na tym, co robisz dobrze, rozwiązywania tego, czego ci brakuje, wykorzystywania nowych możliwości i minimalizowania ryzyka.
- Dobrze jest użyć i zastosować analizę SWOT, aby ocenić pozycję swojej organizacji, zanim zdecydujesz się na jakąkolwiek nową strategię.

Tło / referencje / źródła

<https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2016/05/26/undertaking-a-swot-analysis/>

<https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2020/06/24/finding-the-right-customers-with-stp-model/>

<https://www.business.qld.gov.au/starting-business/planning/market-customer-research/swot-analysis/conducting>

Dodatkowe informacje

Coaching indywidualny/zespołowy - Celem coachingu jest odblokowanie potencjału ludzi do maksymalizacji własnych wyników. To pomaganie im w nauce, a nie nauczanie czy mówienie. Weźmy za przykład naukę chodzenia – większość ludzi nie uczy się chodzić według instrukcji.

Pomagając klientowi w zaangażowaniu się w działanie i będąc płytą rezonansową dla jego doświadczeń, coaching zapewnia jednostce osobistą przestrzeń i wsparcie, którego potrzebuje, aby się rozwijać i rozwijać. Kluczową rolą coacha jest często pomaganie klientowi w utrzymaniu motywacji i zaangażowania potrzebnego do osiągnięcia jego celów

<https://new.coachingnetwork.org.uk/information-portal/what-are-coaching-and-mentoring/>

Nauka peer-to-peer - W przypadku uczniów partnerskie uczenie się może prowadzić do poprawy postaw i bardziej spersonalizowanego, angażującego i opartego na współpracy doświadczenia uczenia się, a wszystko to może prowadzić do wyższych osiągnięć. W przypadku nauczycieli-rówieśników doświadczenie to może pogłębić ich zrozumienie tematu i dodać pewności siebie.

<https://www.summertech.net/benefits-of-peer-teaching/#:~:text=For%20students%2C%20peer%20learning%20can,the%20subject%20and%20impart%20confidence>

Załącznik nr. 2

Ćwiczenie 1

"Co to jest rynek? "

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

Grupy 3-5 osobowe Jeden mentor dla każdej grupy .	
30 min.	Do dyspozycji masz część teoretyczną, pc i łącze internetowe,, dostęp do modułu "2.4 - Koncepcja marketingu i jej znaczenie w biznesie" (w FIT - platforma e-learningowa)

Załącznik nr. 3

Ćwiczenie 2 Praca indywidualna	"Co to jest marketing?"
40 min.	Do części teoretycznej wystarczy komputer i łącze internetowe, dostęp do modułu "2.4 - Koncepcja marketingu i jej znaczenie w biznesie" (w FIT - platforma e-learningowa)

Załącznik nr. 4

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Ćwiczenie 3 Praca indywidualna	"Dlaczego analiza S.W.O.T. jest tak ważna?" <table border="1" data-bbox="435 250 1377 616"> <tr> <td data-bbox="435 250 906 436">MOCNE STRONY</td><td data-bbox="906 250 1377 436">SŁABE STRONY</td></tr> <tr> <td data-bbox="435 436 906 616">SZANSE</td><td data-bbox="906 436 1377 616">ZAGROŻENIA</td></tr> </table>	MOCNE STRONY	SŁABE STRONY	SZANSE	ZAGROŻENIA
MOCNE STRONY	SŁABE STRONY				
SZANSE	ZAGROŻENIA				
60 min.	Do części teoretycznej wystarczy komputer i łącze internetowe, dostęp do modułu "2.4 - Koncepcja marketingu i jej znaczenie w biznesie" (w FIT - platforma e-learningowa)				

Ewaluacja

Na koniec sesji zaleca się skorzystanie z formatu samooceny. Każda z uczestniczek dokona samooceny swoich kompetencji w przydzielonych tematach.

Źródła / referencje

<https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2018/11/21/strategic-marketing-tactical-marketing-definitions-differences/>

MODUŁ 2.5 STRATEGIE MARKETINGU MIX

Jaki jest cel sesji? Ogólny opis

Celem sesji jest pomoc w zrozumieniu, co Twój produkt lub usługa może zaoferować Twoim klientom.

Pomóż zaplanować udaną ofertę produktów.

Pomoc w planowaniu, opracowywaniu i realizacji skutecznych strategii marketingowych.

Pomóż dowiedzieć się, kiedy i jak promować swój produkt lub usługę wśród klientów.

Zidentyfikowanie i uporządkowanie elementów marketingu mix pozwala firmie na podejmowanie dochodowych decyzji marketingowych na każdym poziomie. Te decyzje pomagają firmie:

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

- ✓ Rozwijaj jego mocne strony i ograniczaj jego słabości
- ✓ Stań się bardziej konkurencyjny i elastyczny na swoim rynku
- ✓ Poprawa opłacalną współpracę między działami i partnerami

Ten WARSZTAT pomoże uczestnikom zrozumieć, jak rozpocząć własny pomysł na biznes. Ważne jest również, aby wybrać najlepsze sposoby do swoich potrzeb i po prostu skupić się na nich, aby rozwijać swoją firmę.

Ostatecznym celem tego modułu jest uzyskanie jak największego wpływu na Twoją firmę lub StartUp oraz nawiązanie kontaktu z klientami, klientami i interesariuszami poprzez spersonalizowane interakcje i aktywne reakcje.

Cele kształcenia

- ✓ Dowiedz się, czym jest koncepcja marketingu mix;
- ✓ Dowiedz się, jakie są „7 P” Marketing Mix;
- ✓ Dowiedz się, czym jest strategia marketingowa;
- ✓ Wiedzieć, co stanowi przewagę konkurencyjną firmy;
- ✓ Dowiedz się, jakie są strategie zdobywania przewagi konkurencyjnej.

Czas trwania: 4 godziny

Co edukatorzy muszą zrobić, aby przygotować / do sesji?

Aby ukończyć ten moduł, będziesz potrzebować:

Edukatorzy zapoznają się z częścią teoretyczną (do prowadzenia sesji należy zaprosić edukatorów posiadających odpowiednie kwalifikacje);

O mentorach

Mentorzy przestudiowali część teoretyczną dotyczącą „Marketingu”;

Mentorzy pomogą uczestnikom w odniesieniu do specyfiki ich pomysłu na biznes;

Zajęcia mentorów mogą być wykonywane indywidualnie lub przez uczestników w grupach.

Przez cały czas trwania projektu uczestnicy będą obserwowani przez mentorów, aby zapewnić im przewodnictwo podczas całego kursu.

Każdy mentor i podopieczny omówi najlepszy sposób na stworzenie relacji mentor/podopieczny i opracuje najbardziej odpowiedni plan zgodnie ze swoimi potrzebami.

Celem mentora jest pomóc ci rozwijać się jako osoba i stać się najlepszą wersją siebie. Może to obejmować pomoc w osiągnięciu celów osobistych lub zawodowych, zapoznanie z nowymi sposobami myślenia, kwestionowanie ograniczających założeń, dzielenie się cennymi lekcjami życia i wiele więcej.

ĆWICZENIE 1 “Czym jest koncept marketing mix? Opisz “7 P” i ich znaczenie”

Czas trwania: 60 min.

Opis krok po kroku

- ✓ Uczestnicy poznali część teoretyczną;

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

- ✓ Mogą zadawać pytania swoim mentorom, gdy mają wątpliwości lub nie wiedzą;
- ✓ Uczestnicy wybierają swojego współpracownika

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Po tym ćwiczeniu mentorzy zorganizują sesję informacji zwrotnej (ćwiczenie nr 2)

Załącznik nr.2

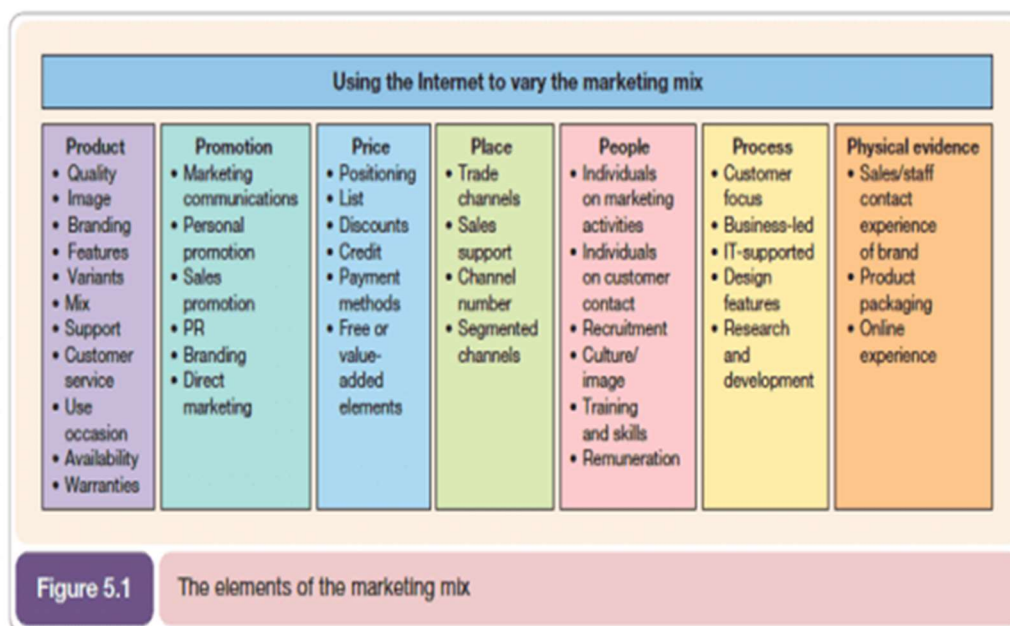
Activity n. 1	"What is a marketing mix concept? Describe the "7 P" and their importance"
Work in pairs	
60 mn.	Is it possible use the theoretical part - Access to Module 2.5 "Marketing Mix strategies" on FIT e-learning platform

Powyżej znajdziesz przykładową tabelę, którą wypełnisz swoimi przemyśleniami. tabela (załącznik 2) jest dołączona do dostarczonego Ci materiału.

In the indicated time, comparing yourselves, answer what is requested in the title.

Możesz przejrzeć elementy marketingu mix w poniższej tabeli:

Załącznik nr.3



Po tym działaniu, mentorzy zorganizują sesję informacji zwrotnej: mentorzy, poprzez ukierunkowane pytania na temat właśnie przeprowadzonego działania, pomogą w podejściu do zadania n. 2

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

- ✓ Konkretnie dane pozwalają skupić się na rzeczywistych możliwościach i pomagają uniknąć bezproduktywnego wysiłku.
- ✓ Gdy zrozumiesz swoich klientów, możesz wykorzystać swoje zasoby, aby skuteczniej do nich dotrzeć, przy mniejszym ryzyku marnowania czasu, pieniędzy i wysiłku na nieskuteczne inicjatywy marketingowe.

Tło / referencje / źródła

<https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2020/06/24/finding-the-right-customers-with-stp-model/>

<https://fingerprintmarketing.com/why-is-marketing-important/#:~:text=Marketing%20is%20important%20because%20it,how%20you%20can%20help%20them.&text=Without%20marketing%2C%20your%20business%20doesn't%20have%20a%20voice.>

ĆWICZENIE 2 „Dyskusja klasowa: zalety i wady marketingu”

Czas trwania: 45 mn.

- 15 minut na przejrzanie poprzedniej aktywności i zaznaczenie zalet i wad;
- 30 min. do dyskusji klasowej z wychowawcami i mentorami;

Opis krok po kroku

- ✓ Teraz wszyscy uczestnicy pracują razem.
- ✓ Będą mogli porównać swoje pomysły i sugestie.
- ✓ Będą potrafili wykorzystać flipchart do zaznaczenia tego, co wyłoniło się z konfrontacji.
- ✓ Tablica zostanie pozostawiona do dyspozycji uczestników na kontynuację zajęć.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Załącznik nr. 4 Powyżej znajdziesz przykładową tabelę, która zostanie wypełniona Twoimi przemyśleniami. tabela (załącznik 4) jest dołączona do dostarczonego Ci materiału.

Activity n. 2

"Class discussion: Advantages and disadvantages of marketing"

All together

Sharing of previous work done in pairs.

ADVANTAGES

DISADVANTAGES

45 mn. thus divided:

Use your previous format done in pairs;

- 15 mn. to review the previous activity and mark the advantages and disadvantages;

Mark the advantages and disadvantages of marketing in the table above

- 30 mn. for class discussion with educator and mentors

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

- ✓ Marketing, który jest odpowiednio zbadany i ukierunkowany, przyniesie nowych i powracających klientów.
- ✓ Opinie obecnych i byłych klientów pozwalają zidentyfikować obszary wymagające poprawy.
- ✓ Podnoszenie świadomości marki.
- ✓ Pozwala na bardziej osobiste relacje między firmą a klientem.
- ✓ Zwiększony udział w rynku.

Tło / referencje / źródła

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

ĆWICZENIE 3 „Opisz konkurencję marketingową, przewagę konkurencyjną firmy oraz strategie zdobywania przewagi konkurencyjnej”

Czas trwania 45 min.

Opis krok po kroku

- ✓ Uczestnicy posługują się formatem, o którym mowa w załączniku nr. 5 będzie w stanie samodzielnie odpowiedzieć na tytułowe pytania.
- ✓ Mentorzy będą do dyspozycji uczestników, aby odpowiedzieć na ich pytania, wyjaśnić wszelkie wątpliwości, pogłębić koncepcje.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Annex n. 5

Activity n. 3	“Describe what are the marketing competition, the company competitive advantage and the competitive advantage gaining strategies”
Individual work	
45 mn.	If necessary, review the theoretical part

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

- ✓ Uczestnicy na zakończenie sesji będą mogli rozpoznać i wykorzystać zalety pozycjonowania i konkurencyjności strategii marketingowych.
- ✓ Firmy muszą konkurować o klientów, co prowadzi do niższych cen, wyższej jakości towarów i usług, większej różnorodności i większej innowacyjności.
- ✓ Konkurencja między firmami może być bodźcem do wymyślania nowych lub lepszych produktów lub bardziej wydajnych procesów.
- ✓ Firmy mogą ścigać się, aby jako pierwsze wprowadzić na rynek nową lub inną technologię.
- ✓ Innowacje przynoszą korzyści również konsumentom dzięki nowym i lepszym produktom, pomagają napędzać wzrost gospodarczy.
- ✓ Siły konkurencji wpływają na strategię, ponieważ Twoi konkurenci reagują na strategiczne działania, które podejmujesz na rynku, a Twoja firma musi reagować na ich strategiczne posunięcia.

Dodatkowe informacje

- ✓ Punkty kontrolne / ocena uczenia się
- ✓ Obserwacja zachowania;
- ✓ Ocena mentora.

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

OPIS METODOLOGII

W kontekście tego wykazu uczenie się oparte na badaniach odnosi się do angażowania uczniów bezpośrednio w autentyczne projekty badawcze. Ma to wpływ na różne poziomy. Uczeń potencjalnie zyskuje znaczną motywację w wyniku udziału w badaniach z życia wziętych.

To było postrzegane jako katalizator dla uczniów do głębokiego zagłębiania się w tematy.

Ponadto, poprzez swoje zaangażowanie w rzeczywiste badania, uczący się zdobywają wiedzę na temat charakteru badań i ich roli jako badaczy. Techniki badawcze są przedstawiane uczniom w jak największej liczbie kontekstów, aby rozwijać ich umiejętności interpretacji, analizy i zastosowania.

<https://www.learnlife.com/methodologies/research-based-learning>

Nauka peer-to-peer

W przypadku uczniów partnerskie uczenie się może prowadzić do poprawy postaw i bardziej spersonalizowanego, angażującego i opartego na współpracy doświadczenia uczenia się, a wszystko to może prowadzić do wyższych osiągnięć. W przypadku nauczycieli-rówieśników doświadczenie to może pogłębić ich zrozumienie tematu i dodać pewności siebie.

<https://www.summertech.net/benefits-of-peer-teaching/#:~:text=For%20students%2C%20peer%20learning%20can,the%20subject%20and%20impart%20confidence>

Coaching

Celem coachingu jest odblokowanie potencjału ludzi do maksymalizacji własnych wyników. To pomaganie im w nauce, a nie nauczanie czy mówienie. Weźmy za przykład naukę chodzenia – większość ludzi nie uczy się chodzić według instrukcji.

Pomagając klientowi w zaangażowaniu się w działanie i będąc płytą rezonansową dla jego doświadczeń, coaching zapewnia jednostce osobistą przestrzeń i wsparcie, którego potrzebuje, aby się rozwijać i rozwijać. Kluczową rolą coacha jest często pomaganie klientowi w utrzymaniu motywacji i zaangażowania potrzebnego do osiągnięcia jego celów

<https://new.coachingnetwork.org.uk/information-portal/what-are-coaching-and-mentoring/> <https://www.smartinsights.com/marketing-planning/marketing-models/how-to-use-the-7ps-marketing-mix/#:~:text=The%207Ps%20helps%20companies%20to,for%20the%20digital%20marketing%20mix.>

Aneks 4

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

Ćwiczenie 2 Wszyscy razem	“Dyskusja w klasie: Zalety I wady marketingu” Dzielenie się rezultatami pracy w parach. <table border="1" data-bbox="475 203 1433 712"> <thead> <tr> <th data-bbox="475 203 954 241">ZALETY</th><th data-bbox="954 203 1433 241">WADY</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="475 241 954 712"></td><td data-bbox="954 241 1433 712"></td></tr> </tbody> </table>	ZALETY	WADY		
ZALETY	WADY				
45 min. podzielone: - 15 min. przeanalizować poprzednie zajęcia i zaznaczyć zalety i wady; - 30 min. na dyskusję z edukatorami I mentorami	Wykorzystaj swój poprzedni format wykonany w parach; Zaznacz w powyższej tabeli zalety i wady marketingu				

Aneks 5

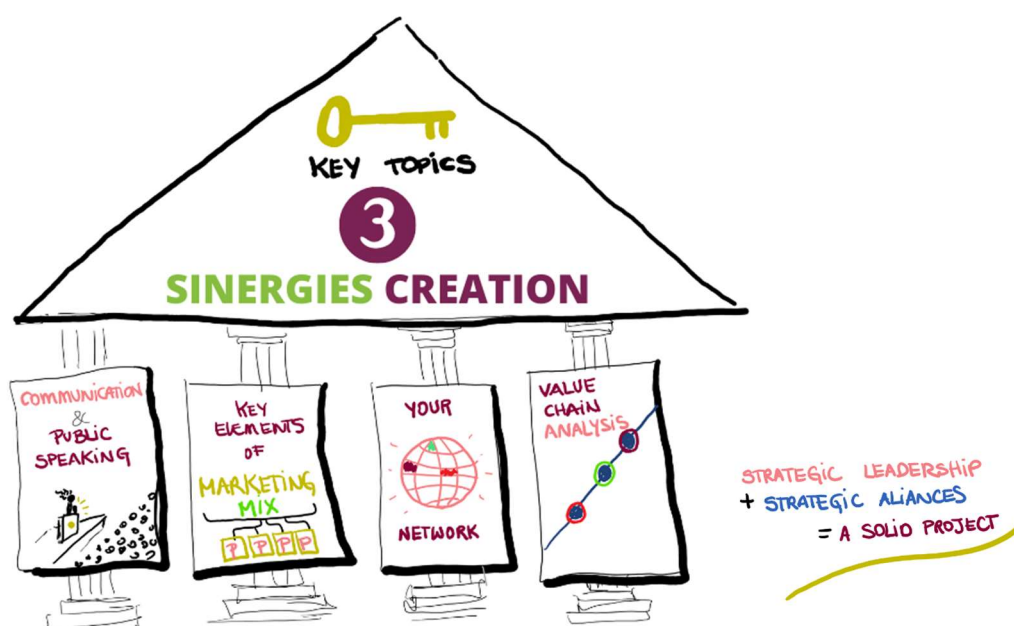
Ćwiczenie 3 Praca indywidualna	“Opisz, na czym polega konkurencja marketingowa, przewaga konkurencyjna przedsiębiorstwa oraz strategie zdobywania przewagi konkurencyjnej”
45 min.	Jeśli to konieczne, przejrzyj część teoretyczną

Źródła / referencje

<https://eu.patagonia.com>

Strona internetowa: „Rola logistyki w zwiększaniu przewagi konkurencyjnej; ramy łańcucha wartości dla globalnych łańcuchów dostaw” w International Journal Of Physical Distribution & Logistics Management 39(3): 202-226

ROZDZIAŁ 3. TWORZENIE SYNERGII



MODUŁ 3.1 WPROWADZENIE. EFEKTYWNA KOMUNIKACJA

Jaki jest cel sesji? Ogólny opis

Celem sesji jest poznanie głównych pojęć komunikacji, negocjacji, storytellingu oraz wykorzystania różnych form komunikacji w celu osiągnięcia oczekiwanych rezultatów w biznesie. Elementy skutecznej komunikacji zostaną w praktyce wykorzystane podczas trzech rodzajów warsztatów: wygłaszania wystąpień publicznych, negocjowania problemu i opowiadania historii.

Cele nauczania (związane z programem nauczania / częścią teoretyczną)

- Inspirować i wzbudzać entuzjazm odpowiednich interesariuszy
- Uzyskaj wsparcie potrzebne do osiągnięcia wartościowych efektów skutecznej komunikacji
- Zademonstruj skuteczną komunikację: wystąpienia publiczne, perswazja, negocjacje i opowiadanie historii.

Czas trwania: 4 godziny

Co edukatorzy muszą zrobić, aby przygotować się do sesji?

Edukatorzy muszą być gotowi do przedstawienia i odzwierciedlenia teoretycznych modeli komunikacji. Sugeruje się przygotowanie szablonów udanych wystąpień, planu działania negocjacyjnego do przeprowadzenia warsztatów.

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Zadbaj o czynniki środowiskowe wpływające na uwagę, otwartość, szczerłość szkolonych do odejścia. Wykorzystaj to w pełni, aby byli pewni siebie i bezpieczni społecznie.

O mentorach

Mentorzy powinni mieć praktyczne doświadczenie w wystąpieniach publicznych i negocjacjach. Powinni być świadomi głównych zasad i elementów różnych form komunikacji, aby móc prowadzić warsztaty, przekazywać informacje zwrotne i oceniać wyniki uczestników.

ĆWICZENIE 1 Przedstaw swój pomysł na biznes

Czas trwania

Całkowicie- 70 min; 30 min na napisanie zarysu wystąpienia, 30 min na przećwiczenie prezentacji ustnej; 10 min – przegląd osiągniętych wyników i wyciągniętych wniosków.

Opis krok po kroku

Ćwiczenie ma na celu zdobycie praktycznych umiejętności wystąpień publicznych. Etapy tworzenia konspektu przemówienia, wygłoszenia wystąpienia publicznego i oceny wyników są częścią działania.

Zadanie 1. Określ cel swojego wystąpienia.

Poproś uczestników, aby zapisali główny cel i dodatkową wartość przemówienia. Zalecamy przedstawienie swojego pomysłu biznesowego, aby zainspirować i zainteresować potencjalnych interesariuszy.

Jakie są oczekiwane rezultaty tego działania? Odłóż konkretne proporcje przewidziane dla udanej przemowy.

Zadanie 2. Zarys mowy pitch.

Zarys udanej mowy powinien zawierać następujące elementy: przyciąganie uwagi; bliskość publiczności; wiarygodność mówcy; wypowiedź głównego tematu; treść głównego przesłania; zakończenie podkreślające główną ideę; mocna fraza zamykająca. Od uczestników oczekuje się wygłoszenia pełnego przemówienia obejmującego części konstrukt. Sekcje tabeli zawierają części konstrukcji mowy z krótkimi objaśnieniami każdego z nich.

Zadanie 3. Wygłaszanie mowy.

Sesja praktyczna do doświadczania wystąpień publicznych jest organizowana w formie ustnej prezentacji w obecności grupy osób, najlepiej członków tej samej grupy szkoleniowej. Ważne jest, aby prezydent utrzymywał ducha samopoznania, a także nastrój sympatii i wsparcia ze strony publiczności.

Zaleca się, aby ustna prezentacja prezentacji biznesowej była zorganizowana w roli dwóch – prezentera i słuchacza. 60 minut całkowitego czasu na to ćwiczenie można podzielić na: 5 minut prezentacji, 10 minut informacji zwrotnej od słuchacza. Następnie zamień się rolami i poproś poprzedniego słuchacza, aby wygłosił przemówienie. Podwójny sposób zapewni uczestnikom jasność dawania i zdobywania różnic, których można się nauczyć na przyszłość.

Aby pomóc uczestnikom stać się lepszymi słuchaczami i skupić się na prezentacji, możesz usprawnić proces, korzystając z szablonu głównych elementów skutecznej komunikacji.

Znajdziesz go na platformie IED Academy. Szablon wyświetla elementy komunikacji ustnej: szacunek, bliskość publiczności, pewność siebie, zwięzłość języka i przestania, język ciała. Ten arkusz służy do robienia notatek.

W przypadku ograniczonego czasu i konieczności poprowadzenia większej grupy uczestników, zadanie można układać równolegle w parach. Ten formularz będzie wymagał inteligentnego sposobu zbierania wyników od członków grupy.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Aby wykonać zadanie 2, na platformie znajduje się stolik dla uczestników. Muszą przygotować zarys prezentacji biznesowej zgodnie z podaną strukturą, wpisując tekst pełnymi zdaniami w prawej kolumnie tabeli.

Tabela 1.

Konstrukcja przemówienia	
Atrakcyjne	Znajdź punkt, aby wciągnąć publiczność w temat, aby poczuć przychylność i zainteresowanie w przemówieniu. Można to zrobić poprzez fakty statystyczne, humor, odniesienie do okazji, osobowości, wydarzenia lub innego odniesienia.
Bliskość publiczności	Daj słuchaczom powód do wysłuchania Twojego wystąpienia, zwiększ motywację poprzez ewentualną sympatię do nich.
Wiarygodność	Zaoferuj dowody swojej wiedzy, doświadczenia i fachowości związane z tematem.
Deklaracja tematu	Jedno pełne zdanie, które mówi słuchaczom o temacie Twojego wystąpienia.
Treść komunikatu	Główne punkty, zapewniające korzyść, potrzebę i znaczenie przekazu.
Zakończenie	Podkreśl główną myśl swojego wystąpienia.
Zdanie końcowe	Zdaniem zamykającym nawiąż do wstępu, lub kwestii inspirującego apelu.

Do Zadania 3 w warsztacie wygłaszania wystąpień publicznych zaleca się uczestnikom wykorzystanie szablonu, gdy występują w roli słuchacza.

Tabela 2.

Elementy komunikacji	Notatki
Bliskość do słuchaczy, szacunek, pewność siebie	
Struktura przemówienia: przykucie uwagi, główne przestanie, zakończenie	
Zwięzłość języka: artykulacja, tempo, pauzy, ton	

Język ciała: postawa, gesty, ruchy	
Język ciała: kontakt wzrokowy, wyraz twarzy	

Rolą edukatora jest udzielanie indywidualnej lub grupowej informacji zwrotnej w zależności od wielkości grupy i harmonogramu.

Sesję należy zakończyć podkreślając znaczenie rozwijania przydatnych umiejętności skutecznego przemawiania w różnych sytuacjach i wielu kontekstach.

Co musisz zrobić, aby przygotować się do tej sesji

Mentorzy muszą umieć samodzielnie wygłosić mowę, zademonstrować jej elementy, napisać i przeanalizować konstrukcję wypowiedzi. Zaleca się wcześniejsze sprawdzenie tabel i wymagań ćwiczeń na platformie.

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Uczestnicy nabędą umiejętności konstruowania swoich prezentacji biznesowych, nabiorą wprawy w mówieniu zwięźle, pewnie, z szacunkiem, gestykulacją, przyjaznym tonem, eksponowaniem zrelaksowanej postawy ciała itp.

Tło / referencje / źródła

Breeze, MH, Rudd, RD, Gifford, GT, Shoulders, CW (2011) Rozwiń swoje umiejętności wystąpień publicznych: wskazówki dla początkujących mówców, trenerów mowy i sędziów.

Jia-Jones, Kathy Keyi. 10 wskazówek, które pomogą profesjonalistom z wykształceniem międzynarodowym poprawić umiejętności wystąpień publicznych (2012). Magazyn HR Profesjonalny.

Ćwiczenie 2 Negocjuj swój biznesowy problem

Czas trwania

Całkowicie- 70 min; 60 minut poświęconych na rozegranie danego scenariusza w ramach negocjacji; 10 min – przegląd sesji.

Opis krok po kroku

Sesja przedstawia strukturę i charakter negocjacji. Znalezienie racjonalnego sposobu komunikowania się w sytuacjach, gdy sprawy są sporne, a nawet wyraźnie sporne, jest kluczową umiejętnością w biznesie, aby osiągnąć swoje cele. Scenariusze i zasady odgrywania ról są proponowane, aby dać uczestnikom możliwość doświadczenia sztuki negocjacji.

Gra fabularna jest przystosowana do eksperymentowania z procesem negocjacji w oparciu o wybrany scenariusz.

Zadanie 1. Uczestnicy muszą przypomnieć sobie etapy negocjacji podane w części teoretycznej: przygotowanie do negocjacji; budowanie relacji, doprecyzowanie celów, złożenie pierwszej oferty; negocjować w celu osiągnięcia korzystnego wyniku, dochodząc do porozumienia. Wyjaśnij, że rozumieją, kiedy kończy się jeden etap, aby przejść do następnego.

Zaleca się rozdzielenie praktyk stosowania strategii dystrybucyjnej i strategii integracyjnej, podkreślając stosowność w różnych warunkach. Strategia dystrybucyjna jest stosowana, gdy negocjator ma większą przewagę (BATNA) niż drugi partner lub umowa jest krótkoterminowa i nie ma szans na przedłużenie. Gdy obie strony mają tę samą moc i oczekiwania dotyczące przyszłej współpracy, poproś je o zastosowanie strategii integracyjnej.

Zwróć uwagę na to, jak ważne jest, aby uczestnicy pracowali, dopóki nie dojdą do odpowiedzialnego porozumienia. Muszą być gotowi do wyjaśnienia poniesionych wygranych i przegranych.

Zadanie 2 powinno być pierwszym etapem gry fabularnej - przygotowaniem do procesu negocjacji.

Decyduj o rzeczywistych sprawach biznesowych, które zwykle wiążą się z negocjacjami. Sugerujemy pracę przy decyzjach sprzedażowych, zakupowych, rekrutacyjnych i partnerskich. Postaw uczestników w sytuacji dowolnego menedżera i wyznacz cele, które mają osiągnąć.

Skorzystaj ze scenariuszy z banku zrobionych wcześniej na warsztatach. Istnieje silna rekomendacja, aby dostosować scenariusze do tła i kontekstu uczestników. Jeśli wielkość grupy jest niewielka, możliwe jest wypróbowanie różnych problemów w zależności od poziomu złożoności.

Mentorzy mogą również potajemnie wyznaczać konkretne cele obu stronom negocjującym lub poszczególnym członkom, aby gra była intrygująca. Jest to sposób na zdobycie dodatkowego doświadczenia dla bardziej biegłych uczestników. Mentorzy zazwyczaj muszą śledzić proces negocjacji, zauważać błędy i sukcesy, aby być gotowym na informację zwrotną dla wszystkich.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

W zależności od środowiska nauczania, referencji grupowych i doświadczenia mentora, decyzja jest opcjonalna: albo umieścić bank scenariuszy negocjacyjnych na platformie, albo nie. Materiały na platformie mogą pomóc uczniom przygotować się przed warsztatami. W przeciwnym razie można by zostawić chwilę nieoczekiwanego.

Co musisz zrobić, aby przygotować się do tej sesji

Bank różnych sytuacji biznesowych i spraw pomoże wybrać sprawę do negocjacji. Jeśli uczestnicy warsztatu zakładają swoje firmy w różnych sektorach biznesowych, przygotuj scenariusze dostosowane do tych obszarów.

Negocjatorzy powinni zawsze pamiętać, że rozszerzenie BATNA jest ważnym celem, ponieważ zwiększa siłę w negocjacjach. Zdecyduj przypadki wdrożenia BATNA na kilku przykładach biznesowych.

Należy oszacować i przyjąć poziom złożoności procesu negocjacyjnego. Mentorzy muszą dostosować treść negocjacji lub wykorzystać różne poziomy, aby dopasować scenariusze do potrzeb uczestników.

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Uczestnicy muszą zdobyć:

- doświadczenie w planowaniu i zarządzaniu procesem negocjacyjnym;

- zrozumienie roli BATNA dla powodzenia negocjacji;
- użyteczność umów zawartych przy użyciu strategii dystrybucyjnej i/lub integracyjnej.

Tło / referencje / źródła

Beenen, G., Barbutto, J.E. Zawrzyjmy umowę: dynamiczne ćwiczenie do ćwiczenia umiejętności negocjacyjnych. Journal of Education for Business, 89: 149–155, 2014.

Żywe płótno. Projekt UE: <http://live-canvas.eu/en/learning-area/full/24/6/1/stages-in-negotiation>.

Ćwiczenie 3 Wyobraź sobie historię swojego inteligentnego biznesu

Czas trwania

Całkowicie- 70 min; 20 min poświęcony na pracę nad otrzymaniem słów kluczowych z misji biznesowej; 40 minut na skompilowanie historii, aby zdobyć grupę docelową; 10 min – przegląd sesji.

Opis krok po kroku

Odzwierciedlając potrzebę każdej kobiety biznesu do budowania wiarygodności własnej lub firmy, w tym rozdziale przedstawiono zadanie przekucia wartościowej historii biznesowej. Sposób opowiadania historii jest skutecznym kluczem do dotarcia do naszych odbiorców, niezależnie od tego, czy jest to kolega, zespół, pracownik rekrutujący, czy docelowy klient. Konieczność komunikowania podstawowych wartości biznesowych jest kluczowa również w kontekście inteligentnego i zrównoważonego biznesu.

Zadanie 1. Działanie rozpoczyna się od zrewidowania misji biznesowej określonej w poprzednich modułach. Jeśli misja nie jest gotowa, postępuj zgodnie z komentarzem poniżej w tej sekcji.

Uczestnicy muszą skoncentrować się na swojej misji biznesowej, korzystając z tabeli, którą mogą znaleźć na platformie IED Academy. Poproś ich, aby to zapisali i dokonali analizy. Głównym zadaniem jest przepisanie fraz misji na trzy części zgodnie z zadanymi pytaniami i ich rozszerzeniami:

- ✓ DLACZEGO?- Powody prowadzenia biznesu, aspiracje, duch, marzenia itp.
- ✓ JAK?- Sposób robienia rzeczy, osobiste obawy, styl, wyjątkowość, zrównoważony rozwój itp.;
- ✓ CO?- Wyniki, wartości, produkty, wpływ itp.

Muszą zebrać frazy kluczowe, które przekazują najbardziej wartościowe znaczenie wypowiedzi, w sekcjach prawej kolumny tabeli. Powinni zakończyć zadanie, dzieląc wyniki na dwie sekcje: wskazówki logiczne i wskazówki emocjonalne, kolorując je różnymi kolorami. Zadanie zostanie wykonane pomyślnie, jeśli znajdą co najmniej 1 logiczną i 1 emocjonalną wskazówkę, aby uzasadnić swój cel biznesowy.

Uwaga: Mentorzy muszą mieć świadomość, że deklaracje misji mogą być proste i jasne, ale także mogą być wyrażone w sposób frazeologiczny. Niech uczestnicy poczują się komfortowo w obie strony.

Zadanie 2 rozszerza wyniki zadania 1: logiczne i emocjonalne wskazówki, które liderzy biznesu chcieliby przekazać. Logiczne argumenty skłaniają odbiorców do myślenia, dlatego ważne jest, aby w taki sposób komunikować się z interesariuszami. Ponieważ metoda opowiadania historii wymaga udostępnienia wskazówek emocjonalnych, aby zmobilizować publiczność do działania i wkładu.

Poproś uczestników, aby skompilowali wyjątkową historię ujawniającą ich cechy biznesowe „Dlaczego-Jak-Co”, aby nawiązać kontakt z dowolną powiązaną publicznością. Historia jest wartościowa i skuteczna, jeśli posiada te cechy i może być wykorzystana jako kryteria oceny:

- Opowieść jest specyficzna dla odbiorców;
- odnosi się do odpowiedniego kontekstu;
- Opowieść jest humanizowana;
- Zachowuje pokorę;
- Rusza do akcji.

Ważne jest, aby podkreślić potrzebę okazania empatii naszym docelowym odbiorcom, spróbować wejść w ich buty przed sformułowaniem historii. Widzowie muszą czuć, że sprawa ich dotyczy, jest dla nich istotna.

Zadanie można wykonać w dowolnej formie pisemnej.

Nauczycielom sugeruje się, aby pokierowali uczestnikami, aby zastosowali zasady gospodarki o obiegu zamkniętym – długowieczność, leasing, ponowne użycie, recykling lub inne sposoby na wprowadzenie wartości do społeczeństwa na ich liście wartości biznesowych, a następnie w ich historiach.

Czynność można wykonać na dwa sposoby:

- 1) jak opisano powyżej – zaczynając od przeglądu misji biznesowej i kończąc na skompilowanej historii, aby przekazać zrównoważony biznes;
- 2) w przypadku, gdy misja gospodarcza jeszcze się nie rozpoczęła, działalność można rozpocząć od identyfikacji wartości przedsiębiorstwa, tak więc etap końcowy służy stworzeniu końcowego zestawienia misji przedsiębiorstwa.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Na platformie umieszczony jest specjalny stół, który pomaga uczestnikom w pracy nad misją biznesową. Do sfinalizowania ich pracy wymagane jest użycie różnych kolorów.

Wyraź swoją misję biznesową:	
DLACZEGO? Powody do działania, aspiracje, duch, marzenia...	
JAK? Sposób postępowania, obawy, styl, wyjątkowość	
CO? Wyniki, wartości, produkty, wpływ	

Co musisz zrobić, aby przygotować się do tej sesji

Kilka istotnych przykładów może pomóc uczestnikom wydobyć wartości inteligentnego i zrównoważonego biznesu. Rekomendujemy wykorzystanie przypadków udanej realizacji misji biznesowych w sposób storytellingowy do zbadania komunikacji marketingowej z klientami.

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Na wyniki składają się:

- Poprawione i sfinalizowane oświadczenie o misji biznesowej;
- Opowieść skompilowana w celu dotarcia do odpowiedniej grupy docelowej, na przykład opowieść mająca na celu stworzenie wizerunku firmy w witrynie internetowej firmy.

Tło / referencje / źródła

Esmee Dijt, <https://urbact.eu/storytelling-powerful-tool-quest-circular-economy>

Gothelf, J. Opowiadanie historii może zrobić lub złamać twoje przywództwo.
<https://hbr.org/2020/10/storytelling-can-make-or-break-your-leadership>.

Dodatkowe informacje

Punkty kontrolne / ocena uczenia się

Na ocenę osiągniętych wyników w tym warsztacie składają się następujące zmienne:

- Poziom ukazania wszystkich cech prezentacji ustnej: 1) bliskość publiczności, szacunek, pewność siebie; 2) struktura przemówienia: przywiązana uwaga, główny przekaz, zakończenie; 3) artykulacja, tempo, pauzy, ton; 4) postawa ciała, gesty, ruchy; 5) kontakt wzrokowy, wyraz twarzy. Daje to 40 procent całkowitej oceny.
- Poziom wykazania się umiejętnościami negocjacyjnymi: 1) budowanie relacji, deklarowanie celów, składanie oferty; 2) oświadczenia negocjacyjne prowadzące do wyniku win-win, 3) uzyskanie porozumienia; 4) dotrzymywanie etapów, tempa i ducha konstruktywnego rezultatu. Daje to 30 procent całkowitej oceny.
- Atrakcyjność historii biznesowej: 1) zrewidowana misja biznesowa, deklarująca trwałe wartości; 2) opowieść o przekazywaniu wartości biznesowych poprzez emocjonalny efekt przekonywania. Daje to 30 procent całkowitej oceny.

OPIS METODOLOGII

Prezentacja ustna oznacza sposób przedstawiania informacji za pomocą głosu do grupy docelowej. Niektóre inne rodzaje informacji (takie jak pokaz slajdów lub skrypty) można łączyć. Podczas tej sesji zalecamy korzystanie z prezentacji ustnych twarzą w twarz.

Odgrzywanie ról to „technika, która pozwala uczniom odkrywać realistyczne” sytuacji poprzez interakcję z innymi ludźmi w sposób zarządzany w celu zdobycia doświadczenia i wypróbowania różnych strategii we wspieranym środowisku. Uczestnicy otrzymują

określone role do odegrania w rozmowie lub innej interakcji. Mogą otrzymać szczegółowe instrukcje, jak mają się zachować lub co powiedzieć, lub muszą działać i reagować na swój własny sposób, w zależności od wymagań ćwiczenia. Następnie uczestnicy odegrają scenariusz, po czym nastąpi refleksja i dyskusja na temat interakcji, takich jak alternatywne sposoby radzenia sobie z sytuacją. Scenariusz można następnie odtworzyć ponownie ze zmianami opartymi na wynikach refleksji i dyskusji" (Glover, I.).

Opowiadanie historii bawi czytelnika/widza/słuchacza, zdobywając jego zainteresowanie. Wciągające historie przekształcają suchą, nudną treść w wartościowe wydatki czasowe. Istnieje wiele podejść do opowiadania historii. Personifikacja, opowiadanie historii z trzeciej osoby, osadzone dziennikarstwo i metafory to tylko cztery sposoby na ożywienie treści (Livingston, G.).

Źródła / referencje

Beenen, G., Barbutto, J.E. Zawrzyjmy umowę: dynamiczne ćwiczenie do ćwiczenia umiejętności negocjacyjnych. *Journal of Education for Business*, 89: 149–155, 2014.

Breeze, MH, Rudd, RD, Gifford, GT, Shoulders, CW (2011) Rozwiń swoje umiejętności wystąpień publicznych: wskazówki dla początkujących mówców, trenerów mowy i sędziów.

Esmee Dijt, <https://urbact.eu/storytelling-powerful-tool-quest-circular-economy>

Glover, I. Odgrywanie ról: podejście do nauczania i uczenia się.
<https://blogs.shu.ac.uk/shutel/2014/07/04/role-play-an-podejście-do-nauczania-i-uczenia/>

Gothelf, J. Opowiadanie historii może zrobić lub złamać twoje przywództwo.
<https://hbr.org/2020/10/storytelling-can-make-or-break-your-leadership>.

Jia-Jones, Kathy Keyi. 10 wskazówek, które pomogą profesjonalistom z wykształceniem międzynarodowym poprawić umiejętności wystąpień publicznych (2012). *Magazyn HR Profesjonalny*.

Żywe płótno. Projekt UE: <http://live-canvas.eu/en/learning-area/full/24/6/1/stages-in-negotiation>.

Livingston, G. Cztery metody opowiadania historii.
<https://geofflivingston.com/2011/04/12/cztery-metody-opowiadania/>

Ćwiczenie 4. Szablon: Zaproponuj swój pomysł na biznes

Zadanie 2. Przygotuj zarys prezentacji biznesowej zgodnie z podaną strukturą. Napisz tekst pełnymi zdaniami w prawej kolumnie tabeli.

Części	Twój tekst
ATRAKCJA Znajdź punkt, który wciągnie słuchaczy w temat, aby poczuli przychyłność i zainteresowanie wystąpieniem. Można to zrobić poprzez fakty statystyczne, humor, odniesienie do okazji, osobowości, wydarzenia itp.	
BLISKOŚĆ SŁUCHACZY Daj słuchaczom powód do wysłuchania Twojego wystąpienia, zwiększ motywację poprzez ewentualne przywiązanie do nich.	
WIARYGODNOŚĆ Zaoferuj dowody swojej wiedzy, doświadczenia i fachowości związane z tematem.	
TEMAT WYPOWIEDZI Jedno pełne zdanie, które mówi publiczności o temacie twojego wystąpienia.	
TREŚĆ KOMUNIKATU Główne punkty, zapewnienie korzyści, potrzeby i znaczenia komunikatu.	
PODSUMOWANIE Podkreśl główną myśl swojej wypowiedzi.	
FRAZA ZAMYKAJĄCA Zwrotem zamykającym odwołaj się do wstępu, lub kwestii inspirującego odwołania.	

Zadanie 3. Wykorzystanie szablonu w warsztacie wygłaszania wystąpień publicznych, gdy w roli słuchacza.

Elementy komunikacji	Notatki
Bliskość słuchaczy, szacunek, zaufanie	
Struktura przemówienia: przywiązanie uwagi, główny przekaz, zakończenie	
Zwiężłość języka: artykulacja, tempo, pauzy, ton	
Język ciała: postawa, gesty, ruchy	
Język ciała: kontakt wzrokowy, wyraz twarzy	

Ćwiczenie 5: Zrewiduj swoją misję biznesową

Zadanie 1. Zrób deklarację swojej misji biznesowej. Proszę wypełnić pustą kolumnę swoim materiałem tekstowym. Twoja misja może być prosta i jasna, ale także może być wyrażona w solidny sposób frazeologiczny.

Przetłumacz wyrażenia zawarte w stwierdzeniu na trzy części zgodnie z zadanymi pytaniami i ich rozszerzeniami. Wybierz frazy kluczowe, które mają najcenniejsze znaczenie, ze stwierdzenia do sekcji w prawej kolumnie tabeli.

Zakończ zadanie, dzieląc wyniki na dwie sekcje: wskazówki logiczne i wskazówki emocjonalne, kolorując je różnymi kolorami.

Wyraź swoją misję biznesową:	
DLACZEGO? Powody do działania, aspiracje, duch, marzenia...	
JAK?	

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Sposób postępowania, obawy, styl, wyjątkowość	
CO? Wyniki, wartości, produkty, wpływ	

MODUŁ 3.2. STRATEGIA SIECI

Jaki jest cel sesji? Ogólny opis

Relacje biznesowe mogą być tworzone w określonym środowisku biznesowym i kontekście, rozwijanym pod specjalne potrzeby biznesu, a zatem jest to krótszy lub dłuższy proces budowy efektywnej i stabilnej sieci biznesowej.

Zadaniem części praktycznej tej sesji jest ustalenie krok po kroku planu pełnej strategii sieciowej zrównoważonego biznesu, w tym opracowanie strategii sieci offline i sieci społecznościowych.

Cele nauczania (związane z programem nauczania / częścią teoretyczną)

- Wyjaśnienie powodów, dla których tworzenie sieci offline jest zasadniczym elementem i obciążeniem każdego rozwoju biznesowego.
- Aby ustalić całą strategię sieci biznesowej.
- Zbudowanie planu znaczących powiązań biznesowych.
- Opracować strategię sieci społecznościowej.

Czas trwania

Całkowicie 3 godziny 30 minut (nie wliczając części teoretycznej):

- **Ćwiczenie 1** - Mapa strategii networkingu biznesowego – czas trwania 70 min;
- **Ćwiczenie 2** – Sieć biznesowa offline – 70 min;
- **Ćwiczenie 3** – Strategia sieci społecznościowych – czas trwania 70 minut.
- **Zakończenie** – 10 min.

Co edukatorzy muszą zrobić, aby przygotować się do sesji?

Edukatorzy muszą być świadomi teorii i praktyk sieciowych, rozumieć zasady i znać specyfikę sieci społecznościowych. W przypadku, gdy edukatorzy służą młodym przedsiębiorcom ze specjalnego obszaru/sektora biznesowego, pomocne byłoby

przedstawienie uczestnikom aktorów odgrywających ważną rolę w danym obszarze biznesowym.

Lista zastosowanych metodologii

Mapy myśli, zbieranie danych.

O mentorach

Skuteczny mentoring będzie wykorzystywał rzeczywiste praktyczne doświadczenia z firm. Dzielenie się lekcjami i decyzjami w tworzeniu partnerstw biznesowych jest cenne dla wniesienia wartości dodanej sesji.

Inne komentarze

Sesje ustalania strategii sieci biznesowych są ograniczone. Podczas zajęć niech uczestnicy zrozumieją, że w życiu biznesowym projektowanie ich strategicznej struktury sieciowej jest dość czasochłonne i nigdy nie jest całkowicie skończone, ponieważ nowi partnerzy przychodzą i odchodzą.

Ćwiczenie 1 Mapa strategii sieci biznesowych

Budowanie sieci jest częścią Twojej strategii biznesowej. Ta sesja pomoże uczestnikom nakreślić całą strategię ich biznesowego networkingu, zaczynając od sieci, którą mają dzisiaj, a następnie zaplanować intencje, aby przejść do miejsca, w którym chcieliby być w okresie strategii.

Czas trwania

Całkowity czas - 70 min.: 60 min warsztaty z mapowania myśli, 10 min na przegląd.

Opis krok po kroku

Narysowanie mapy całej strategii biznesowej networkingu wymaga rozważenia różnych czynników, takich jak cele i cele networkingu, rodzaj i struktura sieci, decyzje członkowskie, styl zarządzania, ustalanie harmonogramu itp. Te rozważania pomagają sformułować kompletny plan. Niech uczestnicy zrozumieją te czynniki tworzenia strategii sieciowej:

1. Cele i zadania spełniające rodzaje sieci. Tworzenie partnerstw z innymi organizacjami pozwala firmom dzielić się swoimi zasobami, wiedzą, doświadczeniem, koordynować różne działania, wywierać wpływ i wносить inne formy wartości.

Zadanie polega na wyznaczeniu celów biznesowych i zdefiniowaniu typów różnych organizacji dla sieci najlepiej dostosowanych do różnych celów i celów. Te różne typy mogą obejmować stowarzyszenia, koalicje, sojusze, kohorty, społeczności i wiele innych.

2. Decyzje o członkostwie w sieci. Podjęcie decyzji, kto jest i powinien być członkiem sieci, może być bardzo złożonym zadaniem. Niektóre sieci mają nieformalne członkostwo, a partnerzy przychodzą i odchodzą bez większego zarządzania. Inni mają formalne procesy członkostwa, z zasadami dotyczącymi tego, kto może dołączyć, procesem, który to robi, oraz dawnymi obowiązkami, które mogą obejmować opłaty członkowskie i wymaganą obecność na spotkaniach. Najważniejszą kwestią jest możliwość jasnego określenia, kto jest, a kto nie jest członkiem sieci.

3. *Struktura sieci.* Mogą istnieć dwa rodzaje powiązań z partnerami – bezpośrednie i pośrednie. Poprowadź uczestników, aby wybrali, która sieć powinna składać się z bliskich, bezpośrednich połączeń między partnerami, a które sieci mogą być rzadkie, połączone pośrednio, mogą być realizowane przez pośredników. Nie skupiaj się tylko na gęstej chmurze krawatów jako najlepszym rozwiązaniu. Zalety słabych więzi i mniejsze zaangażowanie partnerów mogą być również postrzegane jako korzyści w znalezieniu nowych partnerów przy mniejszych kosztach finansowych i czasowych.

4. *Kalendarium sieci.* Uczestnicy powinni zdecydować, które sieci współpracy z partnerami są nieokreślone, a które jasno predefiniowane. Ważne jest, aby upewnić się, że partnerzy przestrzegają warunków i mają na celu utrzymanie takiej samej żywotności sieci.

5. *Zarządzanie siecią.* Niektóre sieci są samorządne, co pozwala członkom na autonomię, inne mogą być zarządzane przez jakieś władze, zarząd, przestrzeganie zasad, odpowiedzialność, wsparcie. Wspólne zarządzanie to także sposób.

Uczestnicy tej sesji mają za zadanie narysować mapę całej swojej strategii networkingu biznesowego zgodnie z opisem zadania na platformie.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Uczestnicy proszeni są o zastosowanie dowolnej techniki mapowania myśli, takiej jak <https://www.mindmaps.app> lub innej podobnej funkcji, w celu narysowania mapy rozbudowanej sieci biznesowej. Na początku muszą sporządzić listę partnerów (jeśli) mają dzisiaj, opisując ich w świetle czynników celów, celów, rodzaju relacji, osi czasu. Drugim krokiem jest rozszerzenie sieci poprzez zidentyfikowanie innych przydatnych partnerstw, które mogą pomóc w tworzeniu skutecznej i stabilnej sieci biznesowej.

Co musisz zrobić, aby przygotować się do tej sesji

Mentorzy muszą być gotowi do wyjaśnienia różnic w rodzajach sieci i czynnikach wpływających. Pomocne mogą być również umiejętności posługiwania się technikami mapowania myśli. Przedstaw się opisem aktywności dla uczestników platformy.

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Należy stworzyć pełną listę atrakcyjnych i dostępnych partnerstw jako jasny schemat realizacji. Należy zauważyć, że rozbudowana sieć relacji jest najbardziej efektywna dla biznesu, z jednej strony wystarczająco szeroka, z drugiej niezbyt rozbudowana, pochłaniająca zbyt wiele czasu, wysiłku i środków finansowych.

Inne uwagi (jeśli występują)

Mentoring sesji powinien również obejmować mentoring uczestników w wyborze partnerstw dla ich zrównoważonego profilu działalności.

Tło / referencje / źródła

Derr, Alex. Czym jest strategia sieciowa? <https://visiblenetworklabs.com/2021/03/01/co-jest-strategia-sieci/>

<https://www.mindmaps.app/>

Ćwiczenie 2 Strategia sieci offline

Organizacje tworzą różne typy relacji. Biznesowe cele posiadania wiarygodnych dostawców, pośredników, partnerów handlowych opierają się na budowaniu i rozwijaniu starannie dobranych relacji z wykorzystaniem kontaktów offline. Ta aktywność ma na celu stworzenie sieci kontaktów offline Twojej firmy.

Czas trwania

Całkowity czas 70 min: 60 min warsztaty; Przegląd 10 minut.

Opis krok po kroku

1. Sesja planowania sieci offline przybliży menedżerskie podejście do budowania niezbędnych relacji z kluczowymi partnerami.
2. Na początku niech uczestnicy zrozumieją zalety osobistego networkingu w rozwijaniu relacji z i pomiędzy współpracującymi firmami.
3. Należy wykorzystać zalety relacji offline, ponieważ:
4. Osobiste interakcje z partnerami są znacznie łatwiejsze do zainicjowania i zarządzania niż online i mają bardziej naturalny charakter. Niewerbalna komunikacja, w tym mowa ciała, ton głosu, nadaje kolor osobistym intencjom i uczuciom. Nie wszyscy korzystają z kanałów mediów społecznościowych, niektórzy nie są tak aktywni, jak można by się spodziewać. Możesz przegapić cenne kontakty tych doświadczonych przedsiębiorców, którzy zwykle pozostają nieaktywni w mediach społecznościowych. Takie spotkania oparte na wydarzeniach, takie jak targi, spotkania branżowe, konferencje, festiwale społecznościowe itp., tworzą silne lokalne powiązania zakorzenione w tym samym mieście lub regionie, otwierają nowe możliwości współpracy. Ma to dużą zaletę, jeśli chodzi o posiadanie partnerów lub stosunkowo krótki termin.
5. Ludzie lepiej pamiętają twarze niż zdjęcia profilowe. Cenne wspomnienie zobaczenia kogoś osobiście służy jako kluczowa zaleta, która pozwala wyrzucić trwałe wrażenie.
6. Zrównoważ swoje sieci i strategie, oddzielając połączenia offline z komunikacją online, aby wykorzystać każdą okazję do zbudowania najlepszych relacji.

Zadanie 1 działania wymaga wygenerowania listy potencjalnych partnerów, organizacji lub osób, których uczestnicy uważają za wartościowych aktorów, aby zyskać wzajemną wartość dla biznesu. Cele biznesowe są punktem wyjścia do generowania pasujących połączeń do współpracy.

Korzystaj z zewnętrznych źródeł informacji, takich jak bazy danych, katalogi biznesowe, czasopisma biznesowe i nie tylko, aby znaleźć odpowiednich partnerów biznesowych. Wspólne doświadczenie mentorów w zakresie networkingu biznesowego może być bardzo cenne.

Drugim krokiem jest ustalenie planu strategii sieci offline. Ta część powinna pomóc uczestnikom określić podstawowe zdolności każdego partnera, którego mogą wnieść do sieci. Poproś uczestników, aby przygotowali Kartę Partnera, na której są ustalone działania taktyczne i szczegóły współpracy. Liczba kart powinna być taka sama, jak liczba kluczowych partnerów wybranych do relacji offline. Zbiór starannie dobranych profili partnerów powinien tworzyć godną i efektywną sieć dla ich osobistych relacji biznesowych.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Tabela zadania 1 jest umieszczona na platformie do pracy nad doбором potencjalnych partnerów biznesowych do komunikacji offline. Żądane relacje powinny obejmować specyficzne potrzeby ich działalności. Pomóż uczestnikom opisać kluczowe procesy biznesowe, aby odblokować potencjał czerpania korzyści z kontaktów osobistych.

Wymagane relacje	Twoje cele biznesowe	Instytucje, nazwiska osób	Twoje priorytety, w większości wymagane przez partnerów (nazwisko 1 lub 2)
	Cel 1: Cel 2: ...	1. 2. 3.	
	Cel 1: ...	1. 2. 3.	

Z technicznego punktu widzenia uczestnicy powinni kształtować tabelę 1 podaną na platformie, dodając lub usuwając w niej kilka wierszy, odzwierciedlając specyficzne potrzeby ich działalności.

Zadanie 2 nadal rozwija tworzenie swojej strategii offline, obejmującej decyzje procesu komunikowania, określające kluczowe zdolności do tworzenia wzajemnej wartości dla obu stron współpracy.

Pokieruj uczestnikami w sporządzeniu planu rozwoju współpracy, wskazując działania dotyczące tych czynników:

PARTNER 1

Główne możliwości partnera
Nasza atrakcyjność dla partnera
Kluczowe osoby do współpracy
Rodzaje spotkań (okrągły stół, śniadanie biznesowe)
Częstotliwość spotkań
Inne

Uczestnicy muszą wylosować kartę, profil dla każdego z wybranych przez siebie partnerów.

Co musisz zrobić, aby przygotować się do tej sesji

Pomocne byłoby, aby uczestnicy podzielili się katalogami różnych organizacji biznesowych, stowarzyszeń branżowych, izb i społeczności, aby ukierunkować definicję możliwych podmiotów w ich branży. Zwróć uwagę na adekwatność wybranych partnerów do celów tworzenia wartości klienta oraz do celów zajęcia pozycji konkurencyjnej, którą można obronić.

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Na zakończenie sesji uczestnicy muszą mieć listę starannie wyselekcjonowanych partnerów biznesowych, którzy są kluczowi dla ich biznesu i z którymi muszą rozwijać sieć offline.

Karty każdego z partnerów, o które proszono ich do współpracy offline, jako mapa działań taktycznych, które należy podjąć, aby utrzymać połączenia offline, są końcowymi wynikami sesji.

Inne komentarze

Planując spotkania offline, ważne jest, aby uczestnicy nie przesadzali z zaangażowaniem. Zamiast tego skup się na ukierunkowanym podejściu.

Tło / referencje / źródła

<https://www.european-business.com/tips/networking-how-to-network-offline>

<https://startupnation.com/grow-your-business/offline-networking-essential-entrepreneurs/>

Ćwiczenie 3 Strategia sieci społecznościowych

Networking online daje niezliczone możliwości nawiązania kontaktów, które nigdy nie mogłyby się spotkać osobiście. Młodzi przedsiębiorcy polegają na tych platformach, aby znaleźć innych specjalistów i współpracować z nimi, aby budować swoje sieci i tworzyć więcej możliwości. Platformy społecznościowe radykalnie zmieniły dynamikę profesjonalnych sieci. Sesja zaprasza do ustalenia strategii biznesowej sieci społecznościowych.

Czas trwania

Całkowity czas 70 min: 60 min warsztaty; Przegląd 10 minut.

Opis krok po kroku

Media społecznościowe stały się kluczowe dla rozwoju marketingu produktów i marek biznesowych. Działanie to ma na celu opracowanie strategicznego planu budowania relacji z klientami docelowymi i potencjalnymi źródłami rekomendacji.

Komunikacja społeczna firmy powinna zaczynać się od ujawnienia długofalowych celów marketingowych, takich jak promowanie misji firmy, kreowanie świadomości marki, wprowadzanie nowych produktów, eksponowanie wiedzy eksperckiej, dzielenie się wyzwaniami i doświadczeniem w zakresie zrównoważonego rozwoju, promowanie zespołu firmy, pozyskiwanie nowych pracowników, tworzenie więzi z lokalnymi społecznościami i nie tylko.

Cel komunikacji 1:

Cel komunikacji 2:

Cel komunikacji 3:

Cel komunikacji 4:

Ponieważ cele połączeń społecznościowych są ustalone, rozszerzony plan sieciowy obejmuje następujące kroki:

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

- ✓ Wybór odpowiednich serwisów społecznościowych;
- ✓ Opracowanie planu tworzenia treści;
- ✓ Ustalenie obowiązków administrowania portalem społecznościowym.
- ✓ Podczas tej sesji uczestnicy muszą zmapować swoją sieć mediów społecznościowych, wykonując powyższe kroki.
- ✓ Wybór odpowiedniego serwisu społecznościowego powinien odzwierciedlać rodzaj kanału, który doda wartości do celów marketingowych Twojej firmy i zaangażuje docelowych klientów: LinkedIn, Instagram, Facebook, Pinterest, Google+, YouTube, Tik Tok, itp.

WYBRAĆ ODPOWIEDNIE PORTALE SPOŁECZNOŚCIOWE ZWIĄZANE Z CELAMI:

LinkedIn, Facebook, Instagram, Pinterest, YouTube, wszelkie inne.

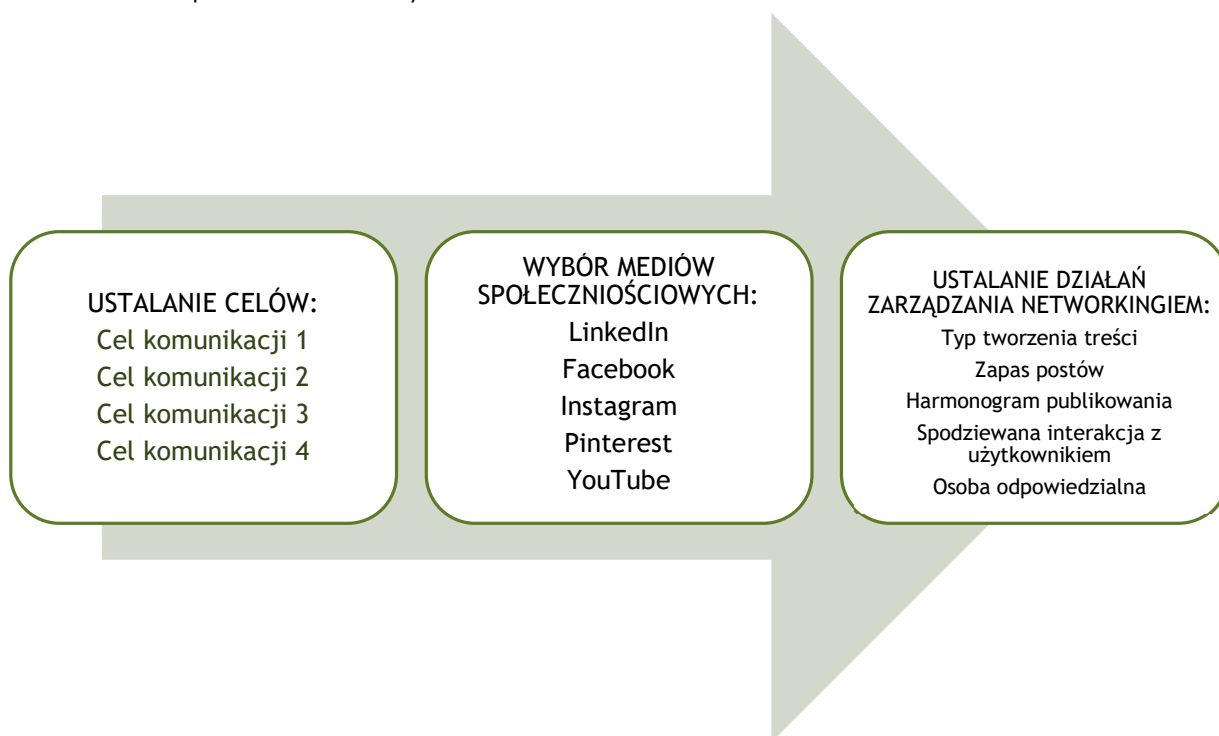
Rodzaje treści, które można zaplanować w sieci społecznościowej, mogą obejmować:

- ✓ Nadchodzące wydarzenia firmowe i społeczne;
- ✓ Porady i fachowe porady dla klientów;
- ✓ Odpowiednie/na żywo wydarzenia i wideo;
- ✓ Reprezentacja zespołów biznesowych i ich osiągnięć;
- ✓ Nowe reklamy produktów/usług;
- ✓ Linki do stron interesujących klienta itp.

Poza rodzajem treści, uczestnicy muszą zaplanować działania zarządu sieci. Decyzje obejmują ustalenie częstotliwości postów, kluczowych wskaźników wydajności do oceny oczekiwanej interakcji użytkownika oraz określenie odpowiedzialności w zespole.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Uczestnicy znajdą zdjęcie pokazujące etapy tworzenia strategicznego planu networkingu w mediach społecznościowych.



Poproś uczestników, aby wybrali preferowany sposób sporządzenia mapy strategicznych decyzji i działań. Może wypełnić wybrane sekcje tabeli, które można wykonać, aby ustawić najlepszą sieć społecznościową. Powinni kształtować tabelę pod Twoją prośbę/potrzebę, usuwając lub dodając w niej kolumny.

Media społecznościowe	LinkedIn	Facebook	Instagram	Pinterest	...
Cel komunikacji:					
Rodzaj treści:					
Harmonogram publikowania:					
Spodziewana interakcja z użytkownikiem:					
Osoba odpowiedzialna:					

Zamiast tabeli można zaproponować uczestnikom wykorzystanie techniki mapowania myśli do narysowania mapy zarządzanej przez Ciebie strategii sieciowej w mediach społecznościowych.

Co musisz zrobić, aby przygotować się do tej sesji

Zaleca się, aby być świadomym różnych kanałów mediów społecznościowych, aby być gotowym do udzielania porad uczestnikom w zakresie dopasowania strony do celu komunikacji i, jeśli to możliwe, dzielenia się historiami ich własnych doświadczeń.

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Cały plan sieci społecznościowych należy opracować i zaprezentować na zakończenie sesji. Może przybrać kształt tabeli lub mapy. Mapa strategii musi dawać pełny obraz wartościowych połączeń, aby osiągnąć inteligentne cele biznesowe.

Inne uwagi

Zadbaj o to, aby sieć społecznościowa w pełni odpowiadała całej strategii networkingu biznesowego i wspierała sukces biznesowy.

Podkreśl znaczenie ustanowienia odpowiednich połączeń, które przyniosą korzyści firmie w zrównoważony i inteligentny sposób.

Tło / referencje / źródła

<https://socialnetworking.lovetoknow.com/about-social-networking/five-steps-creating-effective-social-media-content-plan>

Dodatkowe informacje

Punkty kontrolne / ocena uczenia się

Na ocenę osiągniętych wyników w tym warsztacie składają się następujące zmienne:

- Umiejętność zastosowania umiejętności zarządzania strategicznego poprzez określenie prawidłowych celów biznesowych komunikacji – 40 procent całkowitej oceny.
- Krytyczna ocena zalet i braków różnych połączeń i kanałów medialnych w obszarze biznesowym – 40% całości oceny.
- Wykazane umiejętności tworzenia pełnego planu lub wizualizacji działań w zakresie komunikacji biznesowej — 20% całkowitej oceny.

OPIS METODOLOGII

Technika mapowania myśli wymaga użycia kreatywnych metod wybranych z szerokiego wachlarza możliwości, w tym aplikacji. *Do wykonywania praktycznych zadań można wykorzystać wyszukiwanie różnego rodzaju informacji w Internecie lub w innych katalogach biznesowych.*

Wszelkie dodatkowe uwagi

Wszystkie działania są ze sobą powiązane. Cała strategia ustanowiona w ćwiczeniu 1 musi być rozwijana poprzez ćwiczenie ustawień sieci w obu kierunkach: offline i online. Jeśli zajdzie taka potrzeba możesz wykonać dodatkowe czynności prosząc o ustalenie strategii networkingu online jak planowanie rozwoju strony internetowej firmy. Zdecydowanie zaleca się podkreślenie znaczenia ustanowienia odpowiednich połączeń, które przyniosą korzyści biznesowemu charakterowi jako zrównoważonemu i inteligentnemu.

Źródła / referencje

, Alex. Czym jest strategia sieciowa?

<https://visiblenetworklabs.com/2021/03/01/what-is-a-network-strategy/>

<https://www.european-business.com/tips/networking-how-to-network-offline>

<https://startupnation.com/grow-your-business/offline-networking-essential-entrepreneurs/>

<https://socialnetworking.lovetoknow.com/about-social-networking/five-steps-creating-effective-social-media-content-plan>

MODUŁ 3.3. MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE I OBECNOŚĆ W INTERNECIE

Jaki jest cel sesji? Ogólny opis

Ten moduł obejmie następujące aspekty:

- tworzenie swojego cyfrowego śladu
- jak być e-odpowiedzialnym
- różne platformy mediów społecznościowych
- nakazy i zakazy w mediach społecznościowych
- stworzenie strategii marketingu online z wykorzystaniem koncepcji celów S.M.A.R.T, która pomoże w uruchomieniu biznesu online Pomoże to uniknąć pułapek, jednocześnie wzmacniając obecność w Internecie.

Ten moduł obejmuje również sesję praktyczną, podczas której uczestnicy będą mieli możliwość stworzenia przyciągających wzrok kont w mediach społecznościowych dla swojej firmy lub start-upu. Zapewniony zostanie również przewodnik, który pomoże uczestnikom w utrzymaniu tych portali, ponieważ zwiększają one ruch na swoich stronach. Uczestnicy będą mogli również wziąć udział w internetowym quizie samooceny.

Moduł ten zawiera również słowniczek terminów związanych z mediami społecznościowymi.

Cele nauczania

W kolejnym module uczestnicy będą:

- stworzyć cyfrowy ślad
- poznać różne platformy mediów społecznościowych i ich odpowiednie zastosowania

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

- dowiedz się o rosnącej bazie klientów
- uświadomić sobie pułapki, których należy unikać
- dowiedz się, jak tworzyć ciekawe treści medialne, aby przyciągnąć klientów
- być w stanie łagodzić skargi lub spory online

Czas trwania

Ten moduł zajmie maksymalnie 3 godziny.

Lista zastosowanych metodologii

Metodologia zastosowana w tym module to metoda obserwacji/uczestnictwa. Jak argumentował Mac an Ghail (1994), uczestnik-obserwator zbiera dane uczestnicząc w codziennym życiu tych, których bada. „Podejście to jest bliskie codziennej interakcji, polegającej na rozmowach w celu odkrycia interpretacji przez uczestników sytuacji, w których uczestniczą” (Becker 1958, s. 652). Celem obserwacji uczestniczącej jest stworzenie „grubego opisu” interakcji społecznych w naturalnych warunkach. Jednocześnie informatorzy są zachęceni do używania własnego języka i codziennych pojęć do opisywania tego, co dzieje się w ich życiu. Mamy nadzieję, że w tym procesie wyłania się bardziej adekwatny obraz środowiska badawczego jako systemu społecznego opisanego z wielu perspektyw uczestników (Geertz, 1973; Burgess, 1984). Innymi słowy, szukamy sensu w spotkaniach i sytuacjach.

Uczestnicy będą obserwować, czytać i uczestniczyć w tworzeniu własnych kont w mediach społecznościowych.

O mentorach

Przez cały czas trwania projektu uczestnicy będą pod opieką lokalnego partnera i ich zespołu, aby mieć pewność, że są oni poprowadzeni przez cały kurs. Pamiętając

obecna sytuacja w Covid 19, gdzie interakcje twarzą w twarz mogą być ograniczone, mentorzy i podopieczni powinni mieć możliwość interakcji online na jednej z platform mediów społecznościowych, takich jak Facebook Chat, LinkedIn, WhatsApp, a nawet przez e-mail lub w czasie rzeczywistym na platformach takich jak Zoom, Teams i Google Meet. Podczas spotkania mentora i podopiecznego należy opracować plan tego, jak taki mentoring powinien odbywać się zgodnie z ich potrzebami. Lokalny partner powinien również mieć możliwość nominowania innych mentorów ze społeczności lokalnej lub lokalnych organizacji kobiecych do pełnienia roli mentorów dla swoich uczestników.

Celem mentora jest pomóc uczestnikowi rozwijać się jako osoba i stać się najlepszą wersją siebie. Może to pomóc uczestnikom osiągnąć cele osobiste lub zawodowe, jednocześnie wprowadzając ich w nowe sposoby myślenia, umożliwiając m.in. kwestionowanie własnych ograniczających założeń, a także dzielenie się cennymi życiowymi lekcjami.

Ćwiczenie 1 Cyfrowy ślad

Czas trwania

Przegląd dostarczonych zasobów zajmuje około 30 minut. Chociaż zagłębienie się w każde narzędzie może zająć więcej czasu, sugeruje się, aby poświęcić kilka minut na każde narzędzie i zrobić notatki na temat tego, co jest uważane za ważne.

Opis zadania krok po kroku

To działanie nazywa się minimalizowaniem Twojego cyfrowego śladu.

Aby wykonać to działanie:

- Zapytaj uczestników, z jakich platform mediów społecznościowych korzystają
- Zapytaj uczestników, jakiego rodzaju informacje na ich temat są dostępne w Internecie
- pokaż pierwszy krótki zasób wideo w tym module – Twój cyfrowy ślad (<https://www.youtube.com/watch?v=6TUMHplBveo>)
- Zachęć uczestników do omówienia swoich odczuć związanych z udostępnianiem danych osobowych w Internecie. Jakie dane chcieliby udostępnić i jakie, ich zdaniem, dane są dostępne niechętnie?
- Uczestnicy oceniają swój cyfrowy ślad za pomocą tego quizu online. Powinno to zająć około 30 minut. Sprawdź swój cyfrowy ślad, do którego można uzyskać dostęp pod tym linkiem: <https://www.proprofs.com/quiz-school/personality/playquiz/?title=your-digital-footprint>

(Uwaga: quiz może być udostępniony uczestnikom w formie drukowanej lub cyfrowej)

Uczestnicy powinni mieć około 30 minut na przejście quizu. Należy zachęcać uczestników do przeglądania własnych wyników i radzić, aby zwracali uwagę na kluczowe wyniki. Sesja informacji zwrotnej powinna odbyć się po tym ćwiczeniu, podczas której uczestnicy dzielą się i omawiają swoje ustalenia i wyniki quizu.

Referencje / źródła

<https://www.proprofs.com/quiz-school/personality/playquiz/?title=your-digital-footprint>

<https://www.proprofs.com/quiz-school/personality/playquiz/?title=your-digital-footprint>

<https://www.cybers3c.pt/a-sua-pegada-digital-atraves-de-osint>

Ćwiczenie 2: Plan dla mediów społecznościowych

Czas trwania: od 1 do 2 godzin

Opis krok po kroku

Celem tego działania jest:

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

- ✓ zrozumieć, jak działają media społecznościowe
- ✓ co oferują platformy
- ✓ w jaki sposób platformy mogą być wykorzystywane do osiągania lepszych zysków
- ✓ stworzyć ustalony plan, który pomoże uczestnikom aktualizować platformy.

Ćwiczenie podzielone jest na różne sekcje, z których każda da uczestnikowi szczegółowy obraz poszczególnych funkcji każdej sieci społecznościowej.

Przeznacz 5 minut na przeczytanie ćwiczenia przez uczestnika, a następnie 10 minut na ukończenie każdego elementu. Lista kontrolna dla różnych platform będzie podążać za tym działaniem, która obejmuje zadania, które mogą wymagać wykonywania codziennie, co tydzień lub w razie potrzeby. Przydziel uczestnikom około 60 minut na przejrzanie tej listy kontrolnej.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Arkusze pracy	DEFINE YOUR <i>target audience</i> Demographics: Age Range: _____ Income Level: _____ # of Employees: _____ Gender: _____ Education Level: _____ Type of Business: _____ Occupation: _____ Industry: _____ Revenue: _____ Identify the challenges they're struggling with: ☐ _____ _____ _____ Identify the most common questions they have (your sales team hears them all the time!): ☐ _____ _____ _____ ★ PRO TIP: Focus your content and social posts on information that's relevant to your target audience. This is important: you don't want to annoy people or promote yourself too much!
2	CREATE <i>interesting content</i> TO SHARE Address the pains of your target audience ☐ Answer frequently asked questions about your products, services, or industry ☐ Address common misconceptions about your industry ☐ 

3

Facebook

Update Status
Add Photos/Video

What's on your mind?

Add a post to your company page ____ times per day ☐

Promote your posts and offers using Facebook Advertising ☐

Identify a monthly budget: \$ _____

- Promote content offers and blog posts to increase traffic to your website
- Promote your company page to increase awareness and fans
- Create an offer (discount, coupon, etc.) to drive sales

★ **PRO TIP:** Don't forget to tag people and pages in your posts

All
Invites
Saved
Hosting
+ Create

Add your events to your Facebook company page to help boost registration ☐

Write a comment...

Respond to follower comments ☐

Ask people to comment, like, or share posts ☐

Like

Use relevant **#hashtags** in your posts ☐

4

Username

@Username

TWEETS

1892

FOLLOWING

453

FOLLOWERS

346

What's happening?

Post at least ____ tweets per day ☐

- Circulate blog posts
- Circulate content offers
- Include a call to action
- Attach images to tweets

Use Twitter Cards to embed rich media into your tweets and ramp up user interaction ☐

★ **PRO TIP:** Add **#hashtags** so posts appear in trending topics

Retweet posts from influencers and followers ☐

Reply Retweet Like *** More

Follow ____ new people or companies weekly ☐

Follow

Read ____ articles posted by industry influencers and competitors to stay on top of trends ☐

Monitor mentions and retweets ☐

- Thank others for circulating your content
- Respond to complaints or support requests

Consider using Twitter polls to encourage interaction and learn more about your followers ☐

Use promoted tweets ☐

Identify a monthly budget: \$ _____

5





Add company updates ___ times per week ☐

- Keep tone professional
- Encourage event registration
- Circulate blog posts
- Circulate job postings
- Promote content offers

Scan industry groups for trends and news ___ times a week ☐

- Respond to questions and comment on discussions
- Post relevant content offers and blog posts from your company and other sources (if group rules allow)

Update your company profile at least ___ times a month ☐

- Upload or link to SlideShare presentations from speaking engagements
- Upload or link to non-confidential work samples
- Update relevant experience and certifications

Republish your original blogs on your personal LinkedIn Pulse ☐

★ **PRO TIP:** Encourage your employees to establish a LinkedIn profile to help circulate company content to their professional network

Each week, review your calendar and connect with people you've met ☐

- Customers
- Partners
- Colleagues
- Prospects

Ask for professional recommendations from customers and colleagues ___ times per month ☐

Give professional recommendations to customers and colleagues ___ times per month ☐

★ **PRO TIP:** Don't forget to use LinkedIn to research prospects and job candidates before meeting with them

6



Find ___ new videos each week to share on Facebook, Twitter, and Google+ ☐



Music

Subscribe to new channels in your industry ___ times a month ☐



Education

Plan a video that showcases an area of business expertise ☐

Engage a videographer for company events—interview loyal customers and enthusiastic employees, and post testimonials to YouTube ☐

★ **PRO TIP:** Keep the videos relevant to your industry, but don't forget to sprinkle in some fun

Use cards and annotations as powerful calls to action to drive traffic and leads to ☐

What to Watch

- My Channel
- My Subscriptions
- History

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

7



Get discovered by millions of people looking for things to plan, buy and do.

[Join as a business](#)

Follow ___ new inspiring boards each week from users related to your industry

★ **PRO TIP:** Make sure pins link back to your website to drive traffic

Each week, add ___ new pins and boards to your company page

- Infographics
- Images from blog posts (and link to the posts)
- Behind-the-scenes company photos
- Company videos and demos
- Memes with text displaying your company's philosophy

Always use keywords in your pin descriptions & board titles

Add boards that your clients would be interested in

8



USERNAME 



212 posts

876 followers

149 following

Edit your profile

User Name

Add original content ___ times per week

Promote at least ___ posts from influencers and thought leaders each week

★ **PRO TIP:** Don't forget! Instagram has a native 15-second video component, which is the length of a TV commercial. Consider how you can tell stories and educate followers with this feature.

Add multiple, relevant hashtags to each post (Instagram will let you include up to 30 tags!)

Tell your company's story by posting:

- Images of your office
- Pictures of company events and parties
- Memes with text displaying your company's philosophy

Follow and feature at least ___ customers or followers per week

Content to add to Instagram:

- Photos
- Infographics
- Memes
- Videos/demos

Checklist



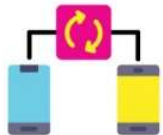
Your Ultimate Social Media Checklist

... tick away and feel proud!



Every day

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ☐ Check and update your posting calendar ☐ Reply to comments and questions ☐ Monitor your brand mentions online and react to them ☐ Discover industry-related keywords and threads | <ul style="list-style-type: none"> ☐ Check what your competitors are posting ☐ Monitor industry news and hot topics ☐ Discover trending hashtags ☐ Monitor and comment on influencers' posts |
|---|--|



Every week



- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ☐ Synchronize with other teams' goals and upcoming activities ☐ Create a posting schedule for the week | <ul style="list-style-type: none"> ☐ Identify your competitors' best-performing posts ☐ Track the results of your ongoing ad campaigns |
|---|--|

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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



Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

- ✓ uczestnicy powinni stać się bardziej świadomi różnych platform mediów społecznościowych
- ✓ uczestnicy wypełnią również dostarczoną listę kontrolną

Referencje / źródła

<https://www.semrush.com/blog/your-ultimate-social-media-checklist-semrush/>

<https://blog.hootsuite.com/social-media-audit-template/>

<https://www.emarketer.com/Chart/Methods-Used-Communicate-with-Customers-According-US-SMB-Professionals-Sep-2017-of-respondents/214982>

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Dodatkowe informacje

Punkty kontrolne / ocena uczenia się

- ✓ uczestnicy staną się bardziej świadomi różnych platform mediów społecznościowych i tego, jak z nich korzystać
- ✓ uczestnicy stworzą strategię w mediach społecznościowych dla swojego biznesu online
- ✓ uczestnicy stworzą szereg profili w mediach społecznościowych
- ✓ uczestnicy utworzą własną listę kontrolną, która pomoże im w utrzymaniu platform mediów społecznościowych
- ✓ uczestnicy ocenią cyfrowy ślad za pomocą dostarczonego quizu

Opis metodologii

Warsztaty odbędą się twarzą w twarz i powinny obejmować jak najwięcej uczestników. Warsztaty będą obejmowały aktywny udział uczestników poprzez kilka dyskusji, a także wykorzystanie listy kontrolnej i tworzenie różnych profili w mediach społecznościowych.

Źródła / referencje

- platformy mediów społecznościowych dla biznesu: <https://optinmonster.com/best-social-media-platforms-for-business/>
- marketing w mediach społecznościowych dla biznesu: <https://www.wordstream.com/social-media-marketing>
- porady dotyczące mediów społecznościowych dla małych firm: <https://blog.hootsuite.com/social-media-tips-for-small-business-owners/>
- media społecznościowe dla małych firm: <https://dr6j45jk9xcmk.cloudfront.net/documents/443/medi-booklet-social-media-accessible-e-final.pdf>

MODUŁ 3.4. SIEĆ

Jaki jest cel sesji? Ogólny opis

Podczas tej sesji dowiemy się, o co chodzi w networkingu, jak możemy znaleźć okazje do networkingu oraz nakazy i zakazy, aby utrzymać Cię na właściwej drodze. Zidentyfikujemy różne rodzaje wydarzeń networkingowych, w których możemy uczestniczyć, co musimy

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

przygotować przed tymi wydarzeniami networkingu i jak postępować, gdy już w nich uczestniczymy. Jest to bardzo praktyczna sesja nakazów i zakazów, aby jak najlepiej wykorzystać możliwości sieciowe.

Networking to społeczno-ekonomiczna działalność biznesowa, dzięki której ludzie biznesu i przedsiębiorcy spotykają się, aby nawiązać relacje biznesowe i rozpoznać, stworzyć lub wykorzystać możliwości biznesowe, dzielić się informacjami i szukać potencjalnych partnerów do przedsięwzięć. Przez całe życie będziesz nawiązywać kontakty sieciowe, które przekształcą się w relacje obejmujące przyjaciół, kolegów i perspektywy zawodowe. Aby nawiązać kontakty, musisz wyjść i poznać ludzi.

W związku z tym, że nie każdy urodził się ekstrawertykiem i świetnym komunikatorem, stworzyliśmy kilka ćwiczeń, które pomogą Ci przełamać wahanie w rozpoczynaniu rozmów z zupełnie nieznanymi.

Odgrywanie ról i przedstawianie swojego pomysłu biznesowego pozostałym uczestnikom to dobry początek walki z nieśmiałością i niepokojem podczas rozmowy z nieznanymi. Stworzymy fikcyjny scenariusz wydarzenia networkingowego, w którym uczestnicy będą mogli przećwiczyć to, czego nauczyli się podczas sesji teoretycznej.

Cele nauczania (związane z programem nauczania / częścią teoretyczną)

- ✓ Dowiedz się, jaki jest cel tworzenia sieci
- ✓ Dowiedz się, jak networking może pomóc Ci rozwinąć możliwości biznesowe
- ✓ Znajdź sposoby na pokonanie niepokoju, rozmawiając z nieznanymi
- ✓ Dowiedz się o różnych wydarzeniach sieciowych, w których możesz wziąć udział
- ✓ Naucz się mieszać i czuć się pewnie w nawiązywaniu kontaktów
- ✓ Zapoznaj się z różnymi sieciami kobiet w Europie

Czas trwania: 4 godziny.

Co edukatorzy muszą zrobić, aby przygotować sesję?

Podczas tej sesji będziesz musiał przejść przez teoretyczną część tego modułu, aby móc uzyskać maksymalne korzyści z tego warsztatu. Trener, który jest zapalonym networkerem, będzie mógł animować to ćwiczenie i będzie w stanie opowiedzieć anegdoty ze swoich doświadczeń związanych z networkingiem.

Najlepiej byłoby, gdyby trener, który moderował te warsztaty, powinien być przedsiębiorcą lub kimś, kto ma duże doświadczenie w nawiązywaniu kontaktów z pierwszej ręki. Nie chodzi o teorię prawidłowego łączenia się w sieci, ale o praktyczny przewodnik w rzeczywistych sytuacjach sieciowych:

- ✓ Laptop ze stabilnym połączeniem internetowym

- ✓ Papier i kolorowe pisaki
- ✓ Flipchart (opcjonalnie)
- ✓ Przygotowane scenariusze

O mentorach

Każdemu uczestnikowi zostanie przydzielony mentor, który będzie prowadzony przez cały kurs. Mając na uwadze obecną sytuację Covid 19, w której interakcje twarzą w twarz mogą być ograniczone, mentorzy i podopieczni będą mogli wchodzić w interakcje online na jednej z platform mediów społecznościowych, takich jak Facebook Chat, LinkedIn, WhatsApp, a nawet przez e-mail lub w czasie rzeczywistym na platformach takich jak Zoom, Teams i Google Meet. Każdy mentor i podopieczny omówi najlepszy sposób na stworzenie relacji mentor/podopieczny i opracuje najlepszy plan dostosowany do swoich potrzeb. Lokalny partner może również wybrać mentorów z lokalnej społeczności lub kogoś z lokalnych organizacji kobiecych, które będą działać jako mentorki dla swoich uczestników.

Celem mentora jest pomóc ci rozwijać się jako osoba i stać się najlepszą wersją siebie. Może to obejmować pomoc w osiąganiu celów osobistych lub zawodowych, zapoznanie z nowymi sposobami myślenia, kwestionowanie ograniczających założeń, dzielenie się cennymi lekcjami życia i wiele więcej.

Co sprawia, że jest dobrym mentorem?

Według „virginstartup.org” „dobrzy mentorzy naprawdę inwestują w sukces firm, którym pomagają, i robią to, aby przekazać swoją wiedzę – nie dlatego, że przyniesie im to zysk lub zapewni im przewagę”.

Jakie metody i strategie może zastosować mentor?

Jedną ze skutecznych strategii jest „Speed Networking”. Z czego to się składa?

Co to jest szybka sieć?

Według „mixerseater.com” „Speed Networking (Business Speed Dating) to niezwykle oszczędzający czas i skuteczny sposób nawiązywania kontaktów zawodowych. Celem speed networkingu jest zachęcenie uczestników do nawiązania jak największej liczby połączeń.

Idea Speed Networking narodziła się na początku lat 2000 przez Toma Jaffee, który wprowadził koncepcję speed datingu do świata korporacji. Jednak główna różnica między szybkimi randkami a szybkimi sieciami polega na tym, że spotykają się nawzajem. Podczas szybkiego randkowania każda osoba zamierza uzyskać jedno odpowiednie połączenie, podczas szybkiego networkingu celem jest nawiązanie jak największej liczby odpowiednich połączeń".

Jak pomaga szybka sieć

„Nawiązywanie kontaktów zawodowych jest niezwykle ważne dla osób, które chcą rozwijać swój biznes w dzisiejszym świecie. Nic więc dziwnego, że odbywa się wiele wydarzeń networkingowych. Takie wydarzenia znacząco pomagają osobom, które w przeciwnym razie czują się zbyt nieśmiałe, aby tworzyć wartościowe połączenia. Podczas wydarzenia speed networking wszyscy uczestnicy zebrali się w określonym celu. Dlatego rozpoczęcie profesjonalnej rozmowy bez uprzejmości nie jest uważane za coś niezwykłego.

Dla uczestników wydarzenia speed networking niosą ze sobą wiele korzyści. Aby skutecznie zarządzać swoją karierą, musisz mieć szerokie kontakty zawodowe. Jednak niezależnie od ogromnej dostępności różnych platform mediów społecznościowych, nadal istnieje potrzeba spotkania się z ludźmi twarzą w twarz, aby nawiązać naprawdę znaczące kontakty.

Wydarzenie speed networking daje osobie dostęp do wielu osób z różnych dziedzin. Profesjoniści z łatwością wymieniają informacje kontaktowe podczas tych wydarzeń, a czasem także organizują przyszłe spotkania. To otwiera drzwi do potencjalnych możliwości rozwoju i cennych związków partnerskich. Ponieważ wszyscy uczestnicy biorą udział w wydarzeniu wyłącznie w celu nawiązania kontaktów, nie ma potrzeby małej rozmowy. Przejście od razu do biznesu po spotkaniu to norma podczas takich wydarzeń, co profesjoniści bardzo cenią."

Jak zorganizować i zarządzać wydarzeniem Speed Networking?

„Jeśli myślisz o zorganizowaniu udanego wydarzenia speed networking, musisz najpierw się dokształcić. Organizatorzy stosują różne metody podczas planowania wydarzenia speed networking. Istnieją trzy modele organizacji szybkich wydarzeń sieciowych. Obejmują one:

Okrągły Robin

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

W takim modelu interakcje odbywają się z predefiniowaną sekwencją, która sprawia, że spotykasz różne osoby. Spotkania rozpoczynają się brzęczykiem, a podczas tej pierwszej tury uczestnicy wymieniają się istotnymi informacjami. Po zakończeniu pierwszej rundy gospodarz rozpoczyna drugą rundę. Średnia maksymalna liczba kontaktów, jakie uczestnik nawiązuje podczas godzinnej sesji round robin, wynosi 10. Nie jest jednak konieczne, aby wszyscy spotykani uczestnicy pochodzili z odpowiedniego środowiska.

Na podstawie stacji

W takim modelu speed networkingu spotkania pomiędzy różnymi uczestnikami są ustalane przed wydarzeniem. Staje się to możliwe dzięki informacjom udostępnionym w kwestionariuszu wypełnionym wcześniej przez uczestników. Uczestnicy określają również, z jakimi profesjonalistami chcieliby spotkać się na speed networkingu. Średnia maksymalna liczba kontaktów nawiązywanych przez uczestnika podczas godzinnej sesji stacjonarnej to 10.

W oparciu o grupy

Spośród wszystkich trzech modeli najskuteczniejszy jest model grupowy. Zaawansowane technologicznie narzędzie, takie jak MixerSeater, generuje optymalny system siedzenia. Każdy stół może składać się z 4-10 krzeseł, a uczestnicy przy każdym stole mają ustaloną ilość czasu na przedstawienie się. Ponieważ narzędzie generuje plan miejsc, który zachęca do tworzenia wartościowych połączeń, prawdopodobieństwo osiągnięcia sukcesu podczas takich wydarzeń jest bardzo wysokie."

Tło / referencje / źródła

<https://www.virginstartup.org/>

https://www.mixerseater.com/speed_networking

Ćwiczenie 1 Pokonywanie strachu przed networkingiem

Czas trwania: 1 godzina

Opis krok po kroku

Zacznij od obejrzenia tego filmu zatytułowanego „Jak pracować w sieci jak profesjonalista”, klikając

<https://www.youtube.com/watch?v=REA8Ac486O0>

Po zakończeniu filmu moderator odczyta fikcyjny scenariusz wydarzenia networkingowego i poda szczegóły dotyczące powodu, dla którego to wydarzenie się odbywa, oraz inne istotne szczegóły.

Uczestnicy spędzą 10 minut na notowaniu tego, co chcieliby powiedzieć, dowcipnym otwieraniu i planowaniu własnych i sposobów nawiązania kontaktu z potencjalnymi kontaktami networkingowymi.

Po upływie 10 minut przestrzeń zostanie odtworzona tak, aby jak najbardziej przypominała wydarzenie networkingowe, a uczestnicy zaczną mieszać się i rozmawiać z innymi kontaktami i siecią. Facylitator również powinien mieszać się i wносить swój wkład w tym czasie. Ta faza powinna trwać około 30 minut.

Gdy minie 30 minut, uczestnicy przegrupują się, przywrócą salę do porządku i spędzą 10 do 15 minut na zastanowieniu się nad ćwiczeniem i zrobieniu notatek z tego, czego się nauczyli, oraz stworzą strategię kontynuacji.

Ostatnią częścią tego ćwiczenia jest dyskusja przy okrągłym stole, podczas której każdy uczestnik opowie o swoim doświadczeniu w tym ćwiczeniu, ilości informacji, które udało mu się zebrać, a także opowie o opracowanym przez siebie planie kontynuacji.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

YouTube video: <https://www.youtube.com/watch?v=REA8Ac486O0>

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Od uczestników oczekuje się ukończenia czterech kolejnych etapów dobrego networkingu, którymi są: badanie, podejście, kontynuacja i prośba.

Tło / referencje / źródła

<https://www.youtube.com/watch?v=REA8Ac486O0>

<https://blog.hubspot.com/marketing/networking-connections>

Ćwiczenie 2 Networking BINGO

Czas trwania: 1 godzina

Opis krok po kroku

Rozdaj arkusz roboczy Networking BINGO załączony tutaj

Uczestnicy muszą wypełnić każdy kwadrat, pisząc swoją odpowiedź na monit; poczekaj około 2 minut na zakończenie tego.

Następnie uczestnicy nawiązują kontakty, rozmawiają z ludźmi, aby odkrywać i dzielić wspólne zainteresowania oraz zbierać podpisy od osób, z którymi znajdują coś wspólnego.

Na podstawie wielkości grupy i przydzielonego czasu poinformuj uczniów, ile minut mają na połączenie sieciowe. Pierwszy uczeń, który wypełni wszystkie 12 pól na siatce, wygrywa. Większość (jeśli w ogóle) nie uzupełni siatki.

i. Wariacje z podpisami: Zezwól każdemu uczestnikowi na jeden podpis na kwadrat, nawet jeśli wielu uczestników ma tę samą cechę. Zezwól uczestnikom na uzyskanie tylko jednego podpisu od innego uczestnika, nawet jeśli łączy ich wiele cech.

Wariacje ze strukturą: Uczestnicy ustawią się w dwóch rzędach naprzeciw siebie. Jedna osoba będzie działać jako „kotwica”. Ustaw zegar i pozwól uczniom obracać się do następnego ucznia za każdym razem, gdy dzwoni, dopóki uczniowie nie nawiążą interakcji ze wszystkimi kolegami z klasy.

Ćwiczenie podsumowujące omawiające takie kwestie jak:

- ✓ kto otrzymał najwięcej podpisów;
- ✓ co było najłatwiejsze do znalezienia;
- ✓ jaki mecz był najtrudniejszy do znalezienia;
- ✓ czy zmarnowano okazje do nawiązywania kontaktów;
- ✓ były wszystkie pozycje BINGO związane z pracą;
- ✓ w jaki sposób te tematy mogą wpłynąć na poszukiwanie pracy;
- ✓ przejrzyj pytania na dole arkusza dotyczące innych implikacji, w tym mediów społecznościowych i sieci/obecności online i konsekwencji

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Idealnie byłoby, gdyby uczestnicy zapoznali się już z teoretyczną częścią tego modułu, dzięki czemu będą mogli zastosować w praktyce to, co przeczytali.

KARTA SIECIOWA BINGO

Imię uczestnika: _____

INDYWIDUALNIE

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

1. Odpowiedz na każdą podpowiedź (dotyczącą Twojego życia i doświadczenia), wpisując odpowiedź w wierszu „Ja” w każdym polu.

2. Masz 5 minut na wykonanie tej części ćwiczenia.

W GRUPIE

3. Wstań, chodź i rozmawiaj z ludźmi. Nazywa się to „sieciowaniem”. Zidentyfikuj osoby, które mają taką samą odpowiedź dla każdego pola. Gdy znajdziesz osobę, która pasuje do Twojej odpowiedzi, wpisz jej imię w polu. Nie możesz mieć imienia tej samej osoby więcej niż JEDEN raz w siatce.

4. Masz 10 minut na nawiązanie sieci i ukończenie siatki. Krzyknij „BINGO!” kiedy wszystkie puste miejsca zostaną wypełnione.

ROZMIAR BUTA	ULUBIONE JEDZENIE	ULUBIONE ZWIERZE	NAJMOCNIEJSZA UMIEJĘTNOŚĆ
JA:	JA:	JA:	JA:
—	—	—	—
Nazwisko:	Nazwisko:	Nazwisko:	Nazwisko:
—	—	—	—
TWOJA IDEALNA KARIERA	NAJWIĘKSZA OBAWA	MIEJSCE URODZENIA	NAJSŁABSZA UMIEJĘTNOŚĆ
JA:	JA:	JA:	JA:
—	—	—	—
Nazwisko:	Nazwisko:	Nazwisko:	Nazwisko:
—	—	—	—
ULUBIONY KOLOR	ULUBIONA MUZYKA	ULUBIONE HOBBY	MIESIĄC URODZENIA
JA:	JA:	JA:	JA:
—	—	—	—
Nazwisko:	Nazwisko:	Nazwisko:	Nazwisko:
—	—	—	—

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Uczestnicy będą mogli zrozumieć, jak ważna jest umiejętność znalezienia wspólnej płaszczyzny i budowania na niej połączeń z innymi w celu osiągnięcia sukcesu zawodowego.

Tło / referencje / źródła

http://www.wrksolutions.com/Documents/WhenIGrowUp/WIGU_PDFS/High-School/Lesson6-Networking-Bingo.pdf

Dodatkowe informacje

Punkty kontrolne / ocena uczenia się

Ta sesja zakończy się quizem wielokrotnego wyboru.

Quiz wielokrotnego wyboru

PYTANIE 1. Networking to:

- a. Interakcja z innymi ludźmi w celu wymiany informacji i rozwijania kontaktów, zwłaszcza w celu dalszej kariery.
- b. Akt komponowania, mówienia, wykonywania lub układania czegokolwiek bez wcześniejszego przygotowania.
- c. Kontynuacja procesu bez przerwy.
- d. Oczekiwanie na przyszłość. Potencjalny klient, inwestor, mentor itp

PYTANIE 2. Improwizacja to:

- a. Interakcja z innymi ludźmi w celu wymiany informacji i rozwijania kontaktów, zwłaszcza w celu dalszej kariery.
- b. Akt komponowania, mówienia, wykonywania lub układania czegokolwiek bez wcześniejszego przygotowania.
- c. Kontynuacja procesu bez przerwy.
- d. Oczekiwanie na przyszłość. Potencjalny klient, inwestor, mentor itp.

PYTANIE 3. Jedną z korzyści skutecznego networkingu jest „wzmacniacz doświadczenia”, co oznacza:

- a. Chociaż uczenie się na własnych błędach jest cenne, skuteczniejsze jest uczenie się na błędach innych.
- b. Kiedy poznajesz nowych ludzi, możesz natknąć się na ludzi, którzy mogą zostać klientami lub znają potencjalnych klientów
- c. Ktoś, kogo spotkasz podczas pracy w sieci, może skierować Cię do usługodawcy, który dobrze im służył.
- d. Im bardziej prezentujesz się innym, tym pewniej będziesz proaktywny.

PYTANIE 4. Kolejną korzyścią efektywnego tworzenia sieci jest „radar możliwości biznesowych”, co oznacza:

- a. Chociaż uczenie się na własnych błędach jest cenne, skuteczniejsze jest uczenie się na błędach innych.
- b. Kiedy poznajesz nowych ludzi, możesz natknąć się na ludzi, którzy mogą zostać klientami lub znają potencjalnych klientów
- c. Ktoś, kogo spotkasz podczas pracy w sieci, może skierować Cię do usługodawcy, który dobrze im służył.
- d. Im bardziej prezentujesz się innym, tym pewniej będziesz proaktywny

PYTANIE 5. Co oznacza „ekspander profilu”?

- a. Im więcej będziesz tam i poznajesz nowych ludzi, tym bardziej znane stanie się Twoje przedsiębiorstwo.
- b. Kiedy poznajesz nowych ludzi, możesz natknąć się na osoby, którzy mogą zostać klientami lub znają potencjalnych klientów.
- c. Ktoś, kogo spotkasz podczas pracy w sieci, może skierować Cię do usługodawcy, który dobrze im służył
- d. Im bardziej prezentujesz się innym, tym pewniej będziesz proaktywny.

PYTANIE 6. Wszystkie poniższe zasady są regułami efektywnej pracy w sieci, z wyjątkiem:

- a. Wyjdź ze swojej strefy komfortu.
- b. Noś odrzucenie jako odznakę honoru.
- c. Traktuj networking jako freestyle'owe poszukiwanie skarbów
- d. Zacząć biznes

PYTANIE 7. Efektywny cykl sieciowy obejmuje wszystkie poniższe elementy z wyjątkiem:

- a. Nawiąż nowe kontakty
- b. Oceń kontakty
- c. Priorytety działań następnych
- d. Planowanie finansowe

PYTANIE 8. Jeśli zaczynasz nową firmę lub przedsiębiorstwo, najlepszym sposobem na rozpoczęcie jest podstawowe skierowanie do sieci.

Prawda

Fałsz

PYTANIE 9. Liderzy małych firm i przedsiębiorcy mogą swobodnie dzwonić do liderów biznesu, których szanują, po polecenia.

Prawda

Fałsz

PYTANIE 10. Najważniejszym elementem udanej zaawansowanej sieci jest:

- a. Szybka, proaktywna kontynuacja
- b. Spotkanie z inwestorami
- c. Zacząć biznes
- d. Wyjście ze swojej strefy komfortu

OPIS METODOLOGII

Odgrywanie ról

Czym jest odgrywanie ról?

Zgodnie z „yourdictionary.com”, „Odgrywanie ról to „technika w szkoleniu lub psychoterapii, w której uczestnicy przyjmują i odgrywają role, aby rozwiązywać konflikty, ćwiczyć odpowiednie zachowanie w różnych sytuacjach itp.”

Jakie są jego zalety?

Oto tylko kilka korzyści płynących z odgrywania ról jako części szkolenia biznesowego, jak ogłoszono w „trainingmag.com:

- ✓ Buduj pewność siebie: kiedy twój zespół odgrywa role, możesz rzucić mu dowolną liczbę sytuacji. Odgrywanie ról zapewnia bezpieczne środowisko, w którym można zetknąć się z tymi scenariuszami po raz pierwszy, co buduje zaufanie członków zespołu, którzy mogą pomóc im w ich codziennych rolach.
- ✓ Rozwijaj umiejętności słuchania: Dobre odgrywanie ról wymaga dobrych umiejętności słuchania. Oprócz rozumienia słów, które wypowiada druga osoba, ważne jest, aby zwracać uwagę na mowę ciała i wskazówki niewerbalne. Lepiej, aby Twój zespół rozwijał te umiejętności podczas odgrywania ról, niż gdy próbuje występować w prawdziwym świecie.

- ✓ Kreatywne rozwiązywanie problemów: bez względu na to, jak dziwną sytuację stworzysz w kontrolowanym środowisku, w pracy z pewnością wydarzy się coś jeszcze dziwniejszego. Odgrywanie ról przynajmniej da twojemu zespołowi szansę zdobycia doświadczenia w radzeniu sobie z trudnymi sytuacjami i rozwijaniu umiejętności kreatywnego rozwiązywania problemów".

Rozmowa przy okrągłym stole

Czym jest dyskusja przy okrągłym stole?

Według „Słownika Merriam Webster” dyskusja przy okrągłym stole to: „konferencja do dyskusji lub narady kilku uczestników również: uczestnicy takiej konferencji”

Jakie są korzyści z dyskusji przy okrągłym stole?

Oto korzyści z dyskusji przy okrągłym stole według „boss magazine.com”:

„Każdy może uczyć się od swoich rówieśników - Dyskusje przy okrągłym stole są świetne, ponieważ dają wszystkim uczestnikom – i publiczności, jeśli taka istnieje – możliwość uczenia się od grupy rówieśników. Zamiast słyszeć rozmowę jednej, dwóch lub trzech osób, uczestnicy mogą wymieniać się informacjami z sześcioma do dwunastu osobami. Oznacza to, że więcej osób może wtrącić się z przydatnymi pytaniami, anegdotami i danymi.

„Jeden dyrektor, który wziął udział w serii dyskusji przy okrągłym stole z czołowymi dyrektorami ds. marketingu z całego kraju, zauważył, że uczestnicy odnieśli ogromne korzyści, ponieważ wszyscy byli „przejrzysti i otwarci na naukę”. Przy odpowiednim nastawieniu każda osoba siedząca przy stole może zaoferować cenne spostrzeżenia i zyskać perspektywę od swoich rówieśników. To świetny sposób na radzenie sobie z wyzwaniami związanymi z głównym tematem, dzięki czemu wszyscy odchodzą, poszerzając swoje zrozumienie”.

„Moderatorzy mogą utrzymać płynność” - Dyskusje przy okrągłym stole mają atrakcyjny charakter konwersacyjny. Jeśli rozmowa będzie płynąć, między uczestnikami będzie wiele cennych dawania i brania. Jak zauważa Poll Everywhere, dobrzy moderatorzy dyskusji przy okrągłym stole są w stanie uprzejmie odciąć się od ludzi w razie potrzeby, a także wyciągnąć wkład od osób, które otrzymują mniej uwagi. Gdy rozmowa przebiega płynnie, jest to rzecz piękna — i doda dynamiczny element każdemu wydarzeniu lub konferencji”.

„Okrągłe stoły pozwalają na różne punkty widzenia - Niektóre tematy mogą być sporne. To bardzo rzadkie, jeśli nie wręcz niemożliwe, że wszyscy na danym wydarzeniu mają takie samo podejście do określonego tematu. Ale okrągłe stoły mogą ułatwić szczere dyskusje między uczestnikami z różnymi doświadczeniami z pierwszej ręki i punktami widzenia.

Jak pisze Darling Magazine, okrągłe stoły mogą pozwolić nam usłyszeć od ludzi, „których początkowo postrzegamy jako niepowiązanych”. Coś o mieszaniu rzeczy z szacunkiem przy stole ma tendencję do lepszego łączenia postaw niż, powiedzmy, napięta sesja pytań i odpowiedzi lub konfrontacyjny panel ludzi, którzy się ze sobą nie zgadzają”.

“Okrągły stół rozkłada hierarchie - Pomyśl o typowym stole w sali konferencyjnej dla kadry kierowniczej. Prawdopodobnie wyobrażasz sobie długi stół z krzesłami dookoła. Jest oczywista głowa pokoju, w którym siedzi oficjalny lub nieoficjalny przywódca. Ludzie mogą nawet siedzieć w porządku malejącym według ważności.

Posadzenie uczestników wokół okrągłego stołu wprowadza zupełnie inny nastrój do pomieszczenia. Jest bardziej sprawiedliwy. Nie ma lidera. Ten format prezentacji zachęca wszystkich do zabrania głosu, niezależnie od tytułu. Jeśli zostaniesz zaproszony do stołu, jesteś tak samo ważny jak wszyscy, którzy tam siedzą. Przełamanie typowej hierarchii może znacznie ułatwić interesującą rozmowę, odwracając nowe kamienie, gdy ludzie czują się komfortowo, przyczyniając się do wspólnej dyskusji

Możesz wzmocnić swoje następne wydarzenie, planując zdrową mieszankę wykładów, dyskusji panelowych i okrągłych stołów. Każdy inny format niesie ze sobą wyjątkowe korzyści dla uczestników i członków publiczności, więc nie zapomnij uwzględnić ich, gdy tworzysz swój skład”.

Grywalizacja.

Według „biworldwide.com” „Gamifikacja to dodawanie mechaniki gry do środowisk innych niż gry, takich jak strona internetowa, społeczność internetowa, system zarządzania nauką lub intranet biznesowy, aby zwiększyć uczestnictwo. Celem grywalizacji jest nawiązanie kontaktu z konsumentami, pracownikami i partnerami w celu inspirowania współpracy, dzielenia się i interakcji.”

Jakie są zalety grywalizacji?

Jak stwierdzono w „elearning industry.com” „Gamifikacja w uczeniu się oferuje korzyści zarówno uczniowi, jak i trenerowi. Dużą zaletą grywalizacji jest to, że uczniowie czują się bardziej zrelaksowani i mają poczucie własności nad swoją nauką: wiedzą, że w przypadku porażki mogą spróbować ponownie. Udowodniono, że uwalniana jest dopamina, substancja chemiczna tworząca przyjemność, gdy ludzie robią coś, czego wynik jest niepewny lub dobrze się bawią. Grywalizacja osiągnęła oba i uwalnia wystarczającą ilość dopaminy, aby zachęcić ich do kontynuowania, a także zwiększa retencję, ponieważ czują się bardziej

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

związani z materiałem. Grywalizacja ostatecznie zamienia „musisz się uczyć” w „chcę się uczyć”.

Kolejną korzyścią jest to, że uczenie się uczniów jest bardziej widoczne ze względu na „wskaźniki postępów”, o których wspominałem wcześniej. Grywalizacja może również odkryć bardziej nieodłączny powód do nauki. Nauka odbywa się również dlatego, że uczniowie czują się bardziej komfortowo w środowisku gier niż w typowej klasie.

Grywalizacja ma również zalety w sytuacjach rzeczywistych, z którymi uczniowie będą mieli do czynienia na rynku pracy. Jedną z wielkich zalet grywalizacji jest możliwość uczenia uczniów, jak się uczyć i jak myśleć. Umiejętności te przekładają się na umiejętności w świecie rzeczywistym, takie jak zarządzanie czasem, rywalizacja i komunikacja, pobudzając kreatywność i wyobraźnię. Grywalizacja polega na dzieleniu się i buduje pewność siebie ucznia za pomocą narzędzi do współpracy. Grywalizacja w grupach przez uczniów poprawia funkcjonowanie mózgu i promuje jego zdrową aktywność. Bez względu na to, jaką formę przyjmą, grywalizacja w nauce jest niesamowitą metodą edukacyjną i ma wszystko — edukację, uczenie się i ocenianie, a wszystko to w dynamicznym środowisku uczenia się”.

Źródła / referencje

<https://quizizz.com/admin/quiz/5dee4d0dd35f40001b57834c/networking>

<https://www.yourdictionary.com/role-playing>

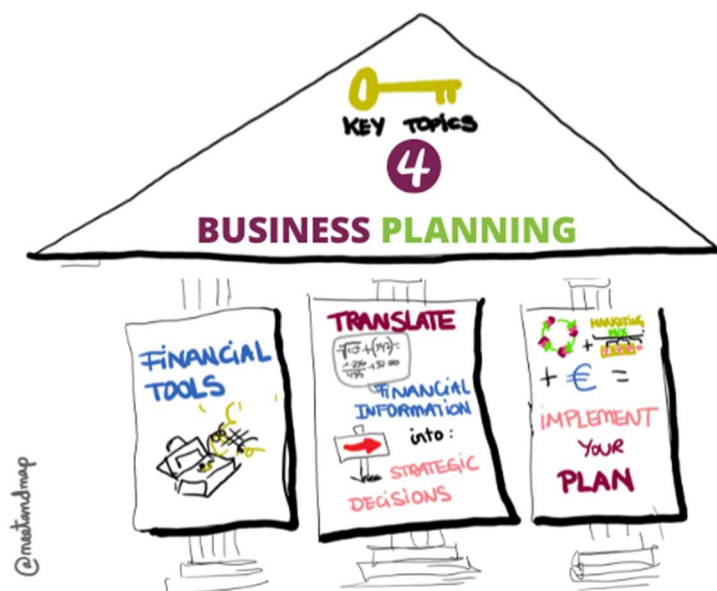
<https://trainingmag.com/3-benefits-of-making-role-play-part-of-training/>

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/roundtable>

<https://thebossmagazine.com/roundtable-discussions/>

<https://elearningindustry.com/social-networking-impact-learning-gamification-communication-key>

ROZDZIAŁ 4. FINANSE BIZNESU I NOWE NARZĘDZIA FINANSOWE



MODUŁ 4.1. WPROWADZENIE DO FINANSÓW

Jaki jest cel tej sesji? Ogólny opis:

Podczas tej sesji dokonasz przeglądu ogólnego zarządzania finansami przedsiębiorstwa. Dowiedz się, jak korzystać z różnych współczesnych narzędzi i metod finansowych, a także różnych podejść i strategii do osiągnięcia zysków. Dokładniej, zapoznasz się z następującymi kwestiami:

- ✓ Zarządzanie finansami
- ✓ Inwestycje
- ✓ Możliwości finansowania
- ✓ Decyzje o dywidendzie
- ✓ Strategia spłaty zadłużenia
- ✓ Możliwości zrównoważonego finansowania
- ✓ Cyfrowe narzędzia i usługi finansowe Sponsoring.
- ✓ Finansowanie społecznościowe.
- ✓ Mikrofinansowanie.

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

- ✓ Fundusze publiczne i prywatne.

Cele kształcenia

- ✓ określić całkowitą kwotę aktywów, które mają być utrzymywane w firmie.
- ✓ skomponuj te aktywa z kompleksami ryzyka firmy.
- ✓ wybrać takie źródła finansowania, które stworzą optymalną strukturę kapitału.
- ✓ decydować o tym, jak podzielić lub zatrzymać zyski swojej firmy.
- ✓ podejmuj właściwe decyzje swoimi pieniędzmi, aby nie popadali w dalsze długi.

Czas trwania: 3 godziny

Co edukatorzy muszą zrobić, aby przygotować / do sesji?

- ✓ Kompetencje w zakresie zarządzania finansami i rachunkowości
- ✓ Doświadczenie w prowadzeniu szkoleń z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem
- ✓ Rozwinięte umiejętności komunikacyjne i interpersonalne
- ✓ Znajomość przepisów finansowych w kraju, w którym prowadzisz szkolenie
- ✓ Przestudiuj materiał teoretyczny
- ✓ Przygotuj ćwiczenia praktyczne
- ✓ Przejrzyj prezentację PowerPoint i materiały

Będą wyraźne odniesienia do materiału teoretycznego i przekierowanie uczestników do pewnych obszarów programu nauczania poprzez prezentacje Power Point.

Ćwiczenia będą również prezentowane z wyraźnymi odniesieniami do części programu nauczania, do których się odnoszą, a mentorzy powinni brać aktywną rolę w prezentacji wyników działań poprzez poprawianie błędów lub poszerzanie rozmowy poprzez łącznie podmodułu z szerszym zakresem modułu .

O mentorach

Mentorzy powinni posiadać wiedzę na temat obliczeń finansowych specjalnie dla tej sekcji. Z tego powodu zaleca się uważne zapoznanie się z narzędziami i wskazówkami, które należy zastosować w zajęciach przed zajęciami. W przypadku działań, które wymagają użycia specjalnych narzędzi, mentorzy powinni wcześniej popracować nad ich wykorzystaniem.

Mówiąc dokładniej, mentorzy muszą:

- ✓ W razie potrzeby zapewniaj wsparcie i porady dla stażystów
- ✓ Postępuj zgodnie z celami i zadaniami sesji szkoleniowych, aby je ukończyć Oceń pracę wykonaną przez stażystów Zachęć stażystów do pracy zespołowej
- ✓ W razie potrzeby skonsultuj się z uczestnikami także po sesji szkoleniowej.
- ✓ Zachęć stażystów do założenia własnej firmy

ĆWICZENIE 1 IDENTYFIKACJA BEZPIECZNYCH I RYZYKOWYCH INWESTYCJI

Czas trwania: 30 min

Opis krok po kroku

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

Trener rozdaje uczestnikom różne pozycje finansowe i prosi ich o wypełnienie tabeli z kwotą pieniędzy, którą mają do dyspozycji na inwestycje. Będą musieli wypełnić puste miejsca na wykresie (czyli co powinno znaleźć się w tabeli, która ma być podana w tym ćwiczeniu i wypełniona przez uczestników):

- Zwrot, który zostanie osiągnięty
- Zysk/strata (ilość pieniędzy zarobionych w ciągu roku)
- Suma, czyli początkowe pieniądze do zainwestowania plus zysk/strata

Na podstawie zebranych danych muszą zaklasyfikować każdy produkt jako bezpieczną lub ryzykowną inwestycję.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Uczestnicy wypełniają dokument zawierający instrumenty finansowe (Rachunki Rozliczeniowe, Rachunki Oszczędnościowe, Rachunki Rynku Pieniężnego, Certyfikaty Depozytowe, Kredyty Hipoteczne, Pożyczki Hipoteczne, Pożyczki Samochodowe, Pożyczki Osobiste, Karty Kredytowe, Karty Debetowe, Karty do bankomatu, Czeki kasjerskie, Przekazy pieniężne, waluty obce, kantor, skrytki depozytowe) zgodnie z regulaminem. Zgodnie z uzyskanymi danymi rozróżnia się bezpieczne i ryzykowne.

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Głównym konkretnym rezultatem jest dokument, który zostanie uzyskany pod koniec działania. W tym dokumencie poznamy instrumenty finansowe i podzielimy je na bezpieczne lub ryzykowne.

ĆWICZENIE 2 ZROZUMIEĆ ANALIZĘ FINANSOWĄ

Czas trwania: 80 min.

Opis krok po kroku

Celem analizy finansowej jest ustalenie, czy firma jest stabilna, wypłacalna, płynna lub wystarczająco rentowna, aby uzasadnić inwestycję finansową. Służy do oceny trendów gospodarczych, ustalania polityki finansowej, opracowywania długoterminowych celów firmy oraz wyszukiwania potencjalnych projektów inwestycyjnych lub firm.

1. Odwiedź <https://igostartup.com/>
2. Wybierz pakiet finansowy i kliknij Kup
3. Użyj kodu kuponu STARTUPNOW
4. GetiGoStartupza darmo!
5. Wypełnij narzędzie online wszystkimi niezbędnymi danymi (w tym danymi z poprzedniego ćwiczenia) i uzyskaj pełny i spersonalizowany raport, który poprowadzi Cię przez niezbędne kroki analizy finansowej firmy.
6. Przedstaw analizę kolegom z klasy i wyjaśnij jej główne punkty i znaczenie.

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Oprócz modułu Business Finance i New Financial Tools oraz części teoretycznej uczestnikom pomoże platforma (<https://igostartup.com/>), która zostanie wykorzystana w tym działaniu.

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Uczestnicy powinni wykorzystywać krytyczne myślenie i rozumieć konkretną formę raportu finansowego oraz jego związek z zakresem ich działalności, aby z powodzeniem zapewnić pożądany wynik poprzez zdobycie praktycznego doświadczenia ze współczesnymi narzędziami finansowymi.

Tło / referencje / źródła

Investopedia : <https://www.investopedia.com/terms/f/financial-analysis.asp#:~:text=The%20goal%20of%20financial%20analysis,projects%20or%20companies%20for%20investment.>

Dodatkowe informacje

Punkty kontrolne / ocena uczenia się

Metoda pomiaru efektów uczenia się zostanie przeprowadzona przez eksperta finansowego poprzez sprawdzenie konkretnych efektów. Z drugiej strony ci, którzy będą oceniać, mogą zweryfikować z poniższej platformy.
(<https://igostartup.com/dashboard/financial-pack/fn04>)

OPIS METODOLOGII

Uczestnicy będą bezpośrednio zaangażowani w proces w celu dostosowania ich do procesu i przyspieszenia procesu uczenia się. W tym kontekście wykorzystana zostanie metodologia uczenia się przez działanie.

MODUŁ 4. 2. RACHUNKOWOŚĆ ANALITYCZNA

Jaki jest cel tej sesji? Ogólny opis

Podczas tego kursu nauczysz się zasad rachunkowości oraz sposobów korzystania z bilansu i rachunku zysków i strat, aby uzyskać jasny obraz sytuacji finansowej firmy. Dowiesz się również, jak śledzić konta wydatków i przychodów według kategorii, aby obliczyć zysk i stratę według aktywności.

Dokładniej zapoznasz się z następującymi kwestiami:

- ✓ Definiowanie każdej linii produktów i usług

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

- ✓ Koszty i korzyści
- ✓ Wzrost (gdzie chcemy być za 3 lata)
- ✓ Ćwicz z prawdziwymi przypadkami
- ✓ Oszacowanie potrzebnych kosztów i zasobów (ROI, ROE, ROS....)
- ✓ Plan finansowy

Cele nauczania (związane z programem nauczania / częścią teoretyczną)

Po zakończeniu tej sesji uczestnicy będą mogli:

- ✓ Zaczynij mieć oszczędny sposób myślenia.
- ✓ Zrozum podstawowe tematy, które mogą mieć wpływ na plan finansowy
- ✓ Przejrzyj wszystkie rodzaje przykładów kosztów w organizacji.
- ✓ Kieruj swoją długoterminową wizję strategicznych decyzji we właściwym kierunku
- ✓ właściwie wykorzystywać fundusze swojej firmy, aby osiągnąć cel maksymalizacji bogactwa i minimalizacji ryzyka.
- ✓ Obliczanie kosztów rzeczywistych
- ✓ Pomiar ryzyka
- ✓ Połączony z działem zarządzania i decyzji marketingowych.

Czas trwania: 4 godziny

Co edukatorzy muszą zrobić, aby przygotować / do sesji?

- ✓ Kompetencje w zakresie zarządzania finansami i rachunkowości
- ✓ Doświadczenie w prowadzeniu szkoleń z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem
- ✓ Rozwinięte umiejętności komunikacyjne i interpersonalne
- ✓ Znajomość przepisów finansowych w kraju, w którym prowadzisz szkolenie

W prezentacjach PowerPoint będą wyraźne odniesienia do materiału teoretycznego, a także przekierowanie uczestników do określonych obszarów programu nauczania. Przy opisie zajęć będzie się odnosić do programu nauczania. Z drugiej strony mentorzy zarówno poprawią błędy, jak i poszerzą zakres tematu, odwołując się do podmodułu.

O mentorach

Mentorami powinny być osoby, które posiadają wiedzę z zakresu planowania wydatków i rachunkowości analitycznej, potrafią kontrolować obliczenia i jasno przekazać proces.

Mówiąc dokładniej, mentorzy muszą:

- ✓ W razie potrzeby zapewniaj wsparcie i porady dla stażystów
- ✓ Postępuj zgodnie z celami i zadaniami sesji szkoleniowych, aby je ukończyć
- ✓ Oceń pracę wykonaną przez stażystów
- ✓ Zachęcaj uczestników do pracy zespołowej
- ✓ W razie potrzeby skonsultuj się z uczestnikami także po sesji szkoleniowej
- ✓ Zachęć stażystów do założenia własnej firmy

ĆWICZENIE 1 Planowanie wydatków

Czas trwania: 50 minut

Opis krok po kroku

W tej części lekcji uczniowie skupiają się na strategiach oszczędzania i planowaniu budżetu. Planowanie finansowe pomaga firmom określić, czy są na dobrej drodze do

osiągnięcia swoich celów i osiągnięcia ogólnego sukcesu finansowego. Pomaga w zabezpieczeniu przyszłości finansowej firmy poprzez ustalenie i priorytetyzację celów finansowych oraz nakreślenie procedur niezbędnych do ich osiągnięcia.

Aby pokazać, jak ważne jest śledzenie dochodów i wydatków, nauczyciel odtwarza krótki humorystyczny film. Następnie nauczyciel zadaje uczniom następujące pytania:

- ✓ Co myślisz o filmie?
- ✓ Czy kiedykolwiek ci się to przydarzyło?
- ✓ Czy zdarzyło Ci się otworzyć portfel i stwierdziłeś, że jest pusty i nie wiesz, gdzie trafiły wszystkie Twoje pieniądze?
- ✓ Czy planujesz swoje wydatki? Dlaczego nie)? Jeśli tak, to jak to robisz?
- ✓ Co to jest budżet? Czy kiedykolwiek tworzysz budżet – listę swoich dochodów i wydatków?
- ✓ Na co wydajesz pieniądze?

Po tej dyskusji uczniowie mają 20 minut na przygotowanie własnego budżetu miesięcznego. Musi on zawierać:

- ✓ ich dochody
- ✓ wydatki (jedzenie, czynsz, samochód, dzieci – w zależności od sytuacji)
- ✓ cel(e) oszczędnościowy(e): jak mogą zaoszczędzić pieniądze w każdej kategorii – jeśli potrafią

Mogą stworzyć własny szablon budżetowania lub skorzystać z szablonu udostępnionego w Arkuszu – Planer budżetu (do dostarczenia).

Po skończeniu zarysu budżetu uczniowie oceniają działanie, odpowiadając na następujące pytania:

- ✓ Czy ta aktywność była dla Ciebie przydatna?
- ✓ Co najbardziej Ci się podobało?
- ✓ Co Ci się nie podobało?
- ✓ Czego się dowiedziałeś?
- ✓ Czego chciałbyś się nauczyć?

Film: <https://www.youtube.com/watch?v=6z2AXJVhNal>

Materiały/narzędzia, które znajdują się

W tej sekcji po filmie, który zostanie pokazany uczestnikom, zadamy kilka pytań. Po odpowiedziach na te pytania i środowisku dyskusji, zostanie im udostępniony szablon do samodzielnego planowania budżetu.

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Aby pomyślnie wykonać to zadanie, uczestnicy muszą przyjąć postawę ekonomiczną, wykonać obliczenia kosztów rzeczywistych i przeanalizować wszystkie główne tematy, które mogą mieć wpływ na plan finansowy.

Tło / referencje / źródła

<https://www.bizinfong.com/business/importance-of-financial-planning-for-business/#:~:text=Financial%20planning%20helps%20companies%20to,goals%20and%20overall%20financial%20success.&text=It%20helps%20to%20secure%20the,steps%20to%20achieve%20such%20goals.>

ĆWICZENIE 2 Jak zarządzać biznesem i osiągać zysk

Czas trwania: 2 godziny

Opis krok po kroku

Aby zacząć zarabiać, zarządzając swoim biznesem, niezbędna jest dokładna wiedza z zakresu planowania finansowego i kalkulacji. Do monitorowania planowania finansowego wymagane jest podstawowe zrozumienie podstawowych zasad rachunkowości. W prognozie budżetowej należy zwrócić uwagę na przewidywane dochody, wydatki bezpośrednie i pośrednie oraz koszty stałe i zmienne na co najmniej kolejne trzy lata.

W tej części lekcji uczący się spróbują dokonać planowania finansowego, otwierając swoje biznesy na wirtualnej platformie.

Platforma PUSH to platforma, na której użytkownicy mogą tworzyć i zarządzać własnym sklepem pop-up, który oferuje rzeczywiste wrażenia.

1. Zarejestruj się klikając na <https://popup.test.arteneo.pl>.
2. Na stronie, która się otworzy, zobaczysz 4 różne miejsca do wyboru. Rozwiń swój profil! Na koniec możesz rozpocząć symulację, czytając opis każdego z nich i wybierając odpowiednie dla siebie miejsce.
3. Wybierz wydarzenia, w których chcesz wziąć udział. Pamiętaj, że niektóre z nich są obowiązkowe.
4. Podejmuj decyzje w trzech obszarach: Produktu, Marketingu i Personelu.
5. Pamiętaj, że w zakładce Raport możesz zobaczyć raport wyników za poprzedni okres.
6. Bądź świadomy wszystkich aspektów księgowych i finansowych, które musisz wziąć pod uwagę, aby uniknąć bankructwa!

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Oprócz wymienionych w części teoretycznej, w tym działaniu zostanie wykorzystana specjalna platforma – Platforma PUSH UP. (<https://popup.test.arteneo.pl>.) Z platformy należy korzystać zgodnie z powyższą instrukcją. Ta platforma grywalizacyjna, która oferuje doświadczenie z życia wzięte, ma na celu zapewnienie uczestnikom ogólnej świadomości na temat zarządzania ich biznesem i osiągnięcia zysków.

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Głównymi konkretnymi rezultatami tej działalności jest prawidłowe zarządzanie biznesem na platformie i próba osiągnięcia zysku i uniknięcia bankructwa. Nie ma danych wyjściowych wymagających dokumentacji.

Dodatkowe informacje

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

Punkty kontrolne / ocena uczenia się

Wskaźnikiem, że uczący się rozumieją przedmiot, jest to, że udzielają odpowiedzi poprzez analizę problemów. W związku z tym pod koniec warsztatu mogą zostać poproszeni o napisanie akapitu opisującego pokrótce to, czego nauczyli się podczas szkolenia.

OPIS METODOLOGII

Uczestnicy będą aktywnie zaangażowani w ten proces, aby pomóc im się do niego przystosować i przyspieszyć naukę. W takim przypadku zostanie zastosowana metoda uczenia się przez działanie.

Źródła / referencje

https://docs.infor.com/ism/5.x/en-us/ism_onlinehelp/cei1464154169202.html

MODUŁ 4.3. DECYZJA FINANSOWA DLA ZRÓWNOWAŻONEGO BIZNESU.

Zarządzanie finansami można w zasadzie zdefiniować jako proces tworzenia biznesplanu, a następnie upewnianie się, że wszystkie działy pozostają na właściwej ścieżce. Prawidłowe zarządzanie finansami i podejmowanie właściwych decyzji wzmacniają stabilność biznesu.

W tym kontekście uczestnicy nauczą się planowania finansowego podczas tego kursu. Dowiedzą się, jak powinna wyglądać struktura kapitału, jak znaleźć i wykorzystać odpowiednie źródła finansowania, jak dystrybuować i wykorzystywać zyski.

Dokładniej, zapoznasz się z następującymi kwestiami:

- ✓ Zarządzanie finansami
- ✓ Inwestycje
- ✓ Możliwości finansowania
- ✓ Decyzje o dywidendzie
- ✓ Strategia spłaty zadłużenia

Cele nauczania

Po ukończeniu tej sesji będziesz mógł:

- ✓ określić całkowitą kwotę aktywów, które mają być utrzymywane w firmie.
- ✓ skomponuj te aktywa z kompleksami ryzyka firmy.
- ✓ wybrać takie źródła finansowania, które stworzą optymalną strukturę kapitału.
- ✓ właściwie wykorzystywać fundusze swojej firmy, aby osiągnąć cel maksymalizacji bogactwa i minimalizacji ryzyka.
- ✓ decydować o tym, jak podzielić lub zatrzymać zyski swojej firmy.
- ✓ podejmuj właściwe decyzje swoimi pieniędzmi, aby nie popadać w dalsze długi.

Czas trwania: 4 godziny

Co edukatorzy muszą zrobić, aby przygotować / do sesji?

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

- ✓ Kompetencje w zakresie zarządzania finansami i rachunkowości
- ✓ Doświadczenie w prowadzeniu szkoleń z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem
- ✓ Rozwinięte umiejętności komunikacyjne i interpersonalne
- ✓ Znajomość przepisów finansowych w kraju, w którym prowadzisz szkolenie
- ✓ Przestuduj materiał teoretyczny
- ✓ Przygotuj ćwiczenia praktyczne
- ✓ Przejrzyj prezentację PowerPoint i materiały

O mentorach

Mentorzy, którzy będą wspierać uczestników w działaniach, powinni posiadać wiedzę na temat procesu podejmowania decyzji finansowych oraz planu inwestycyjnego.

Mówiąc dokładniej, mentorzy muszą:

- ✓ W razie potrzeby zapewniaj wsparcie i porady dla stażystów
- ✓ Oceń pracę wykonaną przez stażystów
- ✓ Zachęcaj uczestników do pracy zespołowej
- ✓ W razie potrzeby skonsultuj się z uczestnikami także po sesji szkoleniowej

Ćwiczenie 1 Mapowanie decyzji finansowych

Burza mózgów i identyfikacja wszystkich istotnych tematów podrzędnych przed podjęciem decyzji finansowej pomoże wyjaśnić Twoje narzędzie inwestycyjne. Przed dokonaniem inwestycji możesz stworzyć swoje opcje i spisać pozytywne i negatywne strony. Korzystanie z grafiki podczas wykonywania tego ćwiczenia sprawi, że Twój pomysł na biznes będzie bardziej zapadał w pamięć.

Czas trwania: 1 godzina

Opis krok po kroku

1. Aby jasno zdefiniować swój pomysł na biznes, czasami konieczne może być zwizualizowanie go i przeanalizowanie poprzez jego podzielenie. Kiedy pokazujemy to w ten sposób, pomysły są bardziej zapadające w pamięć. W tym celu możesz skorzystać ze strony mindmapping.com. Możesz również użyć tego narzędzia do map myśli miro https://miro.com/app/board/uXjVOQxuEyg=?invite_link_id=307253439462
2. 4. Zapisz swój pomysł na przedsiębiorczość (główny temat) na środku strony i opracuj mapę myśli. Zidentyfikuj podtematy, które są ważne dla Twojego głównego tematu i umieść je wokół niego.
3. 5. Zapisz drugorzędne pomysły dla każdego podtematu, aby lepiej zrozumieć ich zasięg.
4. 6. Użyj zasobów graficznych, aby diagram był przyjazny dla mózgu i łatwy do zapamiętania.
5. Mapa myśli: <https://www.mindmapping.com/>

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

Moduł 4.3 Decyzja finansowa zapewniająca stabilność biznesu

Głównym narzędziem do wykorzystania w tym ćwiczeniu jest mapa myśli na tych platformach –

<https://www.mindmapping.com/> -

https://miro.com/app/board/uXjVOQxuEyg=?invite_link_id=307253439462

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Głównym konkretnym rezultatem, który uczestnicy powinni przygotować, jest mapa decyzji finansowych, którą stworzą. Uczestnicy są zobowiązani do stworzenia swoich instrumentów finansowych na mapie myśli i określenia ich pozytywnych i negatywnych aspektów.

ĆWICZENIE 2 Przygotowanie planu inwestycyjnego

Czas trwania: 1 godzina i 30 minut

Opis krok po kroku

Aby opracować plan inwestycyjny, musisz umieć zidentyfikować kluczowe elementy pomysłu biznesowego, takie jak sytuacja finansowa, główne cele, które należy osiągnąć i oszacowanie potrzebnego czasu, najbardziej odpowiednie rodzaje inwestycji i strategię, które należy wdrożyć.

Wykonaj poniższe czynności i wykonaj ćwiczenie:

1. Identyfikacja głównych elementów planu inwestycyjnego
2. Opracowanie planu inwestycyjnego
3. Prezentacja planu
4. Trener zapewni wsparcie podczas całego procesu, gdy będzie to potrzebne

Inspiracja: <https://www.ruleoneinvesting.com/blog/how-to-invest/get-started-investing-with-these-10-steps/>

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

W ramach tej czynności uczestnikom zostanie przekazany wzór planu inwestycyjnego oraz wzór prezentacji.

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Głównym konkretnym rezultatem tego działania będzie plan inwestycyjny, który opracują uczestnicy. Oprócz planu inwestycyjnego do konkretnych wyników można zaliczyć zrozumienie i wyrażenie przez uczestnika informacji na temat planowania finansowego, budżetowania, określania ryzyka finansowego, rodzajów zarządzania finansami, rodzajów inwestycji i finansowania.

Dodatkowe informacje

Punkty kontrolne / ocena uczenia się

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

Głównymi wskaźnikami postępów w nauce jest poznanie i wyjaśnienie, czym jest analiza maksymalizacji bogactwa i minimalizacja ryzyka oraz przygotowanie i przedstawienie planu inwestycyjnego, nawet jeśli nie jest on szczegółowy.

OPIS METODOLOGII

Uczestnicy będą bezpośrednio zaangażowani w proces w celu dostosowania ich do procesu i przyspieszenia procesu uczenia się. W tym kontekście wykorzystana zostanie metodologia uczenia się przez działanie.

Będą wyraźne odniesienia do materiału teoretycznego i przekierowanie uczestników do określonych obszarów programu nauczania poprzez prezentacje Power Point. Ćwiczenia będą również prezentowane z wyraźnymi odniesieniami do części programu nauczania, do których się odnoszą, a mentorzy powinni brać aktywną rolę w prezentacji wyników działań poprzez poprawianie błędów lub poszerzanie rozmowy poprzez łączenie podmodułu z szerszym zakresem modułu.

1. Identyfikacja głównych elementów planu inwestycyjnego
2. Opracowanie planu inwestycyjnego
3. Prezentacja planu
4. Trener zapewni wsparcie podczas całego procesu, gdy będzie to potrzebne

Inspiracja: <https://www.ruleoneinvesting.com/blog/how-to-invest/get-started-investing-with-these-10-steps/>

MODUŁ 4.4. TWORZENIE BIZNESPLANU

Jaki jest cel tej sesji? Ogólny opis:

Głównym celem tego kursu jest dostarczenie informacji o tym, jak przygotować biznesplan zgodnie z informacjami i wynikami uzyskanymi podczas innych warsztatów.

Celem biznesplanu jest określenie sposobu realizacji projektu przedsiębiorstwa społecznego (nastawionego na zysk lub non-profit). Celem biznesplanu może być „sprzedaż” lub sfinansowanie projektu potencjalnym inwestorom lub może służyć jako przewodnik na etapie wdrażania biznesplanu. Może być używany do skalowania i rozwoju, a także na wczesnych etapach działalności.

- Streszczenie Biznes Planu
- Co uwzględnić w biznesplanie
- Wskazówki dotyczące przygotowania biznesplanu i kanwy biznesplanu

Cele nauczania

Po ukończeniu tej sesji będziesz mógł:

- ✓ Określ kluczowe elementy biznesplanu.
- ✓ Utwórz streszczenie swojego biznesplanu, aby czytelnicy mogli:
- ✓ Zrozum biznesplan jako całość.
- ✓ Przygotuj zrównoważony biznesplan z solidnym planem marketingowym i finansowym.

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

- ✓ Integracja narzędzi finansowych, kalkulacji analitycznych, procesu zarządzania przedsiębiorstwem, procesu podejmowania decyzji finansowych oraz planu inwestycyjnego z biznesplanem!

Czas trwania: 6 godzin

Co edukatorzy muszą zrobić, aby przygotować / do sesji?

- Przejrzyj wyjścia innych modułów
- Kategoryzacja wyników z innych warsztatów
- Kompetencje w zakresie zarządzania finansami i rachunkowości
- Doświadczenie w prowadzeniu szkoleń z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem
- Rozwinięte umiejętności komunikacyjne i interpersonalne
- Zapoznaj się z materiałami teoretycznymi

O mentorach

Ponieważ ta sekcja jest etapem syntezy tworzenia biznesplanu, nauczyciele muszą wiedzieć, jak włączyć każdy wynik do tego procesu. Dlatego ważne jest, aby przejrzeć proces przed warsztatami. Konieczne jest dokładne i jasne przekazanie uczestnikom, w jaki sposób wyniki działań uzyskane w ramach każdego warsztatu zostaną wykorzystane w biznesplanie. W szczególności, mentorzy powinni:

- ✓ Przypominanie, co zrobiono na innych warsztatach, podsumowanie wyników
- ✓ Zapewnij materiał teoretyczny.
- ✓ Poprowadź sesje praktyczne
- ✓ W razie potrzeby zapewnij stażystom pomoc i porady.
- ✓ Postępuj zgodnie z celami i zadaniami sesji szkoleniowych, aby je zrealizować.
- ✓ Zbadaj ukończoną pracę uczestników szkolenia.
- ✓ Zachęcaj uczestników do wspólnej pracy.

ĆWICZENIE 1 Zrozumienie kluczowych elementów biznesplanu

Niektóre z głównych elementów wymaganych w biznesplanie zostały przeanalizowane podczas innych warsztatów. W tej części uczestnicy dowiedzą się, jak pisać biznesplan.

Czas trwania: 3 godziny

Opis krok po kroku

Trener przekaze uczestnikom szablon biznesplanu. Jednak uczestnicy powinni wykorzystać całą wiedzę zdobytą podczas programu w tej sekcji. W szablonie, który należy przekazać uczestnikom, należy wpisać następujące informacje:

1. Pomysł na projekt - produkty lub usługi
2. Wewnętrzne informacje biznesowe (zespół, misja, wizja i wartości)

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

3. Plan inwestycyjny
4. Plan ekonomiczno-finansowy
5. Plan marketingowy

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Dostęp do informacji o części teoretycznej i innych danych wyjściowych. Dodatkowo w ramach tego działania uczestnicy otrzymają szablon do wypełnienia. Uczestnicy muszą wypełnić ten dokument na piśmie zgodnie z informacjami, które uzyskali podczas innych warsztatów.

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

Głównym konkretnym rezultatem tej działalności jest biznesplan opracowany przez każdego uczestnika. (Jeśli uczestnicy nie mają konkretnego pomysłu na biznes w prawdziwym życiu, uczestnicy mogą podzielić się na grupy po 3 osoby i prowadzić pracę grupową.)

Ćwiczenie 2 Stwórz własną kanwę biznes planu!

W tym ćwiczeniu rozwinię się jasno zrozumiałe płótno, wykorzystując wiedzę zdobytą podczas poprzednich zajęć. Szczegółowy biznesplan z analizą finansową służy oczywiście jako studium wykonalności na małą skalę. Ułatwia również dostęp do źródeł inwestora i finansowania. Jednak tworzenie kanwy biznesplanu łączy wszystkie informacje i zapewnia proste zrozumienie biznesplanu.

Czas trwania: 2,5 godziny

Opis krok po kroku

Tutaj zostanie opracowane jedno płótno z wykorzystaniem informacji z poprzednich działań:

1. Wejdź na platformę <https://voil.startup.ngo/>
2. Przejdź do „Laboratorium”
3. Wybierz Laboratorium współtworzenia i transformacji
4. Wybierz Model biznesowy i wypełnij wymagane informacje
5. Przedstaw swój plan

Materiały/narzędzia, które znajdują się na platformie

Dostęp do informacji o częściach teoretycznych i innych konkretnych danych wyjściowych.

Co musisz zrobić, aby przygotować się do tej sesji

Dostęp do Internetu

Laptop/PC

Uczestnicy powinni przygotować konkretne rezultaty

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

Głównym konkretnym rezultatem tego działania jest płótno planu pracy. Tworząc biznesplan, uczestnicy będą analizować, identyfikować i prezentować informacje o kluczowych partnerach, kluczowych działaniach, propozycji wartości, relacjach z klientami, klientach, kluczowych zasobach, kanałach, kosztach i strumieniach przychodów.

Tło / referencje / źródła

<https://voil.startup.ngo/platform>

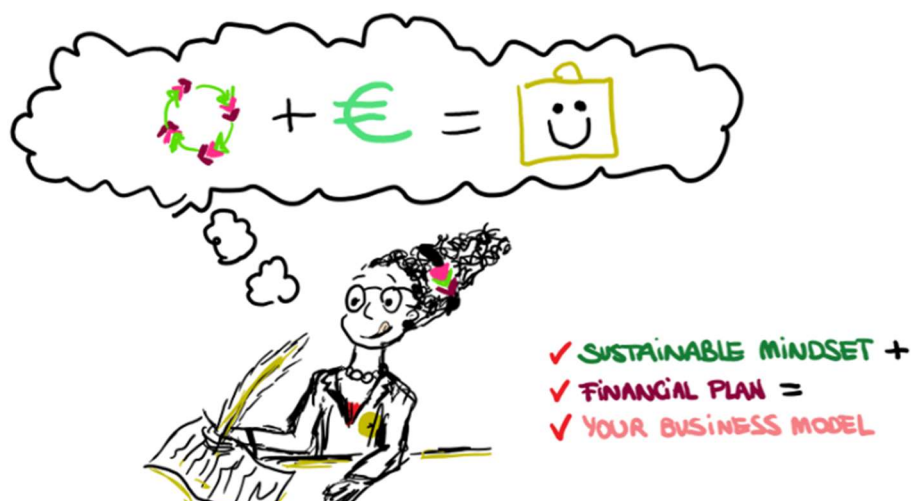
Dodatkowe informacje

Punkty kontrolne / ocena uczenia się

Główną metodą oceny jest sprawdzenie wyników opracowanych i przedstawionych przez uczestników przez mentorów, którzy wcześniej dominowali na każdym etapie biznesplanu.

OPIS METODOLOGII

Uczestnicy opracują szczegółowy biznesplan i kanwę biznesplanu, wykorzystując wszystkie informacje, których nauczyli się podczas tego kursu. W tym sensie metodologia to uczenie się przez działanie.



Mentorzy są zobowiązani do wypełnienia formularza dla każdego uczestnika, w którym należy odnotować cechy, zawody, umiejętności wejścia i wyjścia

Przykład formularza dla mentorów:

Imię uczestnika:

UMIEJĘTNOŚCI KOMUNIKACJI	1) JESTEM KOMPETENTNY	2) ULUBIONE	3) CHCIAŁBYM ROZWINĄĆ
Czytanie i stosowanie się do wskazówek/instrukcji			
Porównywanie lub krzyżowe sprawdzanie dwóch list			
Wypełnianie formularzy			
Poprawne sporządzanie listów i notatek służbowych			
Komfortowe rozmawianie z osobami, których nie znasz			
Robienie notatek podczas przemówienia			
Szukanie informacji			
Wyjaśnianie rzeczy innym ludziom			
Słuchanie innych			
Inne - wymień			
UMIEJĘTNOŚCI ZARZĄDZANIA/SAMO ZARZĄDZANIA			
Zarządzać, wyznaczać cele i priorytety, planować lub podejmować decyzje			
Inicjowanie, ocena potrzeb,			

przewidywanie lub tworzenie zmian			
Bycie cierpliwym wobec innych			
Utrzymywanie pogodnego nastawienia			
Zainteresowanie/ekscytacja wykonywanymi zadaniami			
Oferowanie pomocy, gdy jest ona potrzebna			
Motywowanie się do robienia tego, co trzeba zrobić			
Pomaganie w motywowaniu innych do wykonywania pracy			
Ustalanie priorytetów zadań tak, aby większy cel został zrealizowany na czas			
Postępowanie zgodnie z zasadami			
Inne – wymień:			
LUDZIE I UMIEJĘTNOŚCI SPOŁECZNE			
Opieka, leczenie lub pielęgnacja innych osób			
Prowadzenie lub słuchanie osób			
Powitać lub służyć innym			

Rozwiązywanie problemów, mediacja lub nawiązywanie kontaktów z ludźmi			
Pomaganie ludziom w wykonaniu zadania			
Wiedza, jak dogadać się z różnymi ludźmi/osobowościami			
Inne – wymień:			
KRYTYCZNE MYŚLENIE I UMIEJĘTNOŚCI ŚLEDZCZE			
Analizować, używać logiki, rozwiązywać problemy, badać			
Oceniać, oceniać, testować, oceniać, diagnozować			
Obserwować, zastanawiać się, badać lub zauważać			
Badania, śledztwa, lektury lub wywiady			
Inne – wymień:			

KARTA SAMO OCENY				
Moje kompetencje zmieniły się w zakresie: zrozumienie, co oznacza prowadzenie działalności gospodarczej Kultura organizacyjna i style zarządzania rozpoznawanie zachowań zgodnych z etyką biznesu zrównoważone i efektywne wykorzystanie zasobów; oraz planowanie zrównoważonego rozwoju	Very much	Much	sufficiently	poorly
	Gratulacje! Możesz być z siebie dumny/a.	Brawo! Dobrze, ale może być lepiej.	Jesteś na dobrej drodze. Możesz to zrobić ale pracuj.	Weź się do pracy! Zobaczysz jaką przyjemnością jest nie zaznaczanie tej sekcji.



Mamy nadzieję, że ten Przewodnik po warsztatach pomoże Ci jako Trenerowi, Edukatorowi, lub Mentorowi odkryć, jak rozwinąć nowe postrzeganie i umiejętności u uczestników. Nasze sieci i grupy są dostępne na poziomie lokalnym i międzynarodowym w celu dalszych działań związanych z tym programem: wzmocnienie pozycji kobiet, nowe modele biznesowe, zrównoważona wizja, tworzenie synergii i gospodarka o obiegu zamkniętym.



Zespół FIT

PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802

Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which the information contained therein.



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

The European
contents which
may be made of



**Financial literacy and new business models to boost
women entrepreneurship possibilities**



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

