



**Znajomość finansów i nowe
modele biznesowe w celu
zwiększenia przedsiębiorczości kobiet.**

PODRĘCZNIK DLA TRENERA



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.
PROJECT NUMBER: 2020-EL01-KA204-078802



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



Spis treści

O podręczniku	3
Wprowadzenie do PROGRAMU FIT.....	4
Dlaczego ten program.....	5
Wspólne rozumienie i terminologia.....	5
Cel programu i oczekiwane rezultaty.....	6
Plan lekcji	11
CZĘŚĆ 1. Kształtowanie inteligentnego przedsiębiorcy	11
CZĘŚĆ 2 Jakie są elementy zrównoważonego biznesu.....	21
CZĘŚĆ 3 Twórz swoje synergie	36
CZĘŚĆ 4 Planowanie biznesowe	42
Studia przypadku	48

O podręczniku

Ten podręcznik dla trenerów pomaga trenerom, coachom, konsultantom biznesowym w prowadzeniu szkoleń przygotowanych w oparciu o program szkoleniowy projektu FIT.

Podręcznik oferuje możliwość konsolidacji i poszerzenia wiedzy praktyków w zakresie kluczowych elementów projektu FIT, aby umożliwić im bardziej efektywne szkolenie kobiet-przedsiębiorców:

- Zrozumienie barier i przeszkód, z którymi nadal borykają się kobiety przedsiębiorcy, efekt "szklanego sufitu" i bardziej powszechne bariery w przedsiębiorczości kobiet.
- Jak zorganizować i wdrożyć wsparcie Multi-mentora i profesjonalny coaching przez doświadczonych przedsiębiorców, menedżerów MŚP, trenerów i innych profesjonalistów oraz możliwość networkingu na poziomie lokalnym i międzynarodowym.
- Jakie są innowacyjne narzędzia finansowe, które mogą pomóc kobietom przezwyciężyć brak wsparcia ze strony lokalnych banków lub uczynić proces mniej kosztownym i czasochłonnym; Innowacyjne instrumenty finansowe, jak uzyskać dostęp do zrównoważonych inwestorów, analiza inwestorów strategicznych i opcje venture finance.
- Głębsze zrozumienie nowych modeli biznesowych, w tym gig economy i możliwości dla małych firm, w tym podejścia gospodarki cyrkularnej, oraz analiza łańcucha dostaw.
- Jak promować uczenie się od siebie nawzajem i wzajemne wsparcie poprzez sieć, mentoring, wspieranie rozwoju umiejętności, tworzenie sieci, szersze umiejętności przekrojowe?

Ogólnie rzecz biorąc, podręcznik oferuje wskazówki, sugestie, jak być mentorem lub coachem dla innych (lokalnie lub poprzez narzędzia ICT) i jak stać się proaktywnym w samodoskonaleniu. Wsparcie mentorskie i coachingowe świadczone przez lokalne firmy, biznes i inne kobiety-przedsiębiorców, poprzez podejście wieloosobowe, mające na celu objęcie różnych specjalizacji (marketing, finanse, zarządzanie, HR) i oferujące różne style, podejście do pracy i życia, aby zaoferować wszechstronne wsparcie, a tym samym zwiększyć motywację lub pomóc uczestniczkom zaplanować krok po kroku ich plan biznesowy. Posiadanie więcej niż jednego mentora jest cenne, ponieważ żadna osoba nie ma talentu, czasu ani możliwości, aby doradzić w każdym aspekcie programu rozwoju uczestników.

Wprowadzenie do PROGRAMU FIT

W ciągu ostatnich dwóch dekad koncepcja **PRZEDSIĘBIORCZOŚCI KOBIEĆ** zyskała uznanie jako istotna przyczyna do wzrostu gospodarczego UE, oferująca kreatywność i potencjał wzrostu gospodarczego oraz miejsca pracy, które należy dalej rozwijać. Niemniej jednak kobiety-przedsiębiorcy stanowią tylko 34,4% osób samozatrudnionych, a tylko 30% przedsiębiorców rozpoczynających działalność należy do kobiet założycieli (strona internetowa EU Entrepreneurship and MSP).

Badanie na temat płci w przedsiębiorczości przeprowadzone przez Europejski Instytut ds. Równości Płci (2016) wykazało, że 10% kobiet-przedsiębiorców chce otrzymywać wsparcie od banków, które są mniej zaangażowane w oferowanie im kredytów, pożyczek bankowych w porównaniu z firmami prowadzonymi przez mężczyzn. (Przedsiębiorczość kobiet: zmniejszanie różnic płci w dostępie do usług finansowych i innych oraz przedsiębiorczości społecznej, Parlament Europejski).

Celem programu FIT jest oferowanie pełnego PROGRAMU DOSKONALENIA specjalnie zaprojektowanego, aby WSPIERAĆ KOBIECY-przedsiębiorczynie w zakładaniu lub przekształcaniu ich działalności z wykorzystaniem modeli biznesowych gospodarki o obiegu zamkniętym o solidnej strukturze finansowej. Gospodarka o obiegu zamkniętym daje niesamowitą okazję do wprowadzenia nowych norm etycznych w biznesie i dostrojenia równowagi między zyskiem a odpowiedzialnością społeczną. Umiejętne finansowo kobiety mają narzędzia do powiększania swojego bogactwa i wykorzystywania tych aktywów do wspierania celów, w które wierzą. Obejmuje to posiadanie większego udziału w ruchach politycznych i społecznych, a także możliwość finansowego wsparcia akcji charytatywnych.

W regionie euro śródziemnomorskim liderki w różnych branżach podejmują już konkretne kroki w celu osiągnięcia bardziej zrównoważonych praktyk biznesowych oraz pozytywnego wpływu społecznego. Od żywności, rolnictwa, mody, designu, energii i IT, kobiety pomagają w tworzeniu zrównoważonych zmian poprzez ponowne przemyślenie, naprawę, ponowne użycie i recykling. Jednak ich udział mógłby być lepszy, gdyby opracowano odpowiednie środki polityczne i plany w celu dalszego promowania przedsiębiorczości kobiet w gospodarce o obiegu zamkniętym.

Kurs czerpie inspirację z raportu z konferencji „UfM WOMEN BUSINESS FORUM Kobiety w gospodarce o obiegu zamkniętym oraz w technologii i innowacjach”. W edycji Forum 2019, która odbędzie się w dniach 19-21 listopada 2019 r. w Barcelonie w Hiszpanii, wzięto udział około 123 potwierdzonych uczestników, większość stanowiły kobiety (78%), a 22% mężczyźni. Uczestnicy podkreślali znaczenie roli kobiet w gospodarce o obiegu zamkniętym

i innowacjach, ponieważ kobiety (ogólnie) mają większą skłonność do zmiany swoich codziennych wzorców w trosce o ochronę środowiska i dobro swoich rodzin.

Dlaczego ten program

Program FIT oferuje pełne doświadczenie edukacyjne kobietom, które chcą rozpocząć działalność gospodarczą lub potrzebują nowej przewagi konkurencyjnej.

FIT PROGRAM wykorzystuje gospodarkę o obiegu zamkniętym i znajomość finansów, aby wspierać KOBIETY w zdobywaniu umiejętności w zakresie przedsiębiorczości, których potrzebują, aby rozpocząć lub zmienić swój biznes. Program łączy zajęcia on-line i off-line, naukę indywidualną i pracę grupową, aby w praktyczny sposób umożliwić uczestnikom rozwój umiejętności i kompetencji niezbędnych do prowadzenia biznesu.

Uczestnicząc w programie, przedsiębiorczynie skupią się na wzmacnianiu swoich umiejętności osobistych, definiowaniu stylu przywództwa, budowaniu pewności siebie, umiejętności celowego przewodzenia i zrównoważonego myślenia strategicznego, sprzyjając w ten sposób wzrostowi gospodarczemu poprzez budowanie szerokiego ruchu wsparcia dla firm należących do kobiet.

W trakcie trwania programu uczestnicy otrzymają ustrukturyzowane wsparcie różnych mentorów i nawiążą kontakt z różnymi interesariuszami i innymi podmiotami, aby towarzyszyć im w tworzeniu sieci wsparcia w ustrukturyzowany sposób.

Kurs przyczynia się do wspierania krytycznych postaw potrzebnych do pomocy przedsiębiorstwom i sektorowi publicznemu w unowocześnianiu procesów i systemów w celu osiągnięcia wysokich standardów określonych przez rządy europejskie i krajowe. Opierając się również na przeglądzie zawartym w Kształcenie i Szkoleniu 2020 (ET 2020), przedsiębiorcze i szersze umiejętności przekrojowe, takie jak umiejętność uczenia się i podejmowania inicjatywy, samodzielnego planowania i wykonywania pracy, pomogą ludziom radzić sobie z dzisiejszą zróżnicowaną i nieprzewidywalną sytuacją społeczną, sprzyjając dostęp do rynku pracy i przejście do lepszych warunków pracy.

Wspólne rozumienie i terminologia

Projekt czerpie inspirację z faktu, że gospodarka o obiegu zamkniętym daje szansę na wprowadzenie nowych norm etycznych w biznesie. Według OECD udział w rynku modeli biznesowych o obiegu zamkniętym jest ograniczony i zazwyczaj nie przekracza 5–10% w ujęciu ekonomicznym. Wyzwania związane z wdrożeniem modelu gospodarki o obiegu zamkniętym różnią się w zależności od kraju i regionu, w zależności od etapu przejścia na gospodarkę o obiegu zamkniętym, struktury zarządzania i ukierunkowania politycznego danego kraju lub regionu.

Program opiera się na następujących innowacyjnych kluczowych elementach:

GOSPODARKA ZAMKNIĘTA

jest niezbędna, aby oferować niesamowitą okazję do wprowadzenia nowych norm etycznych w biznesie i dopracowania równowagi między zyskiem a odpowiedzialnością społeczną. Podczas programu uczestnicy wykorzystają go jako aktywator do generowania nowych pomysłów. Program opiera się na zasadzie, że aby sprzyjać przejściu w kierunku rzeczywistego zrównoważonego rozwoju i gospodarki neutralnej pod względem emisji dwutlenku węgla, musimy szkolić ludzi, aby przed zaplanowaniem działalności szukali możliwości na „odpadach naszego sąsiada”.

ZRÓWNOWAŻONE FINANSE – korzystanie z innowacyjnych i bardziej tradycyjnych narzędzi finansowych jest niezbędne, aby utrzymać płynność biznesu, zwłaszcza w tych niepewnych czasach. Kobiety-przedsiębiorcy muszą podejmować świadome decyzje finansowe, rozumiejąc swoją sytuację księgową, aby podejmować strategiczne decyzje. Umiejętne finansowo kobiety mają narzędzia do powiększania swojego bogactwa i wykorzystywania tych aktywów, aby przyczyniać się do celów, w które wierzą. Obejmuje to posiadanie większego udziału w ruchach politycznych i społecznych, a także możliwość wspierania solidnych finansowo, zrównoważonych organizacji.

UMIĘTNOŚCI Z XXI WIEKU DLA INTELIGENTNYCH PRZEDSIĘBIORCÓW – liderzy biznesu potrzebują wskazówek dla pozytywnych zmian i celowo, muszą wiedzieć, jak dokonywać etycznych wyborów, jednocześnie rozwiązując problemy społeczne, z silnym naciskiem na zrównoważony rozwój i integrację.

NOWE MODELE BIZNESOWE mogą być wykorzystywane jako bodziec do oferowania nowych możliwości i innowacji, jednocześnie wspierając kobiety-przedsiębiorcy w zdobywaniu nowych rynków, zwiększając efektywność organizacyjną przy jednoczesnym przekształcaniu procesów organizacyjnych. Cały program opiera się na zmianie paradygmatu, która odchodzi od zwykłego podejścia planistycznego PDCA i przechodzi do bardziej opartego na współpracy (i miejmy nadzieję) zrównoważonego sposobu myślenia.

STUDIA PRZYPADKÓW I UDANE STRATEGIE wykorzystywane do motywowania i inspirowania kobiet-przedsiębiorców do przyjmowania nowych modeli biznesowych i podejścia zapewnianego przez gospodarkę o obiegu zamkniętym. Konkretnie studia przypadków będą przygotowywane przez partnerów, uczestników, mentorów w trakcie rozwoju projektu. Niektóre z sektorów, na które będziemy się kierować, to turystyka, ICT, przemysł usługowy, biznes społeczny, moda... i oczywiście każdy inny sektor, jeśli chodzi o specjalizację ekspertów i trenerów. Celem jest dodanie praktycznych elementów z aktualnymi strategiami i przykładami z rzeczywistych przypadków.

Cel programu i oczekiwane rezultaty

Program FIT jest podzielony na 4 fazy, z których każda związana jest z wiedzą, konkretnymi efektami uczenia się i oczekiwaniem, że określone wyniki zostaną „przyjęte” do następnej sekcji. Każda faza zawiera kluczowe elementy z różnych specjalności, aby zaoferować unikalne, kompletne doświadczenie edukacyjne, umożliwiające uczestnikom rozwój jako profesjonalista, dowiedzieć się, jakiego rodzaju wsparcia potrzebują, aby osiągnąć swój plan

i być w stanie porozmawiać oko w oko z przychodzącymi profesjonalistami z innej specjalizacji. Program nie zmienia uczestników w ekspertów w dziedzinie finansów czy projektantów gospodarki o obiegu zamkniętym. Elementy oferowane w programie mają zapewnić solidną podstawę do świadomego podejmowania decyzji i pomóc im w uzyskaniu profesjonalnego wsparcia, którego potrzebują w każdym aspekcie ich działalności. Powinno to również ograniczyć ingerencję tych, którzy uważają ich za nieodpowiednich i „nieodpowiednich” do bycia liderami biznesu.

4 FAZY PROGRAMU

1 KSZTAŁTOWANIE INTELIGENTNEGO PRZEDSIĘBIORCY – SESJE TEMATYCZNE, ZAJĘCIA GRUPOWE I ĆWICZENIA POMAGAJĄCE UCZESTNIKOM ZROZUMIEĆ, CO TO ZNACZY BYĆ PRZEDSIĘBIORCĄ I ZAINSPIROWAĆ SIĘ GOSPODARKĄ O OBIEGU ZAMKNIĘTYM DO KSZTAŁTOWANIA WIZJI ICH BIZNESU.

KLUCZOWE TEMATY	CEL	REZULTAT
- Usamodzielnienie/o motywacji - Inteligentna przedsiębiorczość - Kluczowe elementy gospodarki o obiegu zamkniętym - Nowe modele biznesowe Jak korzystać z narzędzia do mapowania cyrkularnego modelu biznesowego	- Wyraźnie postrzegaj siebie jako przedsiębiorcę - Wykorzystaj gospodarkę o obiegu zamkniętym do kształtowania wizji biznesu - Jasno rozumiej nowe modele biznesowe i wykorzystuj je jako inspirację	- Przygotuj swoją WIZJĘ BIZNESOWĄ, biorąc pod uwagę wymogi zrównoważonej/o obiegu zamkniętym. - Zakończono kanwę zrównoważonego modelu biznesowego

2 JAKIE SĄ ELEMENTY ZRÓWNOWAŻONEGO BIZNESU - sesje tematyczne, mentoring i warsztaty zwiększające zdolność uczestnika do planowania i prowadzenia inkluzyjnego i zrównoważonego biznesu

KLUCZOWE TEMATY	CEL	REZULTAT
- Jak zarządzać firmą - Jak prowadzić celowo - Zrozumieć organizacje i ich strukturę - Podjmuj mądre decyzje	- Jasno i pewnie opisz zrównoważony pomysł na biznes - Wybierz swój styl przywództwa	Stwórz i zaprezentuj wyartykułowaną „prezentację biznesową”

3 TWÓRZ SWOJE SYNERGIE - warsztaty, mentoring i szybkie spotkania w celu poznania społeczności lokalnej i uzyskania wsparcia społeczności lokalnej oraz stworzenia nowych możliwości poznania innych

KLUCZOWE TEMATY	CEL	REZULTAT
- Komunikacja (zwłaszcza wystąpienia publiczne) - Kluczowe elementy marketingu - Sieć - Analiza łańcucha wartości	- Przeanalizuj sektor w celu ustalenia/znalezienia naszej nowej możliwości współpracy - Nawiąż sojusze z kolegami, interesariuszami i dostawcami	- Stwórz własną sieć wsparcia i stań się „nowym graczem” - Analiza rynku / Mapa interesariuszy

4 PLANOWANIE BIZNESOWE - SESJE TEMATYCZNE I MENTORING W CELU ZBADANIA PODSTAWOWYCH ELEMENTÓW MARKETINGOWYCH I FINANSOWYCH W CELU PLANOWANIA FIRMY ORAZ PODEJMOWANIA ŚWIADOMYCH DECYZJI DOTYCZĄCYCH SPRZEDAŻY PRODUKTU, MOŻLIWOŚCI DYSTRYBUCJI I FINANSOWANIA

KLUCZOWE TEMATY	CEL	REZULTAT
- Narzędzia finansowe i decyzje finansowe - Wdrożenie(planowanie firmy)	Tłumacz informacje finansowe w decyzjach strategicznych. Połącz wiedzę, aby zaplanować biznes zgodnie z wizją	Przygotuj (zrównoważony) biznesplan z solidnym planem marketingowym i finansowym

Poprzez uczestnictwo w programie uczestnicy:

- Zwiększą zestaw umiejętności przekrojowych, takich jak komunikacja, krytyczne myślenie i kreatywność
- Wzmocnią umiejętności menedżerskie i przedsiębiorcze potrzebne do celowego przewodzenia i zdolności do tworzenia innowacyjnych pomysłów i rozwiązań w celu poprawy lub innowacji przedsiębiorstw
- Zwiększą zdolności do prowadzenia biznesu z pewnością, determinacją i radzeniem ze stresem
- Zwiększą zdolność do przyczyniania się do wzrostu gospodarczego i szerszych możliwości w wybranym sektorze
- Będą mieć jasne i solidne zrozumienie kluczowych tematów poruszanych w projekcie: podejście gospodarki o obiegu zamkniętym, nowe praktyki gospodarcze, zrównoważony rozwój, znajomość finansów i planowanie biznesowe
- Zwiększoną możliwość uzyskania poparcia od różnych mentorów, sponsorów i osób wspierających, przy jednoczesnym inspirowaniu innych do uczenia się nowych umiejętności
- Większą zdolność do dokonywania świadomych wyborów w życiu osobistym i zawodowym, z większą szansą na poprawę umiejętności i mobilność społeczną
- Zwiększoną zdolność do wyznaczania wyraźnych granic (i ich honorowania) między rodziną a biznesem, z poprawą równowagi życiowej i osobistego dobrego samopoczucia

Program jest zalecany uczestnikom o dowolnym doświadczeniu zawodowym i specjalizacji. Studia przypadków oferowane podczas warsztatów tematycznych i studium indywidualnego uzupełniają specyficzne i zróżnicowane potrzeby uczestników. Ponadto wsparcie programu multi-mentoringu zapewnia uczestnikom profesjonalne wsparcie bez względu na sektor, w którym zamierzają otworzyć firmę. Sugerujemy, aby podczas procesu selekcji kandydaci wykazali się minimalnym doświadczeniem lub wcześniejszą wiedzą w zakresie sektor, w którym zamierzają działać (studia zawodowe, wcześniejsze bezpośrednie doświadczenie zawodowe...).

Warunki pracy uczestników nie mają wpływu na dostęp do programu, ale edukatorom i organizatorom zaleca się, aby priorytetowo traktowali osoby pochodzące z kategorii defaworyzowanych, na przykład: długotrwałe bezrobocie lub podwójne niekorzystne warunki (migranci, samotne matki, niskie dochody...).

Wśród wymagań uczestnictwa w programie jest dobra znajomość języka lokalnego (w przypadku uczestników spoza kraju pochodzenia) oraz podstawowy/średni poziom umiejętności cyfrowych. Organizatorzy są odpowiedzialni za sprawdzenie umiejętności językowych i cyfrowych, ponieważ wykraczają one poza cel programu i nie ma określonego narzędzia do tego zadania.

Czego się spodziewać podczas tej podróży

Umiejętności i kompetencje wykorzystywane w tym programie są przedstawione w uporządkowany sposób w ostatnim rozdziale programu nauczania. Każdy etap i faza programu jest opisany w UMIEJĘTNOŚCIACH i KOMPETENCJACH związanych z frameworkami jako ENTRE COMP, używanym w celu zapewnienia jasnego odniesienia. Z punktu widzenia uczestników program jest unikalnym procesem, na który składają się następujące elementy:

- **Krótkie lekcje** prowadzony przez edukatora w (wirtualnej) klasie, służący do prezentacji tematów i treści za pomocą metodologii zwanej „mikro-learningiem”.
- **Warsztaty** takie jak spotkanie grupowe twarzą w twarz lub spotkanie wirtualne, aby uczestnicy zmierzli się z tematami bezpośrednio, mając jednocześnie doświadczenie uczenia się przez działanie, oferując również wzajemne wsparcie, możliwości uczenia się opartego na współpracy
- **Wsparcie mentorów** osobiwością procesu mentoringu jest to, że każdy uczestnik będzie w kontakcie z więcej niż 2 mentorami. Są wybierane spośród lokalnych kobiet biznesu, przedsiębiorczyń, ale także ekspertów w jednym lub kilku tematach poruszanych w projekcie, takich jak marketing, finanse, zarządzanie, HR, ekonomia, przywództwo... Celem jest pokazanie uczestnikom różnych stylów i sektorów - specyficzne doświadczenie zawodowe dla pełniejszego doświadczenia edukacyjnego.
- **Szybkie spotkania biznesowe** organizowane przez trenerów, przy aktywnym wsparciu mentorów, a nawet samych uczestników, w celu pobudzenia spontanicznej agregacji, przyspieszenia kontaktów biznesowych i ogólnego sprzyjania możliwościom networkingu.

W proces włączono multimentoring i speed meeting, aby motywować i wspierać uczestników w budowaniu zróżnicowanych kompetencji. Zarówno szybkie spotkania, jak i ekspozycja na różnych mentorów zaoferują lepsze i długotrwałe możliwości networkingu, a jednocześnie przyspieszą i zwielokrotnią wskaźnik sukcesu firm FIT. Posiadanie więcej niż jednego mentora jest cenne, ponieważ nikt nie ma darów, talentów, czasu ani możliwości doradzenia w każdym aspekcie programu rozwojowego uczestników.

Plan lekcji

Poniższa tabela przedstawia plan sesji składających się na program FIT. Do każdej sesji proponujemy czas trwania i narzędzia, które należy wykorzystać do jej przeprowadzenia zgodnie z proponowanym planem. Każde z wymienionych narzędzi (materiały informacyjne, prezentacje, odczyty, studium przypadku, wszelkie wymienione narzędzia...) są dostępne na platformie projektu.

CZĘŚĆ 1. Kształtowanie inteligentnego przedsiębiorcy

Na koniec tej części uczestnicy muszą się przygotować

- WIZJA BIZNESOWA uwzględniająca wymogi gospodarki zrównoważonej/o obiegu zamkniętym.
- Kandydatury zrównoważonego modelu biznesowego – oferujące szczegółowe informacje na temat ich działalności, z uwzględnieniem długoterminowych celów społecznych, kulturowych i ekonomicznych oraz zrównoważonej wizji

Konkretne cele nauczania

- Uwierz w swoją zdolność wpływania na bieg wydarzeń, pomimo niepewności, niepowodzeń i chwilowych niepowodzeń
- Rozwijaj pomysły i możliwości tworzenia wartości, w tym lepszych rozwiązań istniejących i nowych wyzwań
- Bądź zdeterminowany, aby przekuć pomysły w czyn i zaspokoić swoją potrzebę osiągnięcia
- Zastanów się nad swoimi potrzebami, aspiracjami i pragnieniami w perspektywie krótko-, średnio- i długoterminowej
- Zidentyfikuj i oceń swoje indywidualne i grupowe mocne i słabe strony
- Zastanów się, jak trwałe są długoterminowe cele społeczne, kulturowe i gospodarcze, i wybierz kierunek działania
- Nawiąż nowe połączenia i połącz rozproszone elementy krajobrazu, aby stworzyć możliwości tworzenia wartości
- Bądź odporny na presję, przeciwności losu i chwilową awarię
- Analizuj złożone systemy w różnych domenach (społeczeństwo, środowisko, gospodarka itp.) i w różnych skalach (od lokalnego do globalnego) w szerszym zakresie niż „myślenie holistyczne”
- Użyj narzędzia do mapowania cyrkularnego modelu biznesowego, aby zwizualizować planowanie cyklu życia produktu i ocenić, jak zmieni się oferta cyrkularna w każdym cyklu użytkowania

1.1	INTELIGENTNA PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ
Ogólny opis	Sesja ma na celu odkrycie potencjału wartościowego współtwórcy i wkładu w inteligentną przedsiębiorczość dla społeczeństwa. Zostanie to osiągnięte poprzez określenie kompetencji osobistych i zastanowienie się nad osobistymi obawami związanymi ze zrównoważonym rozwojem.
Oczekiwane wyniki	• Rozpoznawanie kompetencji i umiejętności związanych z koncepcją inteligentnego przedsiębiorcy. • Analiza kompetencji i motywacji do robienia postępów w karierze i życiu. • Opracowanie wizji biznesowej i kroków wymaganych na drodze do stworzenia firmy. • Zastanowienie się nad wymienieniem szeregu zrównoważonych, długoterminowych celów społecznych, kulturowych i gospodarczych, a także możliwych wymaganych działań.
Wytyczne asesora	Ocena wyników osiągniętych przez każdego uczestnika może zostać podzielona na równe części wagi w celu uzyskania końcowego wyniku: identyfikacja cech związanych z działalnością w profilu uczestnika – 25%; 1) działania łagodzące zidentyfikowane słabości – 25%; 2) cele długoterminowe, w tym mocne strony i cele samorealizacji, troska o trwałość, dostępne zasoby, potrzeba partnerstwa - 25%; 3) projekt 4-stronnej wizji biznesowej – 25 %. Do oceny zaleca się stosowanie wypowiedzi refleksyjnej i jednozdaniowego podsumowania.
Metody oceny	<i>Oświadczenie refleksyjne to metoda oceniająca, co uczestnicy osiągnęli w stosunku do swoich celów.</i> <i>Zmienne, na których można ustawić oświadczenie to:</i> • wyzwania związane z uznaniem osobistych kompetencji i umiejętności związanych z inteligentną przedsiębiorczością; • identyfikacja osobistych czynników motywacyjnych, aby poruszyć karierę w biznesie; • przewidywanie możliwych niepowodzeń i rola wartościowych relacji z innymi w łagodzeniu słabości. Zsyntetyzować pomysły i

	wnioski uczestników dotyczące wizji biznesowej w jedno pouczające, gramatyczne i pełne zdanie podsumowujące. Zmienne oceny muszą być ustawione, aby ocenić cztery strony wizji biznesowej: • Obszar i zakres działalności; • Ukierunkowanie i cel na zrównoważony rozwój; • Osobista misja i samorealizacja; Relacje z innymi.
Elementy innowacji	Powiązanie cech osobowości z projektem wizji biznesowej jest głównym celem asesora przy ostatecznej ocenie wyników kursu.

1.2	Tworzenie Wartości
Ogólny opis	Celem kursu jest przećwiczenie procesu tworzenia wartości z wykorzystaniem umiejętności krytycznego myślenia. Model tworzenia wartości pomysłu biznesowego wymaga zastosowania podejścia design thinking. Uczestnicy pracują nad projektem zespołowym, przygotowując model tworzenia wartości do realizacji idei inteligentnego i zrównoważonego biznesu.
Oczekiwane wyniki	• krytyczne i kreatywne myślenie w celu zbadania procesu tworzenia wartości; • Stworzyć model tworzenia wartości innowacyjnego pomysłu na biznes; • Wybierz główne działania tworzenia wartości w celu wdrożenia inteligentnego i zrównoważonego pomysłu biznesowego.
Wytyczne asesora	Celem oceny jest ponowne potwierdzenie efektów kursu, osiągniętych poprzez realizację zadań podanych w procesie uczenia się. Zmienne oceny są następujące, z uwzględnieniem wagi każdej z nich z oceny całkowitej: • ilość wygenerowanych pomysłów biznesowych - 30%; • identyfikacja konkretnych wartości pomysłu biznesowego – 30%;

	• zestaw kryteriów stosowanych do filtrowania pomysłów biznesowych do ostatecznego - 20%; • zasadność argumentacji – 20%. Zalecana jest metoda oceny opartej na wynikach. Można było wybrać rodzaj pisemnej lub ustnej prezentacji wyników uzyskanych przez uczestników podczas sesji. Prezentacja może mieć dowolną formę ustnego lub tekstowego przekazywania informacji. Sugerowanymi typami mogą być mapa myśli, tabela, krótki raport lub slajdy PPT. Główna część prezentacji obejmuje: 1) rozkład wygenerowanych wartości pomysłu biznesowego oraz 2) argumenty uzasadniające dokonaną selekcję. Wartości pomysłu biznesowego powinny zawierać (jeśli dotyczy): • wartość dla właściciela firmy; • wartość dla partnerów biznesowych; • wartość dla pracowników; • wartość dla klientów; • wartość dla społeczności lokalnej; • wartość dla Planety. Poziom argumentacji można ocenić pod kątem znaczenia dla sukcesu biznesowego, przywiązania do cech osobowości; stosunek do potrzeb ludzi; zasadność wdrożenia itp.
Metody oceny	Metoda oceny opartej na wynikach pokazuje sukces autentycznego uczenia się, dowód zrozumienia poprzez przekazanie praktycznych umiejętności. Umiejętność zastosowania umiejętności krytycznego myślenia i myślenia projektowego uczestników jest istotą oceny kursu.
Elementy innowacji	Nowatorskim podejściem do oceny może być zaproszenie obecnych właścicieli firm do udziału w procesie oceny. Kolejną sugestią jest zorganizowanie tego kursu i oceny w formie konkursu pomysłów biznesowych.

1.3	CO TO JEST GOSPODARKA ZAMKNIĘTA
Ogólny opis	Jednostka ma na celu zapoznanie trenera z definicją gospodarki o obiegu zamkniętym. Grupą docelową projektu są kobiety, które chcą zostać przedsiębiorcami lub podnosić swoje umiejętności. Ważne jest zatem nakreślenie podstaw epistemologicznych i teoretycznych, a także szerszego formalnego kontekstu polityk europejskich wspierających strategię i działania edukacyjne uczestników. Przedsiębiorstwa społeczne i przedsiębiorcy społeczni prowadzą swoją działalność przedsiębiorczą, aby osiągnąć cele społeczne. Ich model biznesowy obejmuje tworzenie pozytywnego wpływu społecznego lub środowiskowego i nie chodzi im tylko o zysk. Przedsiębiorcy społeczni działają w wielu dziedzinach, obejmując tym samym wiele obszarów interwencji: integracja społeczna i integracja gospodarcza osób znajdujących się w niekorzystnej sytuacji i zmarginalizowanych, opieka zdrowotna, aktywne starzenie się, edukacja i opieka nad dziećmi, sprawiedliwy handel, gospodarka o obiegu zamkniętym i zielona, kultura, turystyka itp.
Oczekiwane wyniki	Trener pomoże uczestnikom uzyskać wiarygodne wyniki gospodarki o obiegu zamkniętym dla ich przyszłego biznesu. Zajęcia pomogą zapoznać uczestników z różnymi modelami gospodarki (liniowymi i cyrkularnymi).
Wytyczne asesora	Największym wyzwaniem dla wszystkich partnerów jest oczywiście utrzymanie motywacji i zainteresowania uczestników, a także interakcji. W pokonaniu tego wyzwania szczególnie pomocne jest wykorzystanie indywidualnego mentoringu. W szkoleniu we wszystkich modułach wykorzystano wiele bodźców i zabawnych otwarć i zamknięć. Zorganizowano dużo pracy grupowej i praktycznych ćwiczeń, aby zmotywować uczestników. Radzimy, aby sesje szkoleniowe były krótkie i łatwe. Krótsze sesje są lepsze niż dłuższe i upewnij się, że wszyscy są zaangażowani. Między innymi ważna jest również kreatywność i dostosowanie sesji lub treści do zaangażowanych grup. Jednak bardzo ważne i przydatne dla utrzymania motywacji jest dobre planowanie i stosowanie ćwiczeń rozgrzewkowych i technik wsparcia, a także interaktywnych i praktycznych warsztatów oraz studiów przypadku.

Metody oceny	Refleksja, podsumowanie i ocena są niezbędnymi elementami każdego szkolenia lub warsztatu. Pozwalają na ocenę wszystkich aspektów i cech działalności oraz pomagają sformułować lub zaproponować ulepszenia dla tej samej działalności w przyszłości. Uczestnicy mają możliwość uświadomienia sobie, czego nauczyli się podczas szkolenia, warsztatu lub działania i zastosowania tego we własnych warunkach życiowych/zawodowych. W załącznikach znajduje się wzór kwestionariusza ewaluacyjnego (w handout: ewaluacja samooceny). Prosząc uczestników o wypełnienie kwestionariusza, ważne jest, aby pomóc im pamiętać, że nie ma dobrych lub złych odpowiedzi, ponieważ proces uczenia się i wyniki różnią się w zależności od osoby. Ocena pomoże ocenić wyniki i wpływ działania. Jedną z najczęściej stosowanych metod ewaluacji jest proszenie uczestników o informację zwrotną. Pomaga zrozumieć słabe i mocne strony działania. Istnieje kilka metod, dzięki którym można poprosić o informację zwrotną: Metody wizualne: Metody te pomagają uczestnikom w wyrażaniu opinii w bardziej dynamiczny sposób. Ważne jest, aby dać uczestnikom możliwość ustnego wyrażenia swojej opinii, aby ocena była pełniejsza. W takim przypadku ważne jest, aby jeden z fasilitatorów zwrócił uwagę na komentarze lub oświadczenia. Fasilitatorzy mogą wybrać różne metody organizowania informacji zwrotnej. Informacje zwrotne ustne: Metody oceny wizualnej można łączyć z metodami ustnymi. Pisemna informacja zwrotna: Ważne jest, aby połączyć ten rodzaj informacji zwrotnej z pisemną, biorąc pod uwagę, że nie ma czasu na pytanie każdego uczestnika i może nie chcieć podzielić się swoją opinią przed grupą. Ten rodzaj informacji zwrotnej jest dynamiczny, ale może wykluczać osoby, które nie chcą lub nie mogą publicznie dzielić się swoją opinią. Jeden z fasilitatorów powinien odnotować komentarze lub oświadczenia uczestników. Bardzo skutecznym sposobem na uzyskanie informacji zwrotnej od uczestników jest poproszenie ich o wypełnienie krótkiego kwestionariusza. Ankieta powinna zawsze zapewniać przestrzeń do autorefleksji uczestnika, ale także do wypracowania własnej argumentacji dotyczącej szkolenia. Kwestionariusze powinny być anonimowe. Zaletą pisemnej informacji zwrotnej jest to, że można ją później przejrzeć w celu wyciągnięcia wniosków i sporządzenia raportu.
----------------------------	--

	Anonimowość daje uczestnikom możliwość szczerego odpowiadania na różne pytania. Odprawy mogą pomóc przyspieszyć projekty, przyjąć nowe podejście do problemów i osiągnąć trudne cele. Zamiast swobodnej rozmowy o tym, co zadziało, a co nie, a debriefing zagłębia się w to, dlaczego pewne rzeczy się wydarzyły. Kwestionariusz powinien zbadać cztery kluczowe pytania: 1. Co chcieliśmy osiągnąć? Zaczniij od ponownego określenia celów, które starałeś się osiągnąć w każdym module. 2. Gdzie osiągnęliśmy (lub przegapiliśmy) nasze cele? Przejrzyj wyniki i upewnij się, że grupa jest wyrównana. 3. Co doprowadziło do naszych wyników? Ta sekcja powinna sięgać głębiej niż oczywiste odpowiedzi pierwszego poziomu. 4. Co powinniśmy zacząć, zatrzymać lub kontynuować? Po odkryciu przyczyn, co powinniśmy teraz zrobić?
Elementy innowacji	Narzędzia wspierające tę część są liczne i zróżnicowane. Trenerzy muszą poświęcić i zaplanować czas niezbędny do ich prawidłowego wykorzystania. W przypadku tej części, a także innych modułów dobrze jest • Twórz i regularnie aktualizuj listę kontaktów o nowe kontakty i informacje; • Stwórz ankietę, którą interesariusz powinien wypełnić po każdym spotkaniu; • Kompiluj i regularnie aktualizuj Matrycę Zaangażowania dostarczoną przez metodologię; • Dostosuj komunikaty do potrzeb różnych uczestników, skoncentruj się na pozytywnych aspektach przedsiębiorczości kobiet i dostosuj terminy do kontekstu krajowego; • Rozważ umiejętności i kompetencje uczestników do zarządzania zaangażowaniem również potencjalnych interesariuszy.

1.4	Nowe modele biznesowe
Ogólny opis	Moduł ma na celu wprowadzenie trenera do definicji nowych modeli biznesowych i „przemyslenia teorii produkcji”, ponieważ poprzez przyjęcie gospodarki o obiegu zamkniętym proces może zostać zainicjowany w dowolnym momencie samej produkcji. Grupa docelowa projektu składająca się z kobiet, które chcą zostać przedsiębiorcami lub doskonalić swoje umiejętności: • uzyska jasny i kompleksowy obraz Modeli Biznesowych,

	• nauczyć się rozpoznawać i analizować „Interesariuszy”, czyli tych, których interesuje pomysł na biznes, • poznają możliwe implikacje i bariery prawne we własnym kraju w realizacji pomysłu biznesowego, • nauczyć się planować, aby wprowadzić to w życie. Seria rzeczywistych przykładów firm, które przeszły z gospodarki liniowej do gospodarki o obiegu zamkniętym, pomoże trenerom i uczestnikom lepiej zrozumieć dynamikę, która ulepsza pomysły biznesowe.
Oczekiwane wyniki	Trener pomoże uczestnikom osiągnąć konkretne rezultaty dla ich przyszłego biznesu Działania empiryczne pomogą rozpoznać elementy, które są ważne nie tylko dla rozpoczęcia działalności gospodarczej, ale także dla utrzymania jej zdrowej i produktywnej przez całe życie. Trener pomoże również zrozumieć, dlaczego te nowe modele biznesowe są tak ważne dla przedsiębiorczości kobiet.
Wytyczne asesora	Największym wyzwaniem dla wszystkich partnerów jest oczywiście utrzymanie motywacji i zainteresowania uczestników, a także interakcji. W pokonaniu tego wyzwania szczególnie pomocne jest wykorzystanie indywidualnego mentoringu. W szkoleniu we wszystkich modułach wykorzystano wiele bodźców i zabawnych otwarć i zamknięć. Zorganizowano dużo pracy grupowej i praktycznych ćwiczeń, aby zmotywować uczestników. Radzimy, aby sesje szkoleniowe były krótkie i łatwe. Krótsze sesje są lepsze niż dłuższe i ważne jest, aby wszyscy byli zaangażowani. Między innymi ważna jest również kreatywność i dostosowanie sesji lub treści do zaangażowanych grup. Jednak bardzo ważne i przydatne dla utrzymania motywacji jest dobre planowanie i stosowanie ćwiczeń rozgrzewkowych i technik wsparcia, a także interaktywnych i praktycznych warsztatów, studiów przypadku i wielu przykładów.
Metody oceny	Refleksja, podsumowanie i ocena są przeznaczone do każdego szkolenia lub warsztatu. Wpisują się we współautorstwo i cechy charakterystyczne oraz tworzące formułowanie lub ulepszeń dla tej samej przyszłości. Informujemy, że uczestnicy mają możliwość uświadomienia sobie, czego się nauczyli podczas szkolenia, warsztatu lub działania i zastosowania tej sytuacji życiowej/zawodowej. Wzór testów wstępnych i wyjazdowych znajduje się w aneksach.

	Obecnie z częstotliwością jest dostępna metoda ewaluacji uczestników o informacjach o zwrotną. Wskazuje słabe i mocne strony. Stosuje się kilka metod, za pomocą których można było zmieniać zwrotną: Metody wizualne: Metody te pomagają uczestnikom w wyrażaniu opinii w bardziej dynamiczny sposób. Ważne jest, aby dać uczestnikom możliwość ustnego wyrażenia swojej opinii, aby ocena była pełniejsza. W takim przypadku ważne jest, aby jeden z facylitatorów zwrócił uwagę na komentarze lub oświadczenia. Facylitatorzy mogą wybrać różne metody organizowania informacji zwrotnej. Informacje zwrotne ustne: Metody oceny wizualnej można łączyć z metodami ustnymi. Ważne jest, aby połączyć ten rodzaj informacji zwrotnej z pisemną, biorąc pod uwagę, że nie ma czasu na pytanie każdego uczestnika, a uczestnicy mogą nie chcieć podzielić się swoją opinią przed grupą. Ten rodzaj informacji zwrotnej jest dynamiczny, ale może wykluczać uczestników, którzy nie chcą lub nie mogą podzielić się swoją opinią przed grupą. Jeden z facylitatorów powinien odnotować komentarze lub oświadczenia uczestników. Pisemna opinia: Bardzo skutecznym sposobem na uzyskanie informacji zwrotnej od uczestników jest poproszenie ich o wypełnienie krótkiego kwestionariusza. Ankieta powinna zawsze stwarzać przestrzeń do autorefleksji uczestnika, ale także do wypracowania własnej argumentacji dotyczącej szkolenia. Kwestionariusze powinny być anonimowe. Zaletą pisemnej informacji zwrotnej jest to, że można ją później przejrzeć w celu wyciągnięcia wniosków i sporządzenia raportu. Anonimowość daje uczestnikom możliwość szczerego odpowiadania na różne pytania. Odprawy mogą pomóc przyspieszyć projekty, przyjąc nowe podejście do problemów i osiągnąć trudne cele. Zamiast swobodnej rozmowy o tym, co zadziało, a co nie, sprawozdanie wyjaśnia, dlaczego coś się wydarzyło. Powinien zbadać cztery pytania: 1. Co chcieliśmy osiągnąć? Zaczynij od ponownego określenia celów, które starałeś się osiągnąć w każdym module. 2. Gdzie osiągnęliśmy (lub przegapiliśmy) nasze cele? Przejrzyj wyniki i upewnij się, że grupa jest wyrównana. 3. Co doprowadziło do naszych wyników? Ta sekcja powinna sięgać głębiej niż oczywiste odpowiedzi pierwszego poziomu.
--	--

	4. Co powinniśmy zacząć, zatrzymać lub kontynuować? Po odkryciu przyczyn, co powinniśmy zrobić teraz, gdy wiemy to, co wiemy?
Elementy innowacji	Narzędzia wspierające tę część są liczne i zróżnicowane. Trenerzy muszą poświęcić i zaplanować czas niezbędny do ich prawidłowego wykorzystania. W przypadku tej części, a także innych modułów dobrze jest Twórz i regularnie aktualizuj listę kontaktów o nowe kontakty i informacje; • Stwórz ankietę, którą interesariusz powinien wypełnić po każdym spotkaniu; • Przyjęcie opisanych metodologii, takich jak uczenie się usług, uczenie się oparte na badaniach, uczenie się przez działanie, uczenie się peer-to-peer, coaching • Dostosuj komunikaty komunikacyjne do potrzeb różnych uczestników, skoncentruj się na pozytywnych aspektach przedsiębiorczości kobiet i dostosuj użycie terminów do kontekstu krajowego; • Rozważenie umiejętności i kompetencji uczestników w celu zarządzania zaangażowaniem potencjalnych, niezbędnych interesariuszy.

CZĘŚĆ 2 Jakie są elementy zrównoważonego biznesu

Na koniec tej części uczestnicy muszą się przygotować

- Przegląd pracy wykonanej do tej pory, aby upewnić się, że robimy rzeczy LEPIEJ niż wcześniej
- Mieć jasny wybór biznesowy (w oparciu o ich wizję zrównoważonego biznesu) i pewnie prezentować go na głos

Konkretne cele nauczania

- Tworzenie zmian na i z wysokiego poziomu, które pomagają w planowaniu i podejmowaniu decyzji, a także w zmianach organizacyjnych i behawioralnych
- Działaj i pracuj samodzielnie, aby osiągać cele, trzymać się intencji i realizować zaplanowane zadania
- Stosowanie metod oceny zrównoważonego rozwoju, takich jak ocena cyklu życia (LCA), analizy ryzyka i metody związane z kompetencją przewidywania
- Przywództwo, sukces w zespołach i dynamika współpracy.
- Metody związane z kompetencją interpersonalną dotyczą pracy zespołowej i uczestnictwa.
- Zdobywaj i zarządzaj kompetencjami potrzebnymi na każdym etapie, w tym kompetencjami technicznymi, prawnymi, podatkowymi i cyfrowymi
- Zastanów się i ucz się zarówno na sukcesie, jak i porażce (swojej i innych ludzi)
- Ucz się z innymi, w tym z rówieśnikami i mentorami

2.1	INTELIGENTNE I ZRÓWNOWAŻONE ZARZĄDZANIE
Ogólny opis	Moduł ten szczegółowo wyjaśnia kulturę organizacyjną i style zarządzania, etykę biznesową i jej podstawowe wartości, zrównoważone i efektywne wykorzystanie zasobów oraz planowanie zrównoważonego rozwoju. Na końcu modułu użytkownik może znaleźć definicje najważniejszych terminów oraz bibliografię do dalszej lektury.
Oczekiwane wyniki	Pod koniec sesji uczestnicy będą mogli: • opracować strategię zarządzania przez cele • rozpoznać swój styl zarządzania • wybrać najbardziej odpowiednie zasady zrównoważonego rozwoju i narzędzia CSR dla swojej firmy • zdobyć wiedzę na temat etyki biznesu.
Wytyczne asesora	Instrukcje dotyczące tego, co oceniający musi zrobić, aby przygotować i przeprowadzić ocenę. Będzie on również zawierał arkusze rejestracyjne, które zawierają odpowiedzi na pytania ustne, wskazówki co do tego, co asesor musi wziąć pod uwagę, aby ocenić swoje postępy, kompetencje i umiejętności uczestników.
Metody oceny	Uczestnicy mogą być oceniani w następujący sposób: 1. obserwacja: udział uczestników w dyskusjach grupowych; 2. samoocena. 3. Obserwacja mentorów.
Elementy innowacji	1. Innowacyjny temat dotyczący gospodarki o obiegu zamkniętym – nowy pomysł zamieniony w rzeczywistość generującą wartość 2. Nauczanie mieszane dostosowane do potrzeb naszych uczniów 3. Innowacyjne warsztaty sprawdzające wiedzę praktyczną 4. Zaangażowanie mentorów do obserwowania i oceniania środowiska o wysokim sprzężeniu zwrotnym.

2.2	PRZYWÓDZTWO I STYLE PRZYWÓDZTWA
Ogólny opis	Ten moduł szczegółowo wyjaśnia następujące zagadnienia: • Celowe prowadzenie • zrozumieć stronę etyczną i pojęcia takie jak uczciwość i uczciwość • osobista odpowiedzialność i odpowiedzialność (kobiety) przedsiębiorcy

	- Etyka biznesu: sprawiedliwość i uczciwość dla wszystkich uczestników rynku - Spółeczna odpowiedzialność biznesu i bezpieczeństwo środowiskowe - Metody związane z kompetencjami interpersonalnymi, pracą zespołową i uczestnictwem.
Oczekiwane wyniki	Pod koniec sesji uczestnicy będą mogli: - Uczestnik pewnie podejmuje wyzwania - Potrafi działać i pracować samodzielnie, aby osiągnąć cele, trzymać się intencji i realizować zaplanowane zadania - Są przygotowani na cierpliwość i starają się osiągnąć długoterminowe cele indywidualne lub grupowe
Wytyczne asesora	Instrukcje dotyczące tego, co oceniający musi zrobić, aby przygotować i przeprowadzić ocenę. Będzie on również zawierał arkusze rejestracyjne, które zawierają odpowiedzi na pytania ustne, wskazówki co do tego, co asesor musi wziąć pod uwagę, aby ocenić swoje postępy, kompetencje i umiejętności uczestników.
Metody oceny	Uczestnicy mogą być oceniani w następujący sposób: 1. obserwacja: udział uczestników w dyskusjach grupowych; 2. samoocena. 3. Obserwacja mentorów.
Elementy innowacji	1. Innowacyjny temat dotyczący gospodarki o obiegu zamkniętym – nowy pomysł zamieniony w rzeczywistość generującą wartość 2. Nauczanie mieszane dostosowane do potrzeb naszych uczniów 3. Innowacyjne warsztaty sprawdzające wiedzę praktyczną 4. Zaangażowanie mentorów do obserwowania i oceniania środowiska o wysokim sprzężeniu zwrotnym.

2.3	ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI
Ogólny opis	Ten moduł szczegółowo wyjaśnia następujące zagadnienia: - Przywództwo, sukces w zespołach i dynamika współpracy - Wpływ stylu zarządzania na pracowników i strukturę organizacyjną - Umowy o pracę (specyficzne dla danego kraju zasady dotyczące zatrudniania i zarządzania personelem) Struktura firmy oraz najbardziej typowe role i obowiązki.

Oczekiwane wyniki	Pod koniec sesji uczestnicy będą mogli: • Połączyć siły, współpracuj i nawiązuj kontakty • Rozwiązuj konflikty i stawiaj czoła konkurencji, gdy jest to konieczne • Zdobądź i zarządzaj kompetencjami potrzebnymi na każdym etapie, w tym kompetencjami technicznymi, prawnymi, podatkowymi i cyfrowymi.
Wytyczne asesora	Instrukcje dotyczące tego, co oceniający musi zrobić, aby przygotować i przeprowadzić ocenę. Będzie on również zawierał arkusze rejestracyjne, które zawierają odpowiedzi na pytania ustne, wskazówki co do tego, co asesor musi wziąć pod uwagę, aby ocenić swoje postępy, kompetencje i umiejętności uczestników.
Metody oceny	Uczestnicy mogą być oceniani w następujący sposób: 1. obserwacja: udział uczestników w dyskusjach grupowych; 2. samoocena. 3. Obserwacja mentorów.
Elementy innowacji	1. Innowacyjny temat dotyczący gospodarki o obiegu zamkniętym – nowy pomysł zamieniony w rzeczywistość generującą wartość 2. Nauczanie mieszane dostosowane do potrzeb naszych uczniów 3. Innowacyjne warsztaty sprawdzające wiedzę praktyczną 4. Zaangażowanie mentorów do obserwowania i oceniania środowiska o wysokim sprzężeniu zwrotnym.

2.4	KONCEPCJA MARKETINGOWA I JEJ ZNACZENIE W BIZNESIE
Ogólny opis	Trener, już przygotowany na podstawie zawartości modułu, ma na celu uświadomienie trenerowi, czym jest „Koncepcja Marketingu”. Będzie potrafił dobrze zdefiniować i rozwinąć koncepcję marketingową oraz sposób jej radzenia sobie z ideą zaspokojenia potrzeb klienta poprzez produkt jako rozwiązanie problemu klienta. Koncepcja Marketingowa reprezentuje główną zmianę w dzisiejszej orientacji biznesowej i stanowi podstawę do uzyskania przewagi konkurencyjnej. Krótko mówiąc, koncepcja marketingowa jest ważna, ponieważ określa, w jaki sposób firma będzie napędzać biznes i prosperować. Trener określi, jakie jest główne zadanie firmy poza zwykłym „zaspokojeniem potrzeb klienta”.

	Zwróci dużą uwagę na wizję i zapotrzebowanie rynku (segmentu), aby jak najlepiej dostosować swój produkt lub usługę do tego rynku. Podsumowując, trener wprowadzi marketing określając: - Terminologia marketingowa - Rola marketingu w koncepcji biznesowej rynku - Podmioty rynkowe - Analiza środowiskowa - Zawodnicy - S.W.O.T. analiza - Segmentacja, targetowanie, pozycjonowanie
Oczekiwane wyniki	Trener pomoże uczestnikom osiągnąć konkretne rezultaty dla ich własnego biznesu. Podczas tej sesji grupa docelowa zostanie przygotowana z konkretnymi i spersonalizowanymi działaniami na koncepcji marketingowej oraz nauczy się posługiwania S.W.O.T. analiza. Polecamy dokładny przegląd części teoretycznej tego modułu! Korzystanie z S.W.O.T. Matryca pomoże rozpoznać istotne elementy dla założenia i prowadzenia własnej firmy.
Wytyczne asesora	Największym wyzwaniem dla wszystkich partnerów jest oczywiście utrzymanie motywacji i zainteresowania uczestników, a także interakcji. W pokonaniu tego wyzwania szczególnie pomocne jest wykorzystanie indywidualnego mentoringu. W szkoleniu we wszystkich modułach wykorzystano wiele bodźców i zabawnych otwarć i zamknięć. Zorganizowano dużo pracy grupowej i praktycznych ćwiczeń, aby zmotywować uczestników. Radzimy, aby sesje szkoleniowe były krótkie i łatwe. Krótsze sesje są lepsze niż dłuższe i ważne jest, aby wszyscy byli zaangażowani. Między innymi ważna jest również kreatywność i dostosowanie sesji lub treści do zaangażowanej grupy. Jednak bardzo ważne i przydatne dla utrzymania motywacji jest dobre planowanie i stosowanie ćwiczeń rozgrzewkowych i technik wsparcia, a także interaktywnych i praktycznych warsztatów, studiów przypadku i wielu przykładów.
Metody oceny	Refleksja, podsumowanie i ocena są niezbędnymi elementami każdego szkolenia lub warsztatu. Umożliwiają ocenę wszystkich aspektów i cech działalności oraz pomagają w formułowaniu lub proponowaniu ulepszeń dla tej samej działalności w przyszłości. Poprzez refleksję nad efektami uczenia się uczestnicy mają możliwość uświadomienia sobie, czego nauczyli się podczas szkolenia

	warsztaty lub zajęcia i zastosować je do swoich okoliczności życiowych/zawodowych. Wzór testów wstępnych i wyjazdowych znajduje się w załącznikach. Ocena pomoże ocenić wyniki i wpływ działania. Jedną z najczęściej stosowanych metod ewaluacji jest proszenie uczestników o informację zwrotną. Pomaga zrozumieć słabe i mocne strony działania. Istnieje kilka metod, za pomocą których można poprosić o informację zwrotną: Metody wizualne: Metody te pomagają uczestnikom w wyrażaniu opinii w bardziej dynamiczny sposób. Ważne jest, aby dać uczestnikom możliwość ustnego wyrażenia swojej opinii, aby ocena była pełniejsza. W takim przypadku ważne jest, aby jeden z facylitatorów zwrócił uwagę na komentarze lub oświadczenia. Facylitatorzy mogą wybrać różne metody organizowania informacji zwrotnej. Informacje zwrotne ustne: Metody oceny wizualnej można łączyć z metodami ustnymi. Ważne jest, aby połączyć ten rodzaj informacji zwrotnej z pisemną, biorąc pod uwagę, że nie ma czasu na pytanie każdego uczestnika, a uczestnicy mogą nie chcieć podzielić się swoją opinią przed grupą. Ten rodzaj informacji zwrotnej jest dynamiczny, ale może wykluczać uczestników, którzy nie chcą lub nie mogą podzielić się swoją opinią przed grupą. Jeden z facylitatorów powinien odnotować komentarze lub oświadczenia uczestników. Pisemna opinia: Bardzo skutecznym sposobem na uzyskanie informacji zwrotnej od uczestników jest poproszenie ich o wypełnienie krótkiego kwestionariusza. Ankieta powinna zawsze stwarzać przestrzeń do autorefleksji uczestnika, ale także do wypracowania własnej argumentacji dotyczącej szkolenia. Kwestionariusze powinny być anonimowe. Zaletą pisemnej informacji zwrotnej jest to, że można ją później przejrzeć w celu wyciągnięcia wniosków i sporządzenia raportu. Anonimowość daje uczestnikom możliwość szczerego odpowiadania na różne pytania. Odprawy mogą pomóc przyspieszyć projekty, przyjąc nowe podejście do problemów i osiągnąć trudne cele. Zamiast swobodnej rozmowy o tym, co zadziało, a co nie, sprawozdanie wyjaśnia, dlaczego coś się wydarzyło. Powinien zbadać cztery pytania: 1. Co chcieliśmy osiągnąć? Zaczniij od ponownego określenia celów, które starałeś się osiągnąć w każdym module.
--	--

	2. Gdzie osiągnęliśmy (lub przegapiliśmy) nasze cele? Przejrzyj wyniki i upewnij się, że grupa jest wyrównana. 3. Co doprowadziło do naszych wyników? Ta sekcja powinna sięgać głębiej niż oczywiste odpowiedzi pierwszego poziomu. 4. Co powinniśmy zacząć, zatrzymać lub kontynuować? Po odkryciu przyczyn, co powinniśmy zrobić teraz, gdy wiemy to, co wiemy?
Elementy innowacji	Narzędzia wspierające tę część są liczne i zróżnicowane. Trenerzy muszą poświęcić i zaplanować czas niezbędny do ich prawidłowego wykorzystania. Na potrzeby tej części – a także pozostałych modułów – warto: - o Twórz i regularnie aktualizuj listę kontaktów o nowe kontakty i informacje; - o Stwórz ankietę, którą interesariusz powinien wypełnić po każdym spotkaniu; - o Przyjść opisane metodologie, takie jak uczenie się peer-to-peer, coaching indywidualny/zespołowy; - o Dostosuj komunikaty komunikacyjne do potrzeb różnych uczestników, skoncentruj się na pozytywnych aspektach przedsiębiorczości kobiet i dostosuj użycie terminów do kontekstu krajowego; - o Uwzględnienie umiejętności i kompetencji uczestników w celu zarządzania zaangażowaniem potencjalnych, niezbędnych interesariuszy. Zaangażowanie mentorów pomoże poszczególnym uczestnikom uzyskać jasność w tworzeniu projektu ich przedsiębiorczego projektu.

2.5	STRATEGIE MARKETINGU MIX
Ogólny opis	Celem trenera w tym module jest poznanie segmentacji rynku, poznanie strategii konkurencji, jak pomagamy w MARKETINGU MIX, jak posiadanie produktów/usługi obecnym w prowadzeniu działalności w zakresie posiadania portfela. Trener pomoże pomóc uczniom osiągnąć, „czemu ich produkt lub usługa może służyć”; Grupa docelowa otrzyma wskazówki, jak i kiedy promować swój produkt lub usługę na rynku, będzie w stanie zidentyfikować i zorganizować elementy swojego marketingu mix w celu podejmowania zyskowych decyzji marketingowych na wszystkich poziomach. Trener, poprzez te wskazówki, zapewni wsparcie dla: -Rozwijaj mocne strony i ograniczaj słabości, -Stań się bardziej konkurencyjny i elastyczny na swoim rynku,

	-Poprawa owocnej współpracy między partnerami. Uczestnicy, z pomocą trenera, będą w stanie poradzić sobie z następującymi kluczowymi punktami nauki: - Koncepcja marketingu mix - Zdobywanie przewagi konkurencyjnej - Marketing usług - Konkurs marketingowy - Zdobywanie przewagi konkurencyjnej firmy - Strategie zdobywania przewagi konkurencyjnej
Oczekiwane wyniki	Trener pomoże uczestnikom osiągnąć konkretne rezultaty dla ich przyszłego biznesu. Uczestnicy na zakończenie sesji będą mogli rozpoznać i wykorzystać zalety pozycjonowania i konkurencyjności strategii marketingowych. Będą wiedzieć, że: - Firmy muszą konkurować o klientów, niższe ceny za towary i usługi wyższej jakości, większą różnorodność i więcej innowacji. - Konkurencja między firmami może stymulować tworzenie nowych lub lepszych produktów lub bardziej wydajnych procesów. - Firmy mogą konkurować o to, by jako pierwsze wprowadzić na rynek nową lub inną technologię. - Innowacje przynoszą również konsumentom korzyści dzięki nowym i lepszym produktom oraz pomagają napędzać wzrost gospodarczy. - Siły konkurencyjne wpływają na strategię, ponieważ konkurenci reagują na strategiczne działania na rynku, a firma musi reagować

	na ich strategiczne posunięcia. Using the Internet to vary the marketing mix <table><tr><td>Product • Quality • Image • Branding • Features • Variants • Mix • Support • Customer service • Use occasion • Availability • Warranties </td><td>Promotion • Marketing communications • Personal promotion • Sales promotion • PR • Branding • Direct marketing </td><td>Price • Positioning • List • Discounts • Credit • Payment methods • Free or value-added elements </td><td>Place • Trade channels • Sales support • Channel number • Segmented channels </td><td>People • Individuals on marketing activities • Individuals on customer contact • Recruitment • Culture/ image • Training and skills • Remuneration </td><td>Process • Customer focus • Business-led • IT-supported • Design features • Research and development </td><td>Physical • Sales channels • Cost of sales • Product packaging • On-site experience </td></tr></table> Figure 5.1 The elements of the marketing mix	Product • Quality • Image • Branding • Features • Variants • Mix • Support • Customer service • Use occasion • Availability • Warranties	Promotion • Marketing communications • Personal promotion • Sales promotion • PR • Branding • Direct marketing	Price • Positioning • List • Discounts • Credit • Payment methods • Free or value-added elements	Place • Trade channels • Sales support • Channel number • Segmented channels	People • Individuals on marketing activities • Individuals on customer contact • Recruitment • Culture/ image • Training and skills • Remuneration	Process • Customer focus • Business-led • IT-supported • Design features • Research and development	Physical • Sales channels • Cost of sales • Product packaging • On-site experience
Product • Quality • Image • Branding • Features • Variants • Mix • Support • Customer service • Use occasion • Availability • Warranties	Promotion • Marketing communications • Personal promotion • Sales promotion • PR • Branding • Direct marketing	Price • Positioning • List • Discounts • Credit • Payment methods • Free or value-added elements	Place • Trade channels • Sales support • Channel number • Segmented channels	People • Individuals on marketing activities • Individuals on customer contact • Recruitment • Culture/ image • Training and skills • Remuneration	Process • Customer focus • Business-led • IT-supported • Design features • Research and development	Physical • Sales channels • Cost of sales • Product packaging • On-site experience		
Wytyczne asesora	Największym wyzwaniem dla wszystkich partnerów jest oczywiście utrzymanie motywacji i zainteresowania uczestników, a także interakcji. W pokonaniu tego wyzwania szczególnie pomocne jest wykorzystanie indywidualnego mentoringu. W szkoleniu we wszystkich modułach wykorzystano wiele bodźców i zabawnych otwarć i zamknięć. Zorganizowano dużo pracy grupowej i praktycznych ćwiczeń, aby zmotywować uczestników. Radzimy, aby sesje szkoleniowe były krótkie i łatwe. Krótsze sesje są lepsze niż dłuższe i ważne jest, aby wszyscy byli zaangażowani. Między innymi ważna jest również kreatywność i dostosowanie sesji lub treści do zaangażowanych grup. Jednak bardzo ważne i przydatne dla utrzymania motywacji jest dobre planowanie i stosowanie ćwiczeń rozgrzewkowych i technik wsparcia, a także interaktywnych i praktycznych warsztatów, studiów przypadku i wielu przykładów.							
Metody oceny	Refleksja, podsumowanie i ocena są niezbędnymi elementami każdego szkolenia lub warsztatu. Umożliwiają ocenę wszystkich aspektów i cech działalności oraz pomagają w formułowaniu lub proponowaniu ulepszeń dla tej samej działalności w przyszłości. Poprzez refleksję nad efektami uczenia się, uczestnicy mają możliwość uświadomienia sobie, czego nauczyli się podczas szkolenia, warsztatu lub działania i zastosowania tego w swojej							

	sytuacji życiowej/zawodowej. Wzór testów wstępnych i wyjazdowych znajduje się w załącznikach. Jedną z najczęściej stosowanych metod ewaluacji jest proszenie uczestników o informację zwrotną. Pomaga zrozumieć słabe i mocne strony działań. Istnieje kilka metod, za pomocą których można poprosić o informację zwrotną: Metody wizualne: Metody te pomagają uczestnikom w wyrażaniu opinii w bardziej dynamiczny sposób. Ważne jest, aby dać uczestnikom możliwość ustnego wyrażenia swojej opinii, aby ocena była pełniejsza. W takim przypadku ważne jest, aby jeden z facylitatorów zwrócił uwagę na komentarze lub oświadczenia. Facylitatorzy mogą wybrać różne metody organizowania informacji zwrotnej. Informacje zwrotne ustne: Metody oceny wizualnej można łączyć z metodami ustnymi. Ważne jest, aby połączyć ten rodzaj informacji zwrotnej z pisemną, biorąc pod uwagę, że nie ma czasu na pytanie każdego uczestnika, a uczestnicy mogą nie chcieć podzielić się swoją opinią przed grupą. Ten rodzaj informacji zwrotnej jest dynamiczny, ale może wykluczać uczestników, którzy nie chcą lub nie mogą podzielić się swoją opinią przed grupą. Jeden z facylitatorów powinien odnotować komentarze lub oświadczenia uczestników. Pisemna opinia: Bardzo skutecznym sposobem na uzyskanie informacji zwrotnej od uczestników jest poproszenie ich o wypełnienie krótkiego kwestionariusza. Ankieta powinna zawsze stwarzać przestrzeń do autorefleksji uczestnika, ale także do wypracowania własnej argumentacji dotyczącej szkolenia. Kwestionariusze powinny być anonimowe. Zaletą pisemnej informacji zwrotnej jest to, że można ją później przejrzeć w celu wyciągnięcia wniosków i sporządzenia raportu. Anonimowość daje uczestnikom możliwość szczerego odpowiadania na różne pytania. Odprawy mogą pomóc przyspieszyć projekty, przyjmując nowe podejście do problemów i osiągnięcie trudne cele. Zamiast swobodnej rozmowy o tym, co zadziało, a co nie, sprawozdanie wyjaśnia, dlaczego coś się wydarzyło. Powinien zbadać cztery pytania kluczowe pytania: 1. Co chcieliśmy osiągnąć? Zaczniemy od ponownego określenia celów, które starałeś się osiągnąć w każdym module.
--	---

	2. Gdzie osiągnęliśmy (lub przegapiliśmy) nasze cele? Przejrzyj wyniki i upewnij się, że grupa jest wyrównana. 3. Co doprowadziło do naszych wyników? Ta sekcja powinna sięgać głębiej niż oczywiste odpowiedzi pierwszego poziomu. 4. Co powinniśmy zacząć, zatrzymać lub kontynuować? Po odkryciu przyczyn, co powinniśmy zrobić teraz, gdy wiemy to, co wiemy?
Elementy innowacji	Narzędzia wspierające tę część są liczne i zróżnicowane. Trenerzy muszą poświęcić i zaplanować czas niezbędny do ich prawidłowego wykorzystania. W tej części dobrze jest - Przyjęcie opisanych metodologii, takich jak uczenie się oparte na badaniach, uczenie się peer-to-peer, coaching - Dostosuj komunikaty komunikacyjne do potrzeb różnych uczestników, skoncentruj się na pozytywnych aspektach przedsiębiorczości kobiet i dostosuj użycie terminów do kontekstu krajowego; - Rozważenie umiejętności i kompetencji uczestników w celu zarządzania zaangażowaniem potencjalnych, niezbędnych interesariuszy. Mentorzy, wraz z trenerem, mogą wykorzystać poniższy zarys do oceny modułu w toku.

2.6	Stosowanie podstawowych trendów w nowoczesnym marketingu
Ogólny opis	Jednostka ma na celu zapoznanie trenera z definicją „Zastosowanie podstawowych trendów we współczesnym marketingu”. Grupą docelową projektu, jak wspomniano powyżej, są kobiety, które chcą zostać przedsiębiorcami lub doskonalić swoje umiejętności, dlatego ważne jest dokładne opisanie podstaw teoretycznych i praktycznych oraz szerszego formalnego kontekstu polityk europejskich wspierających strategię marketingowe dla uczestników i ich działania. Celem tej sesji jest pomóc ludziom zrozumieć, że kluczowym celem działań marketingowych organizacji jest rozwijanie satysfakcjonujących relacji z klientami z korzyścią zarówno dla klienta, jak i organizacji. Dzięki tym wysiłkom marketing odgrywa ważną rolę w większości organizacji i w społeczeństwie. Uczestnicy dowiedzą się, jak zbudować nowoczesny zespół marketingowy oraz niezbędne umiejętności.

	I znowu rozumiem, że celem branding w marketingu jest budowanie zaufania konsumentów i kreowanie lojalność. Ich marka nie tylko da kupującym sposób na ich zapamiętanie, ale także stworzy tożsamość ich biznesu, aby mogli wyróżnić się na tle konkurencji. Kluczowe punkty nauki modułu - Znakowanie - Trendy marketingowe - E-marketing i marketing w sieciach społecznościowych - Gospodarka o obiegu zamkniętym w marketingu, branding w gospodarce o obiegu zamkniętym																														
Oczekiwane wyniki	Trener pomoże uczestnikom: - wykorzystywać nowoczesne trendy marketingowe i komunikacyjne oraz gospodarkę o obiegu zamkniętym do rozwoju biznesu - przekonywać wybrane trendy do rozwoju biznesu firmy - bronić swoich wyborów, by wykorzystywać nowoczesne trendy marketingowe i komunikować gospodarkę o obiegu zamkniętym. Uczestnicy będą również mogli ocenić własne przygotowanie i zrozumienie za pomocą poniższej siatki: <table><tr><th></th><th>Very good</th><th>Good</th><th>Sufficiently</th><th>poorly</th></tr><tr><td>My competences have changed in scope</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Understanding what it means to start a business</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Organizational culture and management styles</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Sustainable and efficient use of resources; and sustainable developing planning</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>RESULTS:</td><td>VERY, VERY WELL! You did a great job</td><td>WELL! it's a good job even if it can be improved</td><td>You are on the right path, you need to work on it</td><td>Oops! let's get it inside! We need to review everything to improve</td></tr></table>		Very good	Good	Sufficiently	poorly	My competences have changed in scope					Understanding what it means to start a business					Organizational culture and management styles					Sustainable and efficient use of resources; and sustainable developing planning					RESULTS:	VERY, VERY WELL! You did a great job	WELL! it's a good job even if it can be improved	You are on the right path, you need to work on it	Oops! let's get it inside! We need to review everything to improve
	Very good	Good	Sufficiently	poorly																											
My competences have changed in scope																															
Understanding what it means to start a business																															
Organizational culture and management styles																															
Sustainable and efficient use of resources; and sustainable developing planning																															
RESULTS:	VERY, VERY WELL! You did a great job	WELL! it's a good job even if it can be improved	You are on the right path, you need to work on it	Oops! let's get it inside! We need to review everything to improve																											

Wytyczne asesora	Po raz kolejny największym wyzwaniem dla wszystkich partnerów jest oczywiście utrzymanie motywacji i zainteresowania uczestników, a także interakcji.
Metody oceny	W pokonaniu tego wyzwania szczególnie pomocne jest wykorzystanie indywidualnego mentoringu.
Elementy innowacji	Narzędzia wspierające tę część są liczne i zróżnicowane. Trenerzy muszą poświęcić i zaplanować czas niezbędny do ich prawidłowego wykorzystania. W tej części dobrze jest - Przyjęcie opisanych metodologii, takich jak uczenie się peer-to-peer, coaching indywidualny/zespołowy; - Dostosuj komunikaty komunikacyjne do potrzeb różnych uczestników, skoncentruj się na pozytywnych aspektach przedsiębiorczości kobiet i dostosuj użycie terminów do kontekstu krajowego; - Rozważenie umiejętności i kompetencji uczestników w celu zarządzania zaangażowaniem potencjalnych, niezbędnych interesariuszy. Mentorzy, wraz z trenerem, mogą korzystać ze schematu już dołączonego do poprzednich modułów do ewaluacji modułu w trakcie podróży.

3.1	EFEKTYWNA KOMUNIKACJA
Ogólny opis	Celem sesji jest poznanie głównych pojęć komunikacji, negocjacji, storytelling, wykorzystania różnych form komunikacji w celu osiągnięcia oczekiwanych rezultatów w biznesie. Elementy skutecznej komunikacji zostaną zastosowane w praktyce podczas trzech rodzajów warsztatów: wygłaszanie wystąpień publicznych, negocjowanie problemu, opowiadanie historii.
Oczekiwane wyniki	• Inspirować i wzbudzać entuzjazm odpowiednich interesariuszy • Uzyskać wsparcie potrzebne do osiągnięcia wartościowych wyników skutecznej komunikacji • Zademonstruj skuteczną komunikację: wystąpienia publiczne, perswazja, negocjacje i opowiadanie historii.
Wytyczne asesora	Na ocenę osiągniętych wyników w tym warsztacie składają się następujące zmienne w składzie i wadze wyniku końcowego: • Demonstracja umiejętności wystąpień publicznych – 40 proc.; • Prezentacja historii biznesowej – 30 procent; • Wykorzystanie umiejętności negocjacyjnych – 30 proc. Metoda oceny opartej na wynikach jest zalecana, gdy ocena oparta na wynikach jest złożona i ograniczona czasowo, zaleca się stosowanie typu prezentacji ustnej do oceny dwójakich umiejętności (przemawianie publiczne i opowiadanie historii biznesowej) w oparciu o cel przekonywania innych . Przybiera formę prezentacji biznesowej. Poniższe kryteria można rozwinąć w rubryce: 1) bliskość przemówienia do publiczności, szacunek, zaufanie; 2) struktura przemówienia: przyciągnięcie uwagi, przekazanie głównego przesłania, zakończenie; 3) emocjonalny efekt przekonywania wybranych wartości biznesowych i misji; 4) zwięzłość, artykulacja, tempo, pauzy, ton wypowiedzi; 5) używanie mowy ciała: postawa, gesty, kontakt wzrokowy, wyraz twarzy.

	Ocenę umiejętności negocjacyjnych, następującą po przekazaniu teoretycznej wiedzy na temat materiału pokrewnego oraz odgrywaniu ról podczas procesu negocjacyjnego, można przeprowadzić metodą sondażu pewności siebie związanego z kursem. Uczestnicy muszą ocenić swoją umiejętność wykorzystania umiejętności w podanym zakresie: • czuję się w pełni pewny siebie; • jestem całkiem pewny siebie; • jestem trochę pewny siebie; • jestem dość niepewny; • Jestem niepewny siebie i zestresowany. Pytania ankiety powinny zawierać szczegółowe umiejętności negocjacyjne: • Umiejętność łączenia się z ludźmi i budowania relacji; • Umiejętność deklarowania celów i intencji; • Umiejętność zaproponowania oferty; • Umiejętność negocjowania oświadczeń w celu uzyskania wyniku win-win; • Umiejętność znajdowania właściwych argumentów; • Umiejętność dotrzymywania etapów, tempa negocjacji i ducha konstruktywności; • Możliwość przejścia do porozumienia i zamknięcia.
Metody oceny	Metoda oceny opartej na wynikach pokazuje sukces autentycznego uczenia się, dowód zrozumienia poprzez przekazanie praktycznych umiejętności. Prezentacja ustna jako prezentacja prezentacji biznesowej może angażować całą grupę uczniów. Metoda badania pewności siebie związanego z kursem ocenia zdolność uczestnika do zastosowania umiejętności w obszarze kursu.
Elementy innowacji	Ewaluację rówieśniczą można wprowadzić do systemu oceny zdolności i umiejętności skutecznej i przekonującej komunikacji.

CZĘŚĆ 3 Twórz swoje synergie

Na koniec tej części uczestnicy muszą się przygotować

- Analiza rynku i mapa interesariuszy, aby upewnić się, że są oni powiązani z różnymi podmiotami, które mogą ich wspierać i pomagać
- Stwórz sieć kontaktów, którymi mogą być dostawcy i ich docelowe sektory.

Konkretne cele nauczania

- analizować, oceniać i tworzyć bogate „obrazy” przyszłości związane z kwestiami zrównoważonego rozwoju i ramami rozwiązywania problemów zrównoważonego rozwoju
- Zaktualizowany komunikat dotyczący „zrozumienia gospodarki o obiegu zamkniętym” i „opowiadania historii o gospodarce o obiegu zamkniętym”
- Inspirować i zachęcać odpowiednich interesariuszy do uzyskania wsparcia potrzebnego do osiągnięcia wartościowych wyników
- Zademonstruj skuteczną komunikację, perswazję, negocjacje i przywództwo
- Pracuj razem i współpracuj z innymi, aby rozwijać pomysły i przekuć je w działanie
- Rozwiązuj konflikty i stawiaj czoła konkurencji, gdy jest to konieczne

3.1	BUDOWANIE SKUTECZNEJ I STABILNEJ SIECI
Ogólny opis	Relacje biznesowe mogą być tworzone w określonym środowisku biznesowym i kontekście, rozwijanym pod szczególną potrzebą biznesu, a zatem jest to krótszy lub dłuższy proces budowy efektywnej i stabilnej sieci biznesowej. Kurs zachęca uczestników do ustalenia krok po kroku planu pełnej strategii sieciowej ich zrównoważonego biznesu, w tym rozwoju sieci offline i strategii sieci społecznościowych.
Oczekiwane wyniki	Wyjaśnienie powodów, dla których networking offline jest podstawową naturą i obciążeniem dla rozwoju biznesu. Ustalenie całej strategii networkingu biznesowego. Zbudowanie planu znaczących powiązań biznesowych. Stworzyć strategię sieci mediów społecznościowych.
Wytyczne asesora	Na ocenę osiągniętych wyników na tym kursie składają się następujące zmienne: • Umiejętność zastosowania umiejętności zarządzania strategicznego poprzez określenie prawidłowych celów biznesowych komunikacji – 40 procent całkowitej oceny. Niedobory różnych połączeń i

	kanatów medialnych w obszarze biznesowym – 40 proc. całości oceny. • Wykazane umiejętności tworzenia pełnego planu częściowego lub wizualizacji działań komunikacyjnych w biznesie – 20% całkowitej oceny. • Zalecaną metodą oceny jest przesłuchanie otwarte. Do udzielenia odpowiedzi uczestnicy powinni wykorzystać materiał z zadań wykonanych w ramach sesji. Pytania służą jako narzędzie kontroli krzyżowej do oceny zdobytej wiedzy i umiejętności. • Jakie są główne powody, dla których Twoja firma rozwija relacje offline? • Przywołaj jednego z wybranych partnerów swojej sieci biznesowej offline i wyjaśnij możliwości, jakie partner może wnieść do wybranego celu biznesowego. • Opisz działania taktyczne Twojej firmy w mediach społecznościowych, aby osiągnąć cel komunikacji, aby znaleźć nowych pracowników (cel komunikacji może być różny w obrębie grupy uczestników). • Jakie są główne obowiązki osoby odpowiedzialnej za sieci społecznościowe? • Jakie są braki/ryzyka komunikacji w sieciach społecznościowych? • Jaki rodzaj relacji możesz nawiązać, aby promować kwestie zrównoważonego rozwoju firmy? • Którzy partnerzy sieciowi mogą stworzyć największy łańcuch wartości dodanej w Twojej firmie? • Jeśli asesor tego wymaga, więcej innych pytań można umieścić w banku pytań.
Metody oceny	<i>Pytania otwarte to forma autentycznej oceny, która pozwala uczniom na wykorzystanie umiejętności myślenia wyższego rzędu w różnych obszarach treści.</i> <i>Zaleca się zadać około 3 wybranych pytań, obejmujących zarządzanie strategiczne i taktykę w sieciach offline, online, w mediach społecznościowych.</i>
Elementy innowacji	Pytania generowane przez grupę uczniów byłyby bardziej inspirującym doświadczeniem.

3.2	BUDOWANIE SKUTECZNEJ I STABILNEJ SIECI
Ogólny opis	Relacje biznesowe mogą być tworzone w określonym środowisku biznesowym i kontekście, rozwijanym pod szczególną potrzebą biznesu, a zatem jest to krótszy lub dłuższy proces budowy efektywnej i stabilnej sieci biznesowej. Kurs zachęca uczestników do ustalenia krok po kroku planu pełnej strategii sieciowej ich zrównoważonego biznesu, w tym rozwoju sieci offline i strategii sieci społecznościowych.
Oczekiwane wyniki	• Wyjaśnienie powodów, dla których networking offline jest podstawową naturą i obciążeniem dla rozwoju biznesu. • Ustalenie całej strategii networkingu biznesowego. • Zbudowanie planu znaczących powiązań biznesowych. • Stworzyć strategię sieci mediów społecznościowych.
Wytyczne asesora	Na ocenę osiągniętych wyników na tym kursie 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. • Zademonstrowane umiejętności tworzenia pełnego planu częściowego lub wizualizacji działań komunikacyjnych w biznesie – 20% całkowitej oceny. Zalecaną metodą oceny jest przesłuchanie otwarte. Uczestnicy powinni korzystać z materiału zadania wykonane w ramach sesji do udzielenia odpowiedzi. Pytania służą jako narzędzie kontroli krzyżowej do oceny zdobytej wiedzy i umiejętności. • Jakie są główne powody, dla których Twoja firma rozwija relacje offline? • Przywołaj jednego z wybranych partnerów swojej sieci biznesowej offline i wyjaśnij możliwości, jakie partner może wnieść do wybranego celu biznesowego.

	• Opisz działania taktyczne Twojej firmy w mediach społecznościowych, aby osiągnąć cel komunikacji, aby znaleźć nowych pracowników (cel komunikacji może być różny w obrębie grupy uczestników). • Jakie są główne obowiązki osoby odpowiedzialnej za sieci społecznościowe? • Jakie są braki/ryzyka komunikacji w sieciach społecznościowych? • Jaki rodzaj relacji możesz nawiązać, aby promować kwestie zrównoważonego rozwoju firmy? • Którzy partnerzy sieciowi mogą stworzyć największy łańcuch wartości dodanej w Twojej firmie? Jeśli asesora tego wymaga, więcej innych pytań można umieścić w banku pytań.
Metody oceny	<i>Pytania otwarte to forma autentycznej oceny, która pozwala uczniom na wykorzystanie umiejętności myślenia wyższego rzędu w różnych obszarach treści.</i> <i>Zaleca się zadać około 3 wybranych pytań, obejmujących zarządzanie strategiczne i taktykę w sieciach offline, online, w mediach społecznościowych.</i>
Elementy innowacji	Pytania generowane przez grupę uczniów byłyby bardziej inspirującym doświadczeniem.

3.3	Media społecznościowe i obecność w Internecie
Ogólny opis	Moduł wprowadza pojęcie mediów społecznościowych i obecności w Internecie. Media społecznościowe są szczegółowo przedstawiane i przeprowadzana jest analiza różnych dostępnych platform oraz ich wyników. Ponadto uczestnik zawiera wprowadzenie o tworzeniu obecności w mediach społecznościowych oraz o tym, jak ją utrzymywać i ulepszać. Głębokie zanurzenie się w różnych aspektach związanych z mediami społecznościowymi; w tym jak korzystać z mediów społecznościowych w biznesie, jakich pułapek unikać, jak łączyć się z klientami i interesariuszami, a także radzić sobie z negatywnymi komentarzami. Wprowadzono również pojęcie e-odpowiedzialności. Na koniec uczestnicy otrzymają niezbędne narzędzia do stworzenia własnej strategii mediów społecznościowych i będą mieli możliwość stworzenia jej w ramach modułu.

Oczekiwane wyniki	Pod koniec sesji uczestnicy będą: • rozumieć i rozróżniać różne rodzaje mediów społecznościowych i ich zastosowania • móc korzystać z platform mediów społecznościowych nawet w swojej działalności • być w stanie utrzymywać i ulepszać własne platformy mediów społecznościowych • być w stanie zidentyfikować i uniknąć pułapek związanych z korzystaniem z mediów społecznościowych • być w stanie poradzić sobie z negatywnymi komentarzami • mieć większą wiedzę na temat odpowiedzialności stworzyć własną strategię w mediach społecznościowych
Wytyczne asesora	Planowanie strategii w mediach społecznościowych — Uczestnicy zostali poproszeni o stworzenie strategii w zakresie mediów społecznościowych dla ich firmy. Strategia powinna obejmować platformy mediów społecznościowych, z których dana osoba będzie korzystać i jakiemu celowi będą one służyć w odniesieniu do ich działalności. Ponadto uczestnicy powinni być w stanie wymienić wyniki SMART dla swoich różnych platform. Uczestnicy powinni również uwzględnić plan monitorowania mediów społecznościowych.
Metody oceny	Uczestnicy mogą być oceniani w następujący sposób: • obserwacja: udział uczestników w dyskusjach grupowych i ich pytania lub komentarze na zajęciach pomogą asesorowi w zebraniu ogólnej informacji zwrotnej na temat postępów uczestnika • Do oceny skuteczności stworzonej strategii w mediach społecznościowych można wykorzystać rubrykę. Ta rubryka może być wykorzystana bezpośrednio przez asesora, aby zapewnić kształtującą informację zwrotną na temat postępów danej osoby. Rubryka może być również wykorzystana przez samych uczestników jako narzędzie do samooceny w celu oceny własnych postępów.
Elementy innowacji	Uczestnicy będą tworzyć własną strategię w mediach społecznościowych, która ma bezpośrednie znaczenie dla ich firmy

3.4	Wydarzenia sieciowe
Ogólny opis	Uczestnicy zostaną zapoznani z koncepcją networkingu; zarówno od strony teoretycznej, jak i bardziej praktycznej. Zdarzenia networkingowe i networkingowe zostaną omówione i zdefiniowane z bardziej teoretycznego aspektu. Networking nie, a pułapki, a także wskazówki, jak być bardziej pewnym siebie, również zostaną udostępnione. Poinformowane zostaną również różne sieci europejskich kobiet-przedsiębiorców. Uczestnicy dowiedzą się również, jak stworzyć plan networkingowy i będą mieli możliwość opracowania własnego planu networkingowego. Podsumowując, uczestnicy sami doświadczą networkingu.
Oczekiwane wyniki	Pod koniec sesji uczestnicy będą mogli: • dowiedzieć się więcej o sieci • być bardziej pewnym siebie w nawiązywaniu kontaktów, jednocześnie unikając wszelkich pułapek • być w stanie opracować i wykorzystać plan działań nawiązywania kontaktów, a także plan działań następnych • zapoznać się z sieciami Europejskich Przedsiębiorców Kobiet
Wytyczne asesora	Działania uczestników podczas różnych zajęć praktycznych powinny być obserwowane i kształtujące oraz należy zapewnić konstruktywną informację zwrotną. Pomoże to zwiększyć ich pewność siebie.
Metody oceny	Uczestnicy będą oceniani kilkoma metodami: • uczestnicy będą obserwowani, a informacje zwrotne zostaną przekazane po aktywności sieciowej 1 • uczestnik otrzyma informację zwrotną na temat mocnych i słabych stron planu działania na rzecz sieciowania oraz planu działań następnych • uczestnicy będą obserwowani i otrzymają informację zwrotną po networkingowym bingo • uczestnicy dokonają również samooceny za pomocą narzędzia samooceny
Elementy innowacji	W całym module wykorzystano szereg innowacyjnych elementów. Uczestnik będzie miał okazję doświadczyć w praktyce teorii przedstawionej w początkowej części sesji, zapewniając w ten sposób więcej praktycznych doświadczeń. Ponadto uczestnicy będą mogli skorzystać z dostarczonych formacyjnych informacji zwrotnych, a także skorzystać z samooceny, aby móc stale się doskonalić i zdobywać pewność siebie podczas nawiązywania kontaktów.

CZĘŚĆ 4 Planowanie biznesowe

Na koniec tej części uczestnicy muszą się przygotować

Uczestnicy zostaną poinformowani o tym, jak stworzyć formalny dokument pisemny zawierający cele ich działalności, metody osiągnięcia tych celów oraz ramy czasowe ich osiągnięcia.

Konkretne cele nauczania

- ✓ Oszacuj koszty, planuj, wdrażaj i oceniaj decyzje finansowe w czasie
- ✓ Podejmuj decyzje, gdy wynik tej decyzji jest niepewny, gdy dostępne informacje są częściowe lub niejednoznaczne lub gdy istnieje ryzyko niezamierzonych wyników
- ✓ W ramach procesu tworzenia wartości uwzględnij ustrukturyzowane sposoby testowania pomysłów i prototypów od wczesnych etapów, aby zmniejszyć ryzyko niepowodzenia
- ✓ Szybko i elastycznie obsługuj szybko zmieniające się sytuacje
- ✓ Wyznaczaj cele długo-, średnio- i krótkoterminowe
- ✓ Zdefiniuj priorytety i zaplanuj działania

4.1	FINANSE BIZNESU I NOWE NARZĘDZIA FINANSOWE
Ogólny opis	Podczas tej lekcji dowiesz się o całkowitym zarządzaniu finansami organizacji. Dowiedz się, jak zarabiać, korzystając z różnych nowoczesnych narzędzi i procedur finansowych, a także alternatywnych taktyk i planów. Bardziej szczegółowo omówisz następujące punkty: - o Rachunkowość i finanse - o Inwestycje - o Możliwości finansowania - o Decyzje w sprawie dywidend - o Plan redukcji zadłużenia - o Możliwości finansowania długoterminowego - o Oprogramowanie i usługi finansowe w erze cyfrowej - Sponsoring - o Finansowanie społecznościowe

Oczekiwane wyniki	• Określ całkowitą ilość aktywów, które zostaną zachowane w Twojej firmie • Połącz te aktywa z profilami ryzyka firmy • Wybierz źródła finansowania, które zaowocują najlepszą strukturą kapitału Zaplanuj i zdecyduj, jak podzielić lub zatrzymać przychody swojej firmy. Podejmuj dobre decyzje inwestycyjne, aby nie popaść w długi.
Wytyczne asesora	Ekspert finansowy przeprowadzi podejście polegające na pomiarze wyników uczenia się poprzez zbadanie konkretnych wyników. Z drugiej strony ci, którzy będą oceniać, mogą to zrobić za pomocą poniższej platformy. Uczestnicy będą aktywnie zaangażowani w ten proces, aby pomóc im się do niego dostosować i przyspieszyć naukę. W tym przypadku zostanie zastosowana metoda uczenia się przez działanie.
Metody oceny	Mentorzy powinni być zaznajomieni z obliczeniami finansowymi, aby pomóc w tej sekcji. W rezultacie dobrze jest przejrzeć narzędzia i wytyczne, które będą wykorzystywane w działaniach przed ich rozpoczęciem. Mentorzy powinni ćwiczyć korzystanie z unikalnych narzędzi, zanim wezmą udział w działaniach, które ich wymagają. Mentorzy muszą w szczególności wykonać następujące czynności: - o W razie potrzeby udzielaj pomocy i porad uczestnikom szkolenia. - o Przestrzegaj celów i zadań sesji szkoleniowych, aby je osiągnąć. - o Zbadaj ukończoną pracę uczestników szkolenia. - o Zachęcaj uczestników do pracy zespołowej. - o W razie potrzeby skonsultuj się z uczestnikami po sesji szkoleniowej. - o Zachęcaj stażystów do budowania własnego biznesu.
Elementy innowacji	Uczestnicy będą aktywnie zaangażowani w ten proces, aby pomóc im się do niego dostosować i przyspieszyć naukę. Innowacyjnym elementem tego kursu jest nauka przez doświadczenie

4.2	RACHUNKOWOŚĆ ANALITYCZNA
Ogólny opis	W tym kursie nauczysz się o pojęciach księgowych oraz o tym, jak czytać bilans i rachunek zysków i strat, aby dobrze zrozumieć sytuację finansową firmy. Dowiesz się również, jak obliczać zysk i stratę

	według działalności, śledząc rachunki wydatków i przychodów według kategorii. Bardziej szczegółowo omówisz następujące punkty: - o Definiowanie każdej linii produktów i usług - o Korzyści i koszty - o Ekspansja (gdzie chcemy być za 3 lata) - o Ćwicz ze scenariuszami z życia wziętymi. - o Oszacowanie kosztów i zasobów (ROI, ROE, ROS itp.) - o Zaplanuj swoje finanse
Oczekiwane wyniki	• • Zaczynij myśleć ekonomicznie • • Rozpoznaj podstawowe kwestie, które mogą mieć wpływ na Twój plan finansowy • • Zbadaj różne przykłady kosztów w organizacji • • Aby dokonywać najlepszych osądów strategicznych, musisz mieć długoterminową wizję. • • Mądrze wykorzystuj fundusze swojej firmy, aby osiągnąć cel maksymalizacji bogactwa i ograniczenia ryzyka • • Obliczanie rzeczywistych kosztów • • Ocena ryzyka • • Połącz się z podejmowaniem decyzji marketingowych i zarządczych
Wytyczne asesora	Asesorzy powinni mieć doświadczenie w budżetowaniu i rachunkowości analitycznej, być w stanie kontrolować obliczenia i jasno komunikować proces. Mentorzy muszą w szczególności wykonać następujące czynności: - o W razie potrzeby udzielaj pomocy i porad uczestnikom szkolenia. - o Przestrzegaj celów i zadań sesji szkoleniowych, aby je osiągnąć. - o Zbadaj ukończoną pracę uczestników szkolenia. - o Zachęcaj uczestników do pracy zespołowej. - o W razie potrzeby skonsultuj się z uczestnikami po sesji szkoleniowej. - o Zachęcaj stażystów do budowania własnego biznesu.
Metody oceny	Fakt, że udziela się im odpowiedzi poprzez analizę trudności, wskazuje na to, że uczniowie rozumieją przedmiot. W tym sensie mogą zostać poproszeni o napisanie na koniec warsztatu akapitu opisującego pokrótce to, czego nauczyli się podczas szkolenia.
Elementy innowacji	Uczestnicy będą aktywnie zaangażowani w ten proces, aby pomóc im się do niego dostosować i przyspieszyć naukę. Innowacyjnym elementem tego kursu jest nauka przez doświadczenie

4.3	DECYZJA FINANSOWA O ZAPEWNIENIU ZRÓWNOWAŻONEGO DZIAŁANIA
Ogólny opis	Zarządzanie finansami jest zasadniczo czynnością polegającą na opracowaniu biznesplanu, a następnie upewnieniu się, że wszystkie działy pozostają na dobrej drodze. Ustanowienie właściwego zarządzania finansami i dokonywanie mądrych osądów pomaga zapewnić długoterminową rentowność firmy. Ten kurs nauczy uczestników o planowaniu finansowym w tym otoczeniu. Nauczą się budować strukturę kapitałową, odkrywać i wykorzystywać odpowiednie źródła finansowania oraz dystrybuować i zarządzać zyskami. Bardziej szczegółowo omówisz następujące punkty: - o Zarządzanie finansami - o Inwestycje - o Możliwości finansowania - o Decyzje w sprawie dywidend - o Plan redukcji zadłużenia
Oczekiwane wyniki	• Oblicz całkowitą ilość aktywów, które będą przechowywane w Twojej firmie. • Połącz te aktywa z profilami ryzyka firmy. • Wybierz źródła finansowania, które zapewnią najlepszą strukturę kapitału. • Mądrze wykorzystuj fundusze swojej firmy, aby osiągnąć cele maksymalizacji bogactwa i redukcji ryzyka. • Podejmij decyzję, jak podzielić lub zatrzymać przychody swojej firmy. • Podejmuj dobre decyzje inwestycyjne, aby uniknąć zadłużenia.
Wytyczne asesora	Ci, którzy będą pomagać uczestnikom w działaniach, powinni być zaznajomieni z podejmowaniem decyzji finansowych i strategiami inwestycyjnymi. Mentorzy muszą w szczególności wykonać następujące czynności: - o W razie potrzeby udzielaj pomocy i porad uczestnikom szkolenia. - o Zbadaj ukończoną pracę uczestników szkolenia. - o Zachęcaj uczestników do pracy zespołowej. - o W razie potrzeby skonsultuj się z uczestnikami po sesji szkoleniowej.
Metody oceny	Umiejętność zbadania i wyjaśnienia, czym jest analiza maksymalizacji bogactwa i analiza minimalizacji ryzyka, a także skonstruowanie i przedstawienie strategii inwestycyjnej,

	nawet jeśli nie jest ona dokładna, to najważniejsze wyznaczniki postępu w nauce. Oprócz rzeczywistych konkurentów musisz zidentyfikować elementy, które decydują o poziomie konkurencyjności w środowisku biznesowym, aby zapewnić sobie konkurencyjność. 5 Sił Portera to skuteczne podejście do tego. Utwórz analizę pięciu sił Portera dla swojego pomysłu na przedsiębiorczość i przedstaw ją swojemu mentorowi podczas następnej sesji.
Elementy innowacji	Uczestnicy będą aktywnie zaangażowani w ten proces, aby pomóc im się do niego dostosować i przyspieszyć naukę. Innowacyjnym elementem tego kursu jest nauka przez doświadczenie

4.4	TWORZENIE BIZNESPLANU
Ogólny opis	Głównym celem tego warsztatu jest nauczenie Cię, jak pisać biznesplan w oparciu o informacje i wyniki z poprzednich warsztatów. Celem biznesplanu jest ustalenie, w jaki sposób będzie realizowana inicjatywa przedsiębiorstwa społecznego (nastawionego na zysk lub non-profit). Biznesplan może zostać wykorzystany do „sprzedania” lub sfinansowania pomysłu potencjalnym inwestorom lub może być wykorzystany jako przewodnik na etapie wdrażania biznesplanu. Można go wykorzystać zarówno do skalowania i rozwoju, jak i do zakładania firmy. o Streszczenie biznesplanu o Co powinien zawierać biznesplan o Wskazówki dotyczące pisania biznesplanu i jak napisać kanwę biznes planu
Oczekiwane wyniki	• Określ najważniejsze aspekty planu firmy. • Utwórz streszczenie planu firmy, aby czytelnicy mogli lepiej zrozumieć cały dokument. • Przygotuj długoterminowy biznesplan, który zawiera dobrą strategię marketingową i finansową.
Wytyczne asesora	Ponieważ na tym etapie następuje synteza biznesplanu, nauczyciele muszą zrozumieć, jak włączyć każdy wynik do procesu. W rezultacie bardzo ważne jest zbadanie procesu przed warsztatami. Bardzo ważne jest, aby w sposób precyzyjny i jednoznaczny przekazać uczestnikom warsztatów, w jaki sposób wyniki działań uzyskane w ramach każdego warsztatu zostaną wykorzystane w strategii biznesowej.

	Mentorzy muszą w szczególności przypominać uczestnikom, czego nauczyli się na poprzednich warsztatach i podsumowywać wyniki. - o Podaj niezbędne informacje teoretyczne. - o Prowadzenie zajęć praktycznych - o Zapewnij uczniom wsparcie i wskazówki w razie potrzeby. - o Aby zakończyć sesję szkoleniową, trzymaj się celów i zadań. - o Zbadaj ukończoną pracę uczestników szkolenia. - o Zachęcaj uczestników do współpracy.
Metody oceny	Głównym sposobem ewaluacji jest sprawdzenie przez mentorów, którzy wcześniej dominowali na każdym etapie biznesplanu, wyników wygenerowanych i przedstawionych przez uczestników.
Elementy innowacji	Uczestnicy będą aktywnie zaangażowani w ten proces, aby pomóc im się do niego dostosować i przyspieszyć naukę. Innowacyjnym elementem tego kursu jest nauka przez doświadczenie

Studia przypadku

TYTUŁ PRZYPADKU	SCIFY-NAUKA DLA CIEBIE
SEKTOR	TECHNOLOGIA INFORMACYJNA (ICT)
1. Wstęp	SciFY jest organizacją non-profit, która opracowuje najnowocześniejsze systemy teleinformatyczne i swobodnie oferuje je wszystkim, w tym projekt, szczegóły wdrożenia i potrzebne wsparcie w celu rozwiązania rzeczywistych problemów. Założona w 2012 roku w Atenach firma SciFY z powodzeniem opracowała innowacyjne produkty i usługi oraz zdobyła ważne nagrody, w tym nagrodę od Prezydenta Republiki Greckiej.
2. Wyzwanie	UE inwestuje miliardy euro w programy badawcze. Konsorcja, instytucje badawcze i duże firmy pozyskują ogromne kwoty i opracowują niesamowite technologie. Technologie, które wymagają zaledwie kilku miesięcy pracy, aby przekształcić się w doskonałe produkty, które potrafią nawet zmienić nasze życie. Ale większość z nich pozostaje nieużywana przez lata w murach instytucji, które je stworzyły. Wydaje się to szalone, ale bardzo rzadko zdarza się, aby ktoś przejął tę niewielką pracę, która pozostała, aby wnieść najlepsze wyniki badań do codziennego życia. Co więcej, naukowcy zwykle nie mogą po prostu zrozumieć wpływu, jaki produkt technologiczny może mieć na codzienne życie, jeśli zostanie zastosowany w przyjazny i przystępny sposób.
3. Rozwiązanie	SciFY wykorzystuje wyniki badań i tworzy społeczność przedsiębiorców, wolontariuszy, badaczy i użytkowników końcowych w celu tworzenia użytecznych produktów w celu rozwiązywania rzeczywistych problemów. A potem oferuje je wszystkim za darmo. Organizacja tworzy i swobodnie dzieli się narzędziami technologicznymi, wiedzą i sieciami mobilizującymi do dostarczania wyników w powyższych obszarach oddziaływania. Główne oferowane rozwiązania to: Narzędzia informatyczne dla organizacji pozarządowych (zarządzanie wolontariuszami/beneficjentami), takie jak: VoluntEasy (platforma internetowa do ewaluacji zarządzania wolontariuszami/beneficjentami) oraz City R Us (platforma crowdsourcingowa dla miłośników miast). Narzędzia e-demokracji, takie jak DemocracIT (otwarta, otwarta platforma współpracy do komentowania i dodawania adnotacji w konsultacjach publicznych) i Fireathon (inicjatywa społeczna, w ramach której

	obywatele dostarczają pomysły i rozwiązania mające na celu zapobieganie katastrofom pożarowym). Technologie wspomagające dla osób niepełnosprawnych, takie jak aplikacje internetowe, takie jak ICstudy (aplikacja edukacyjna dla uczniów z wadami wzroku) i DiAnoia (aplikacja na smartfony dla pacjentów z nadchodzącą demencją i ich opiekunów), urządzenia takie jak FelRd (urządzenie umożliwiające osobom, nie mogą używać palców do sterowania urządzeniami gospodarstwa domowego), systemy teleinformatyczne, takie jak Talk and Play (system teleinformatyczny, który pozwala osobom niepełnosprawnym komunikować się z otoczeniem, być bardziej niezależnym w czasie wolnym oraz uczestniczyć w szkoleniach i ćwiczeniach rehabilitacyjnych w domu, pod opieką terapeuty) oraz gry elektroniczne, takie jak Memo-i Studio (platforma gier dla osób niewidomych). Rozwiązania Sztucznej Inteligencji, takie jak NewSum to aplikacja do tworzenia automatycznych podsumowań wiadomości z wielu źródeł w dwóch językach i oferowana za darmo. Działania edukacyjne, takie jak seminaria, zajęcia edukacyjne i gry edukacyjne.
4. Korzyść	Główne korzyści dla społeczeństwa generowane przez działalność SciFY to: • Wykorzystanie najwyższej technologii sztucznej inteligencji (uczenie maszynowe, analiza języka naturalnego, widzenie komputerowe itp.) do stawiania czoła wyzwaniom w sprytny sposób. • Utworzenie silnych sieci partnerów (uniwersytetów, instytucji badawczych, organizacji pozarządowych i firm) w celu opracowania nowych rozwiązań współpracy. • Prawdziwe rozwiązania za darmo. • Udostępnianie wiedzy/otwieranie wiedzy za darmo (kody open-source, udostępnianie planów opracowanych urzędów, przekazywanie wyników naszych badań oraz organizowanie szkoleń).
5. Wynik	Łącznie z oferowanych rozwiązań i produktów ICT skorzystało ponad 137000+ bezpośrednich beneficjentów (znacznie bardziej pośrednich) oraz 37 organizacji. SciFY zdobyło Globalną Nagrodę za technologie wspomagające (Game for Blinds) i znalazło się w pierwszej 5% pod względem raportowania społecznego i odpowiedzialności w Grecji. Wreszcie, SciFY przyciąga dużą sieć darczyńców (organizacje charytatywne, CSR, fundacje, krajowe i międzynarodowe władze publiczne) i angażuje sieć wolontariuszy do realizacji projektów i działań.
6. Źródło	http://www.scify.gr/site/en/

TYTUŁ PRZYPADKU	„REGUSTO”, start up																										
SEKTOR	ŻYWNOŚĆ																										
1. Wstęp	W 2015 r. ONU opracowało 17 celów zrównoważonego rozwoju, w tym w Agendzie 2030: punkt 12.3 dotyczy w szczególności zrównoważonej produkcji żywności. Do 2030 r. ma on na celu między innymi „zmniejszenie o połowę globalnego marnowania żywności na mieszkańca na poziomie detalicznym i konsumenckim oraz zmniejszenie strat żywności w sieciach. Marnowanie żywności to paradoksalny problem w porównaniu z liczbą głodu na świecie: gdyby nam aby nie marnować żywności, moglibyśmy nakarmić jeszcze jedną osobę na 4. Podczas gdy prawie 40% całej żywności produkowanej na świecie jest wyrzucane, trzy miliardy ludzi na Ziemi nie mogą sobie pozwolić na zdrowy posiłek każdego dnia, a 250 milionów ludzi jest głodnych . Aby właściwie zrozumieć pytanie, ważne jest rozróżnienie między zagubioną żywnością a zmarnowaną żywnością. Pierwsza kategoria obejmuje żywność, która nie trafia do naszych domów, ale jest wyrzucana po zebraniu (lub ubiciu w przypadku mięsa): według szacunków FAO w 2019 roku około 14% całej wyprodukowanej żywności ginie na ulicy, stają się niejadalne, zanim dotrą do naszych talerzy. Inaczej jest z marnowaną żywnością, która według raportu Food Waste Index Report 2021 UNEP (Programu Narodów Zjednoczonych ds. Ochrony Środowiska) stanowiłaby 17% całkowitej wyprodukowanej żywności, a która w 2019 r. osiągnęłaby 931 ton. produkcja i zaopatrzenie, w tym straty Spreco alimentare totale per paese <table border="1"> <thead> <tr> <th>Państwo</th> <th>Spreco alimentare totale (tonnellate)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>CINA</td><td>91,646,213</td></tr> <tr><td>INDIA</td><td>68,760,163</td></tr> <tr><td>NIGERIA</td><td>37,941,470</td></tr> <tr><td>USA</td><td>19,359,951</td></tr> <tr><td>MESSICO</td><td>11,979,364</td></tr> <tr><td>RUSSIA</td><td>4,868,564</td></tr> <tr><td>ITALIA</td><td>4,059,806</td></tr> <tr><td>SPAGNA</td><td>3,613,954</td></tr> <tr><td>CANADA</td><td>2,938,321</td></tr> <tr><td>AUSTRALIA</td><td>2,563,110</td></tr> <tr><td>POLONIA</td><td>2,119,455</td></tr> <tr><td>GRECIA</td><td>1,483,996</td></tr> </tbody> </table> Spreco alimentari domestici totali all'anno (tonnellate) Dati derivati da UNEP Food Waste Index Report 2021 pożniwne”.	Państwo	Spreco alimentare totale (tonnellate)	CINA	91,646,213	INDIA	68,760,163	NIGERIA	37,941,470	USA	19,359,951	MESSICO	11,979,364	RUSSIA	4,868,564	ITALIA	4,059,806	SPAGNA	3,613,954	CANADA	2,938,321	AUSTRALIA	2,563,110	POLONIA	2,119,455	GRECIA	1,483,996
Państwo	Spreco alimentare totale (tonnellate)																										
CINA	91,646,213																										
INDIA	68,760,163																										
NIGERIA	37,941,470																										
USA	19,359,951																										
MESSICO	11,979,364																										
RUSSIA	4,868,564																										
ITALIA	4,059,806																										
SPAGNA	3,613,954																										
CANADA	2,938,321																										
AUSTRALIA	2,563,110																										
POLONIA	2,119,455																										
GRECIA	1,483,996																										
2. Wyzwanie	W celu zwalczania marnotrawstwa w ostatnich latach powstały różne inicjatywy z udziałem firm z sektora spożywczego: jedną z nich jest „Regusto”																										

3. Rozwiązanie	Regusto zostało założone w 2016 roku w celu zapobiegania i ograniczania marnowania żywności w sektorach nastawionych na zysk i non-profit, działając zgodnie z logiką gospodarki o obiegu zamkniętym. W 2018 roku opracowała narzędzie anty-odpadowe, które jest uważane za jedno z pierwszych innowacyjnych narzędzi do zapobiegania i ograniczania marnowania żywności w sektorze HoReCa. Aplikacja mobilna, która łączy świat restauracji z klientami w celu zapobiegania potencjalnym odpadom. Dzięki platformie Regusto firmy mogą sprzedawać i przekazywać swoje produkty organizacjom non-profit i stowarzyszeniom stowarzyszonym. Opierając się na innowacyjnym modelu dzielenia się żywnością na cele charytatywne, wykorzystuje technologię blockchain, która może sprawić, że przepływy ekonomiczne i transfery produktów z firmy nastawionej na zysk do instytucji będą bardziej przejrzyste.
4. Korzyść	Platforma działa w modelu B2B (termin używany do opisanie elektronicznych transakcji handlowych Business to Business, które są przeprowadzane pomiędzy firmami na rynku korporacyjnym, i które są rozróżniane pomiędzy tymi, które mają miejsce pomiędzy firmami a konsumentami końcowymi, oznaczone zamiast tego terminem B2C., tj. Business to Consumer, ed) i działa jako rynek solidarności o obiegu zamkniętym, za pośrednictwem którego śledzimy i rejestrujemy handel na terenie całych Włoch. Today, the entities active on the platform find over 250 food and non-food companies that donate products, both basic and non-essential, in stock.

5. Wynik

Platforma jest w stanie obliczać i monitorować wpływ na społeczeństwo i środowisko za pomocą zestawu wskaźników, które umożliwiają automatyczną kwantyfikację każdej prześledzonej darowizny. W rzeczywistości oblicza wpływ na środowisko i społeczeństwo pod względem nie odpadowego produktu, który jest odzyskiwany. W tym celu analizuje cykl życia produktu od momentu jego przekazania i dla każdej transakcji mierzone są równoważne dystrybuowane posiłki, CO₂ i zaoszczędzona woda.

Dane są następnie certyfikowane przez stronę trzecią, RSM International, która zapewnia firmie certyfikację danych, które można wykorzystać w

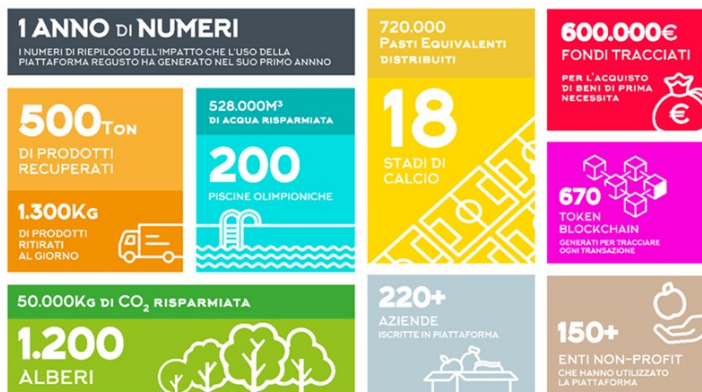
GLI INDICI DI IMPATTO CSR

Grazie ad algoritmi proprietari, la piattaforma genera indici CSR di impatto ambientale e sociale calcolando automaticamente la quantità di CO₂ risparmiata e le persone raggiunte con beni donati e venduti.



raportie społecznym.

Dane zaktualizowane do grudnia 2021 r. mówią nam, że do tej pory za pośrednictwem Regusto przetransportowano ponad 730 ton produktów spożywczych i niespożywczych, z czego około 40% zostało przekazanych, co daje łącznie ponad 1 milion posiłków, co daje oszczędności ponad 110 ton CO₂. Wartość produktów objętych transakcją to ponad 1,3 mln euro.



Oprócz platformy opartej na logice blockchain Regusto stworzyło projekt aplikacji mobilnej, której celem jest walka z marnowaniem żywności poprzez wykorzystanie technologii Proximity Marketing. Aplikacja Regusto natychmiast okazała się skuteczniejszym narzędziem niż kiedykolwiek i przyniosła znaczne korzyści zarówno restauratorom, jak i klientom. Mechanizm jest prosty: uczestniczące restauracje mogą oferować własne dania na wynos z ofertami last minute na żywo, a użytkownik, po pobraniu aplikacji i znalezieniu najbardziej odpowiedniej

	oferty, będzie musiał tylko wybrać żdaną ilość dań, umieść ją w wirtualnym koszyku i sfinalizuj transakcję, wybierając również preferowany czas odbioru. Każde zamówienie jest powiązane z tajnym kodem, który należy pokazać restauratorowi, aby odebrać torbę Regusto. Marketing zbliżeniowy to podstawowe narzędzie do urzeczywistnienia i tak już ambitnego projektu. Dzięki bliskości aplikacja Regusto to nie tylko „wirtualne menu”, ale system, który pozwala restauratorowi na komunikowanie swoich ofert w czasie rzeczywistym, poprzez powiadomienia wysyłane bezpośrednio do klienta znajdującego się w pobliżu jego restauracji, zachęcając go tym samym do zatrzymania się Kup. Za pośrednictwem dedykowanej platformy internetowej restaurator może wypełnić lub zmodyfikować kartę dotyczącą swojej restauracji, przygotować menu, zaproponować dania z oferty oraz przestudiować własne strategie marketingowe. Wszystkie te informacje, aktualizowane w czasie rzeczywistym w aplikacji REGUSTO, będą dostępne dla użytkowników, którzy z łatwością znajdą najbliższe im oferty. Co więcej, sprzedawcy mogą angażować ludzi – za pomocą geolokalizowanych powiadomień oraz na podstawie ich upodobań i zainteresowań – poprzez dostarczanie ukierunkowanej i nieinwazyjnej usługi. Aplikacja jest bardzo cenionym wsparciem dla wszystkich tych, którzy z powodów związanych z nauką lub pracą nie mają czasu lub możliwości wejścia do kuchni i chcą zjeść smaczne, pożywne i możliwie gotowe danie, niekoniecznie sięgając po fast food lub dystrybutorzy. Dzięki temu systemowi możliwe jest monitorowanie nadwyżek żywności w restauracjach i zarządzanie nimi przekazując je np. organizacjom non-profit.
--	--

6. Źródło	https://www.nearit.com/it/regusto-combattere-lo-spreco-alimentare-con-la-tecnologia https://regusto.eu/index.php/2021/07/22/nuovi-strumenti-per-combattere-lo-spreco-alimentare-le-regusto-bag-come-case-history-di-sensibilizzazione-alla-sostenibilita/ https://regusto.eu/index.php/come-funziona/ https://www.secondowelfare.it/poverta-alimentare/il-contrasto-allo-spreco-e-alla-poverta-alimentare-durante-la-pandemia-le-esperienze-sinergiche-di-spesasospesa-org-e-regusto/
------------------	--

TYTUŁ PRZYPADKU	THE KNOTTY ONES
SEKTOR	ZARZĄDZANIE MODĄ I STYLEM
1. Wstęp	The Knotty Ones to marka stworzona przez litewskie przedsiębiorczynie. The Knotty Ones zostało założone przez trzy najlepsze przyjaciółki - Sandrę, Danutę i Akvilę. Ich wewnętrzną motywacją jest przekonanie, że fajnie jest być fajnym, ale fajniej jest być miłym. Podobnie jak wiele innych dziewczyn po dwudziestce, spędzały dużo czasu na gonitwie za najnowszymi trendami i modami w modzie. Szybko zaczęło się to zmieniać w 2014 roku, gdy wzięły sobie wolne, aby podróżować po Azji Południowo-Wschodniej, gdzie poznali ciemną stronę branży szybkiej mody. Dziś młodzi przedsiębiorcy z Brooklynu w Nowym Jorku i Wilna na Litwie dążą do zmiany branży jedna po drugiej. Firma Mezgimo akademija sp. z oo powstała w 2017 roku.
2. Wyzwanie	Po tym, jak nie udało się znaleźć dzianiny, która byłaby trwała, o nowoczesnym stylu i wygodzie, dziewczyny postanowiły zrobić to same. Młodzi przedsiębiorcy zaczęli tworzyć swój model biznesowy. Przemysł modowy i odzieżowy zawsze wymaga ogromnej siły ręcznej. Byli zszokowani faktem, że na całym świecie są miliony pracowników przemysłu odzieżowego, w większości kobiety, pracujące w ciężkich, niehumanitarnych warunkach i zarabiające bardzo niskie zarobki. Z drugiej strony wiedziały, że wiele Litwinek ma umiejętności robienia na drutach, ale za mało umiejętności organizacyjnych, by na tej działalności zarabiać. Kolejnym wyzwaniem było rozwiązanie problemu stylu odzieży z dzianiny: powinna być nowoczesna, aby odpowiadać potrzebom dzisiejszych kobiet, choć powinny mieć poczucie tradycji i dziedzictwa, aby były w pełni zrównoważone.

3. Rozwiązanie	Dziewczyny z Knotty Ones postanowiły zatrudnić w całej Litwie rzemieślniczki, w większości samotne matki. Większość z nich mieszka na wsiach i w małych miasteczkach, gdzie jest bardzo mało pracy. Zaproponowano im zaangażowanie się w biznes. Kobiety zaczęły zarabiać godziwe wynagrodzenie, aby utrzymać siebie i swoje rodziny. Pracują w wolnych godzinach, w bezpiecznym środowisku i dobrze się przy tym bawią. Produkty marki Knotty Ones to ręcznie robione domowe swetry, uwielbiane przez dzieci, młodzież, seniorów, a nawet kobiety biznesu. Rozwiązanie projektu produktu zostało zainspirowane oldschooolowym rzemiosłem z Północy w dziewiarstwie – skupiają się na współczesnej estetyce i minimalistycznym wzornictwie. Różne modele są dziś w sprzedaży i można je zamówić do produkcji jednostkowej. Firma podjęła świadomą decyzję, aby używać tylko w 100% naturalnego materiału, odrzucając włókna poliestrowe, które rozkładają się przez setki lat, ale w rzeczywistości większość firm modowych zazwyczaj używa do produkcji odzieży.
4. Korzyść	Przedsiębiorcy stworzyli platformę, która dała tkaczom realistyczny obraz realizacji ich marzeń. Każdy zakup daje rzemieślnikom na terenach wiejskich Litwy stabilną pracę, godziwe wynagrodzenie, niezależność finansową lub dodatkowe zaopatrzenie. Trzy przedsiębiorczynie poza zleceniami produkcyjnymi zapewniają system wsparcia i mentoringu, które pomogą im naprawdę opanować rzemiosło. Szkolą również tkaczy w zakresie księgowości, zarządzania zapasami i wysyłkami, szkolą innych członków zespołu. Te nowe umiejętności mogą pomóc im rozwijać się w ich karierze. Właścicielki firm – Danute, Akvile i Sandra – pomimo wyzwań związanych z zachowaniem równowagi między sprawami biznesowymi a życiem osobistym – są wzmocnione wpływem uczestnictwa w modelu biznesowym „kobiety wspierające inne kobiety” i poczuciem realności zrównoważonego moda bardziej dostępnego.
5. Wynik	Firma rozwija się pod względem liczby zatrudnionych (z 2 do 10 osób), tym samym przynosząc wynik finansowy, który w latach 2017-2020 wzrósł 10-krotnie. Klienci otrzymują sprzedaż ekskluzywną i bezpośrednią, unikając tradycyjnych narzutów. Klientela jest globalnie świadoma, dobrze się czuje, przyczyniając się do zrównoważonego rozwoju i biorąc udział w opiece społecznej, nosząc sweter wykonany z miłością.
6. Źródło	https://www.theknottyones.com/; Ditching Fast Fashion- Vimeo.com

TYTUŁ SPRAWY	Merill Rural Network - Agroturystyka na Malcie
SEKTOR	Agroturystyka
1. Wstęp	Wakacje z agroturystyką można określić jako takie, które łączą jednostkę z przyrodą i rolnictwem. Można to osiągnąć po prostu pozostając w rezydencji otoczonej rolnictwem i przyrodą. Umożliwia to zatem jednostce doświadczanie takich środowisk. Ponadto, idąc o krok dalej, firmy mogą również prowadzić działalność, która bezpośrednio łączy jednostkę z przyrodą lub praktykami rolniczymi. Przykłady takich działań obejmują zbieranie owoców, trekking, a nawet lekcje gotowania z wykorzystaniem lokalnych produktów. Merill oferuje agroturystykę na śródziemnomorskiej wyspie Malta. Według ich strony internetowej „Merill zrzesza wielu [maltańskich] rolników, hodowców i rzemieślników. Dzięki tej sieci turyści i mieszkańcy mają możliwość poznania pięknych obszarów wiejskich Malty i spożywania prawdziwych lokalnych produktów. Naszą misją jest pielęgnowanie alternatywnych doświadczeń dla mieszkańców i turystów, które bezpośrednio przyczyniają się do ochrony środowiska i wzmocnienia pozycji społeczności wiejskich. Z biegiem lat powstała Merill Rural Network. Sieć działa obecnie jako przedsiębiorstwo społeczne, a jej głównym celem jest zwiększenie świadomości na temat lokalnego rolnictwa, ożywienie tradycji i umożliwienie społeczności wiejskiej dywersyfikacji dochodów w sposób zrównoważony. Dwa główne filary sieci to turystyka wiejska i produkty lokalne. W obu przypadkach staramy się dodać wartość do miejsc i produktów rolników i rzemieślników oraz wypełnić lukę między producentem a konsumentem - w ten sposób mamy nadzieję pomóc społeczności wiejskiej, aby ich produkty i usługi były bardziej dostępne zarówno dla turystów, jak i mieszkańców. , jednocześnie pomagając rolnikom i rzemieślnikom w dalszym inwestowaniu w ich codzienne przedsięwzięcia".
2. Wyzwanie	Firma została założona w 2010 roku, kiedy agroturystyka lub ekoturystyka nie była tak naprawdę dostępna lub rozważana na Malcie. Merill miał więc być pierwszą firmą oferującą taką usługę na Malcie. Wyzwaniem było przede wszystkim ustalenie, w jaki sposób koncepcja ekoturystyki będzie kształtowana dla archipelagu maltańskiego i jego środowiska. Po drugie, firma musiała określić, w jaki sposób najlepiej połączyć konsumenta z różnymi elementami związanymi z lokalnym środowiskiem i rolnictwem, zapewniając jednocześnie autentyczne doświadczenia i produkty oprócz ochrony środowiska.

3. Rozwiązanie

Aby sprostać wyżej wymienionym wyzwaniom, podstawowym zadaniem Merill było zidentyfikowanie i nawiązanie kontaktu z osobami, organizacjami pozarządowymi i firmami na Maltcie, które przestrzegały podobnych zasad do tych, które Merill chciał ustanowić poprzez swoje usługi. To również okazało się trudne, jednak udało im się połączyć i ściśle współpracować z trzema maltańskimi przedsiębiorcami o podobnych zainteresowaniach. Zbadali również, co robi się w innych krajach, aby ustalić własną opinię i definicję tego, jak wyglądałaby ekoturystyka na Maltcie". Dość szybko zdaliśmy sobie sprawę, że aby chronić środowisko, musimy ściśle współpracować z głównymi aktorami - mianowicie drobnymi rolnikami i ich rodzinami. Wierzymy, że maltańskie środowisko jest utrzymywane przy życiu głównie dzięki lokalnym rolnikom, którzy wraz z innymi zainteresowanymi stronami pracują nieustraszenie, aby zachować zieloną okolicę". To spowodowało, że Merill stworzył większą sieć łączącą takich interesariuszy.

„Z biegiem lat powstała Merill Rural Network. Sieć działa obecnie jako przedsiębiorstwo społeczne, a jej głównym celem jest zwiększenie świadomości na temat lokalnego rolnictwa, ożywienie tradycji i umożliwienie społeczności wiejskiej dywersyfikacji dochodów w sposób zrównoważony. Dwa główne filary sieci to turystyka wiejska i produkty lokalne. W obu przypadkach staramy się dodać wartość do miejsc i produktów rolników i rzemieślników oraz wypełnić lukę między producentem a konsumentem - w ten sposób mamy nadzieję pomóc społeczności wiejskiej, aby ich produkty i usługi były bardziej dostępne zarówno dla turystów, jak i mieszkańców. , jednocześnie pomagając rolnikom i rzemieślnikom w dalszym inwestowaniu w ich codzienne przedsięwzięcia".

Merill oferuje również zajęcia, z których mogą korzystać miejscowi. Należą do nich imprezy rodzinne, a nawet zajęcia integracyjne. W ten sposób dalej promuje wartości, które Merill posiada wśród maltańskiej populacji, jednocześnie generując lokalny biznes. Jest to szczególnie istotne, ponieważ zapewnia, że biznes kwitnie nawet w sezonach „mało turystycznych”. <http://www.merillecotours.com/content/concept>

4. Korzyść	• Merill założył lokalną społeczność rolników i rzemieślników na Malcie • Merill zachęca i umożliwia partnerom dodawanie wartości do ich produktów • Merill zdołał nawiązać kontakt między maltańskimi rolnikami i rzemieślnikami a konsumentami; zarówno lokalni, jak i goście • Merill jest w stanie zaspokoić potrzeby zarówno lokalnych, jak i międzynarodowych konsumentów • Merill jest jedną z niewielu firm oferujących wycieczki ekologiczne po wiejskich częściach Malty • Merill zapewnia konsumentom wyjątkowe i autentyczne możliwości doświadczania, które promują lokalne praktyki rolnicze i kulturowe • W rezultacie Merill pomaga chronić środowisko, a także lokalne praktyki rolnicze i kulturowe lub tradycje • Merill ugruntował swoją pozycję lidera w branży ekoturystyki na Malcie.
5. Wynik	Merill oferuje unikalne i innowacyjne usługi na Malcie, które przynoszą korzyści zarówno klientom lokalnym, jak i międzynarodowym. Dzięki możliwości zorganizowania wycieczek indywidualnych lub grupowych uczestnicy mają możliwość poznania lokalnych środowisk wiejskich i zanurzenia się w lokalnych praktykach rolniczych i rzemieślniczych. Uczestnicy skorzystają również z możliwości zakupu oryginalnych produktów bezpośrednio od producentów. Do takich produktów należą wina, dżemy, miody, produkty rolne, sery itp. Produkty te są również dostępne w opakowaniach nadających się do recyklingu, ekologicznych lub w postaci eko-koszulek, aby jeszcze bardziej dochować swojej misji i wartości. Merill oferuje również innowacyjne usługi, takie jak imprezy integracyjne i zajęcia w klubach rodzinnych, które w związku z tym stale zwiększają wartość lokalnego środowiska, a także sektorów rolnictwa i rzemieślników na Malcie. Firma umożliwia również ochronę środowiska naturalnego na Malcie. Dzięki temu usługi i produkty oferowane przez Merill są dostępne i interesujące zarówno dla lokalnych, jak i międzynarodowych konsumentów.
6. Źródło	http://merill.com.mt/EcoHampers https://www.facebook.com/merillmalta/photos/?ref=page_internal

TYTUŁ PRZYPADKU	HOTEL ARŁAMÓW
SEKTOR:	TURYSTYKA
1. Wstęp	Gospodarka o obiegu zamkniętym oferuje bardzo istotną szansę na osiągnięcie większej stabilności i rentowności w branży turystycznej. Dotyczy to zwłaszcza trzech obszarów: łańcucha dostaw, ogólnych operacji biznesowych i obsługi klienta. Wdrażanie gospodarki o obiegu zamkniętym w tym sektorze jest wyzwaniem. Przemysł w dużej mierze opiera się na modelu liniowym, korzystając z wielu tanich i łatwych dostępnych zasobów. Ponieważ zasoby są ograniczone, a dominujący w gospodarce liniowy model zorientowany na konsumpcję nie jest już opłacalny, coraz więcej hoteli, restauracji i uzdrowisk jest zainteresowanych przekształceniem swojej działalności w model bardziej ekonomiczny. W Polsce jednym z hoteli korzystających z najnowszego ekologicznego rozwiązania jest Hotel Arłamów.
2. Wyzwanie	Ośrodek Wypoczynkowy Urzędu Rady Ministrów w Arłamowie powstał w latach 70-tych. Obejmował obszar prawie 30 tysięcy hektarów lasów, łąk i wzgórz ogrodzonych 100 km płotem. Odpoczywali tu dostojnicy państwowi i partyjni, zwłaszcza miłośnicy polowań. W 1989 r. zakończył się rządowy kurort. W 2006 roku ośrodek kupił Antoni Kubicki, inżynier-wynalazca z Przeworska. Założył firmę „Hotel Arłamów SA” i w 2010 roku rozpoczął budowę nowego hotelu oraz rozbudowę i modernizację istniejącego kompleksu budynków. Kamień węgielny pod budowę położył w październiku 2010 roku Lech Wałęsa. Cały kompleks, jako Wschodnioeuropejskie Centrum Sportowo-Kongresowe, został oddany do użytku na początku 2014 roku. Projekt uzyskał dofinansowanie unijne (głównie ze względu na walory ekologiczne).
3. Rozwiązanie	Od początku swojej działalności Arłamów stawia na działania i rozwiązania proekologiczne. Jest to ogromny kompleks położony wśród natury, dlatego traktuje środowisko z szacunkiem i troską. Hotel chroni otaczającą przyrodę i wspiera ją poprzez szeroko zakrojone działania proekologiczne.
4. Korzyść	Proekologiczne rozwiązanie w Hotelu Arłamów: 1. własna elektrociepłownia z technologią trigeneracji, jest jedną z najnowocześniejszych i największych tego typu w Polsce, która jako paliwo wykorzystuje biomasę z drewna; 2. własna szklarnia, w której uprawiane są zioła i warzywa wolne od nawozów i sprayów, wykorzystywana w hotelowej kuchni do przygotowywania posiłków we wszystkich restauracjach; 3. własna pasieka; 4. maszyna do kompostowania odpadów spożywczych, która pod wpływem temperatury przekształca je w pre-kompost wykorzystywany w elektrociepłowni do wytwarzania energii; 5. rezygnacja z plastikowych kubków, tub i sztućców; 6. segregacja odpadów;

	7. angażowanie się w działania CSR, takie jak sadzenie drzew, budowa uli, budowa domków dla jeży i ptaków; w Arłamowie pracownicy i goście sadzą około 300 drzew rocznie; 8. tzw. „zielone ściany” w Hotelu to element biofilii, który pozytywnie wpływa na samopoczucie Gości i Pracowników; 9. cztery stacje ładowania pojazdów elektrycznych, a ochrona Hotelu porusza się po terenie na Melexach lub konno, co zmniejsza ślad węglowy; 10. i wiele innych rozwiązań.
5. Wynik	Konkretne wyniki: 1. hotel czerpie wodę z najczystszych źróź z 11 ujęć (od 67 do 100 m głębokości). Woda jest uzdatniana w specjalnych systemach gwarantujących jej czystość i jakość, a następnie rozprowadzana do różnych obiektów. 2. Oprócz pasieki hotel uprawia również własne zioła wolne od nawozów i sprayów, które stosowane są w hotelowych restauracjach. Goście doceniają również ekologiczną herbatę z ziół z hotelowego Zielnika. 3. Na terenie Hotelu Arłamów znajduje się malownicza ścieżka przyrodniczo-edukacyjna. Ścieżka spacerowa poprowadzi Gości przez przepiękny teren leśny, którym opiekuje się Hotel Arłamów we współpracy z Nadleśnictwem Bircza. Tutaj goście mogą spotkać przedstawicieli flory i fauny objętych ścisłą ochroną gatunkową. 4. Regularne prezentacje i warsztaty na temat Zero Waste – jak gotować, aby wykorzystać absolutnie każdą część użytych składników. 5. kąpiele leśne (jap. Shinrin-yoku), rodzaj naturalnej terapii wywodzącej się z Japonii, która przynosi naukowo udowodnione korzyści dla organizmu.
6. Źródło	https://www.arlamow.pl/hotel-ekologiczny



TYTUŁ PRZYPADKU	SUMSUM, PLATFORMA WSPÓŁPRACY
SEKTOR	BIZNES SPOŁECZNY I CYFROWA INNOWACJA
1. Wstęp	Fasolà Cooperativa to doradztwo strategiczne założone w 2017 roku. Obecnie składa się w 100% z kobiet, towarzyszy na poziomie strategicznym średnio około 200 projektom rocznie związanym z rozwojem projektu innowacyjnego z wpływem na transversalny zrównoważony rozwój na danym terytorium. Pracuje również nad rozwojem narzędzi technologicznych, które pozwalają na widoczność i rentowność inicjatyw związanych ze zrównoważonym rozwojem lokalnym o globalnym wpływie. Jej zespół jest mentorem Women4 Climate i podpisał umowę o współpracy z Katedrą Zrównoważonego Rozwoju Unesco w celu wspierania projektów dotyczących wpływu społecznego i środowiskowego w różnych częściach świata. Fasolà wyspecjalizowała jeden ze swoich obszarów działania w zrównoważonych tekstyliach i ESS jako swoje zaangażowanie w środowisko i ludzi pracujących na rzecz wzmocnienia i promocji zrównoważonego rozwoju w kluczowym sektorze, jakim są tekstylia. Wspiera przekrojowo od strategii i rentowności do rozwoju produktu przedsiębiorców, organizacje i podmioty społeczne w celu dynamizacji, wspierania i rozszerzania ekosystemu zrównoważonych tekstyliów i ESS.
2. Wyzwanie	Obecnie projekty wpływu na terytorium, które towarzyszy Fasoli, wykazują trzy nierozwiązane czynniki: generowanie synergii, widoczność i marketing swoich produktów lub usług, aby być rentownym, oraz zdobycie publicznego lub prywatnego finansowania, aby iść do przodu w rozwoju swoich projektów. Te trzy osie mają ogromny wpływ na praktycznie wszystkie nowe inicjatywy oraz te, które mają już pewne osiągnięcia. Tworzenie umów w celu dzielenia się procesami produkcyjnymi lub usługami, dostęp do modeli zbiorowego zakupu lub ponownego wykorzystania zasobów, które promują gospodarkę obiegu, najbardziej zrównoważone modele dystrybucji, takie jak ostatnia mila lub dostęp do dużych ośrodków konsumpcji z obszarów wiejskich, przyciąganie finansowania poprzez sojusze strategiczne, pozyskiwanie talentów ... to niektóre nierozwiązane realia asertywności. Z drugiej strony, dostęp do marketingu ma silną barierę wejścia dla małych projektów ze względu na potrzebę bardzo wysokich inwestycji w marketing internetowy, który sprzyjałby pozycjonowaniu cyfrowemu i odpowiedniemu współczynnikowi konwersji, a także, jako ostatni punkt, dostęp do kapitału wysokiego ryzyka dla projektów

	społecznych są kluczowymi czynnikami, które utrudniają pomyślny rozwój inicjatyw, które działają na rzecz zrównoważonego rozwoju lokalnego, z nasileniem, że obecne modele promują krótko-, średnio- i długoterminową niepewność samozatrudnienia i grup projektowych związanych z gospodarką społeczną i solidarną.
3. Rozwiązanie	W tym celu Fasolà opracowała platformę cyfrową, która umożliwia interakcję administracji publicznej, projektów i obywateli na rzecz rewitalizacji lokalnej i terytorialnej, generowania projektów we współpracy, promowania synergii, widoczności polityki publicznej i prywatnej, wspierania rozwoju na poziomie lokalnym, poprawy jakości życia społeczności na poziomie przekrojowym. Fasolà promuje lokalny i terytorialny wpływ z globalną wizją, dostosowaną do SDGs i europejskich transversalnych polityk zrównoważonego rozwoju, promując politykę okrągłości i reaktywacji we wszystkich osiach każdej społeczności, szanując lokalną kulturę i historyczne bogactwo każdego terytorium. W 2020 roku rozpoczyna się rozwój pierwszej z zaplanowanych faz projektu SUMSUM, dzięki wkładowi kapitału własnego i publicznego. Ta pierwsza faza obejmuje część dotyczącą współpracy i interakcji między projektami, aby móc rozwijać synergii, politykę gospodarki cyrkularnej, ponowne wykorzystanie zasobów, rozpoczęcie wspólnych kampanii, poszukiwanie partnerów lub współpracowników, itp. SUMSUM powstało w celu wygenerowania zbiorowego SUMA wszystkich inicjatyw, które generują transformację na całym terytorium i aby móc wspólnie uwidocznnić wpływ na planetę, życie ludzi i nowe modele powiązań gospodarczych.
4. Korzyść	W odpowiedzi na tę potrzebę opracowała współpracującą platformę cyfrową dla zrównoważonych tekstyliów na terytorium SUMSUM, która obejmuje i odnosi się do całego łańcucha wartości w celu promowania okrągłości i zbiorowego zrównoważonego rozwoju gospodarczego wszystkich podmiotów poprzez generowanie synergii, współpracę i współdziałanie tychże.
5. Wynik	Dzięki tej pierwszej fazie, Fasola rozpoczęła drugą fazę rozwoju przestrzeni geolokalizowanej widoczności i sprzedaży bez kosztów pośrednictwa handlowego lub finansowego, która ma nadzieję wpłynąć na ponad 4.000 projektów w 2024 roku. Model ten pozwoli na inwestycje w pozycjonowanie cyfrowe, a co za tym idzie na zbiorową społeczną i ekonomiczną żywotność zaangażowanych projektów, jak również na politykę gospodarki okrężnej i wspólnego ponownego wykorzystania zasobów.
6. Źródło	https://sumsumnet.com

