

Projekt LT-PL-4R-289 „*Mosty biznesowe: odważ się zrobić pierwszy krok*”, finansowany przez Program Współpracy INTERREG V-A Litwa-Polska.



Interreg V-A Lietuva-Lenkija bendradarbiavimo programa

PROGRAM EDUKACJI PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

DLA UCZESTNIKÓW PROJEKTU W WIEKU 12-15 LAT

KSIĄŻKA WYKŁADOWCY

VARĖNA

2021

Projekt LT-PL-4R-289 „Mosty biznesowe: odważ się zrobić pierwszy krok”, finansowany przez Program Współpracy INTERREG V-A Litwa-Polska.



Szczegóły projektu: *projekt LT-PL-4R-289 finansowany przez Unię Europejską w ramach Programu Współpracy INTERREG V-A Litwa-Polska*

Nazwa projektu: *„Mosty Biznesu - odważ się zrobić pierwszy krok”*

Realizatorzy projektu – *Samorząd Varėna (Litwa) i Gmina Elk (Polska)*

Program został przygotowany przez *VšĮ „Lietuvos Junior Achievement”*

ADNOTACJA DO PROGRAMU

Przedsiębiorczość jest postrzegana jako zdolność do aktywnego i odważnego tworzenia innowacji gospodarczej lub społecznej oraz kreatywnego wprowadzania jej na rynek przy wykorzystaniu charakterystycznego dla danej osoby sposobu myślenia. Program Edukacji Przedsiębiorczości ma na celu umożliwienie uczestnikom nauki rozwiązywania problemów społecznych, kulturowych i ekonomicznych, a także zachęcenie ich do rozwijania i wdrażania innowacyjnych pomysłów biznesowych i/lub społecznych. Program integruje treści teoretyczne i praktyczne, z uczeniem się opartym na projektach i doświadczeniu. Program jest wielowarstwowy - zajęcia są tak skonstruowane, że uczestnicy nie tylko zdobędą wiedzę teoretyczną i umiejętności praktyczne, ale także poprzez zajęcia praktyczne rozwiną kompetencje z wykorzystaniem metod edukacji włączającej. Udział w projekcie i w programie szkoleniowym rozwinie kompetencje w zakresie przedsiębiorczości, inicjatywy, kreatywności, przywództwa, komunikacji i inne. Uczestnicy będą rozwijać ogólne umiejętności i wartości. Wiedza i umiejętności nabyte w celu zrozumienia otoczenia społecznego, skutecznego działania w nim i poruszania się po rynku umożliwią im w przyszłości wejście w świat biznesu, a tym samym zmniejszą wykluczenie regionalne, zwiększą zatrudnienie i zmniejszą bezrobocie.

Program Edukacji Przedsiębiorczości został opracowany przez zespół VšĮ Lietuvos Junior Achievement - liderów w edukacji przedsiębiorczości na Litwie.

WSTĘP

Projekt „Mosty biznesu - odważ się zrobić pierwszy krok” ma dokonać znaczącego przełomu na terenach gmin wiejskich po obu stronach granicy, szczególnie w Samorządzie Varėna i Gminie Ełk, poprzez stworzenie warunków dla trwałego i wysokiej jakości wzrostu zatrudnienia, zmniejszenie bezrobocia i zaangażowanie społeczności lokalnych we wspólne działania na rzecz wzmocnienia zdolności przedsiębiorczych członków społeczności.

Celem tego programu przedsiębiorczości jest rozwijanie postawy przedsiębiorczej, zdolnej do innowacyjnego i niezależnego działania, do rozwijania pomysłów biznesowych i proponowania rozwiązań w celu ich realizacji. Programy kształcenia w zakresie przedsiębiorczości powinny służyć jako „mosty” do istniejących programów kształcenia w zakresie przedsiębiorczości na Litwie i w Polsce, dostarczać społecznościom lokalnym wstępnej wiedzy na temat rozpoczynania działalności gospodarczej, zachęcać je do odważenia się na zrobienie pierwszego kroku w kierunku własnej firmy oraz umożliwiać im korzystanie z istniejących instrumentów biznesowych.

Program jest przeznaczony dla nastolatków w wieku 12-15 lat, nie tylko w celu rozwijania ich umiejętności przedsiębiorczych, ale także w celu wzmocnienia ich kontaktów społecznych i zwiększenia ich motywacji do nauki. Jest to często najtrudniejszy wiek dla nastolatków: tracą oni motywację do nauki i stają się wycofani. Program ten koncentruje się na odkrywaniu możliwości - dając uczniom lepsze zrozumienie znaczenia osobistej przedsiębiorczości w procesie uczenia się i w ich przyszłej karierze, odkrywając radość uczenia się poprzez osobiste doświadczenia, dyskusje, pracę zespołową i motywację do nauki. Uczenie się we współpracy i uczenie się od siebie nawzajem, rozwiązywanie problemów w zespole - wzmocni więzi społeczne.

Ten program nauczania przedsiębiorczości dostarczy wystarczającej wiedzy teoretycznej i umiejętności praktycznych do założenia firmy edukacyjnej w szkole i zmotywuje Cię do zdobywania jeszcze większej wiedzy, rozwijania kompetencji przedsiębiorczych i poprawy umiejętności komunikacji i współpracy.

Celem jest umożliwienie grupom docelowym projektu, a w przyszłości wszystkim lokalnym mieszkańcom, budowania wspólnot biznesowych, współpracy, komunikacji, wymiany doświadczeń i rozwoju przedsiębiorczości na poziomie lokalnym i międzynarodowym.

Działania wykorzystują technologie informacyjne i komunikacyjne: środowiska wirtualne, publiczne zasoby cyfrowe, sieci społeczne itp.

SPIS TREŚCI

ADNOTACJA DO PROGRAMU	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
WSTĘP	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Temat: CZYM SĄ WARTOŚCI I DLACZEGO SĄ WAŻNE W BIZNESIE?..	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
zakładki.	
Temat: ZRÓWNOWAŻONY BIZNES - BIZNES PRZYSZŁOŚCI?	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Temat: DO CZEGO SŁUŻĄ KOMPETENCJE W ZAKRESIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI?.....	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
zdefiniowano zakładki.	
Temat: CZY JESTEM PRZEDSIĘBIORCZY?	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Temat: BYĆ ZMOTYWOWANYM - PROSTE?.....	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Temat: CZY KREATYWNOŚĆ JEST DROGĄ DO INNOWACJI?	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Temat: PRACA ZESPOŁOWA= SPEŁNIENIE MARZEŃ?	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Temat: CZYM JEST PRAWDZIWE PRZYWÓDZTWO?	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Temat: CZY ZARZĄDZANIE CZASEM JEST KONIECZNE?	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Temat: JAK WYGENEROWAĆ DOBRY POMYSŁ NA BIZNES?	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Temat: BIZNES PLAN – ŁATWE I PROSTE!	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Temat: CZEGO NAPRAWDĘ OCZEKUJĄ KLIENCI?	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
Temat: ZARZĄDZANIE FINANSAMI - MISJA MOŻLIWA!	70
Temat: JAK MÓWIĆ, ABY CIĘ SŁUCHANO?.....	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
SŁOWO NA ZAKOŃCZENIE	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

Temat: CZYM SĄ WARTOŚCI I DLACZEGO SĄ WAŻNE W BIZNESIE?

- Zadania:**
1. Wprowadzenie pojęcia wartości i przypomnienie znaczenia wartości we współczesnym świecie.
 2. Pomóc w zrozumieniu znaczenia znajomości wartości w procesie podejmowania decyzji.
 3. Omówienie działań i zachęcenie do wyrażenia opinii.

Metody: Przedstawienie tematu w formie prezentacji, aktywne działania doświadczalne, informacja zwrotna, dyskusja.

Potrzebne środki: komputer, projektor, tablica konferencyjna z papierem, materiały piśmiennicze (markery, flamastry), kartki do rozdania.

Czas: 2 godziny akademickie (90 min.)

Treść	Metoda	Środki	Czas
1. Zapoznanie się. Prezentacja projektu i działań.	Prezentacja.		15 min.
2. Wartości podstawą wszystkiego.	Wykładanie.	Slajdy.	10 min.
3. Wartości.	Aktywne działania doświadczalne.	Karteczki, długopisy.	10 min.
4. Omówienie i refleksja.	Dyskusja.		10 min.
5. Wartości w biznesie.	Zadanie kreatywne.		25 min.
6. Omówienie i refleksja.	Dyskusja.		20 min.

1. Wprowadzenie i prezentacja projektu i działań.

Po zebraniu się, wszyscy uczestnicy proszeni są o przedstawienie się poprzez wypowiedzenie słów:

Jak się nazywają i czego spodziewają się biorąc udział w tym projekcie (zaleca się, aby wykładowca zapisał oczekiwania uczestników).

Kiedy wszyscy się przedstawiają i określają swoje oczekiwania, wykładowca przedstawia jaki to jest projekt, co ma osiągnąć i jakich rezultatów się oczekuje (można wykorzystać informacje podane

we wstępie). Wykładowca przedstawia również krótki przegląd ogólnego planu programu - jakie tematy zostaną poruszone, ile czasu zostanie przeznaczony na każdy temat i jakich zadań oczekuje się od uczestników.

Jeśli uczestnicy mają jakieś pytania, otrzymują na nie odpowiedzi.

2. Czym są wartości i dlaczego są podstawą wszystkiego?

Wykładowca prezentuje część teoretyczną na slajdach wykładu.

3. Czym są wartości i dlaczego stanowią podstawę wszystkiego?

Uczestnicy otrzymują 10 karteczek samoprzylepnych i jedną dużą kartkę A4 (szablon). Na karteczkach samoprzylepnych zapisują wartości, które są dla nich najważniejsze. Następnie zapisują je od najważniejszej do najmniej ważnej na białej kartce w kolumnie I (1 - najważniejszy; 10 - najmniej ważny).

Lektor rozpoczyna opowiadanie: „Wyobraź sobie, że jesteś królem małego królestwa. Bardzo cenisz swoje królestwo i jego mieszkańców. Pewnego dnia do twojego królestwa przybył ogromny, dziewięciogłowy smok i powiedział ci, że zje wszystkich mieszkańców królestwa i zniszczy wszystko wokół ciebie, jeśli nie dasz mu jednego ze swoich skarbów. Zastanów się, którą wartość poświęcisz?”

Uczestnicy muszą zdecydować, jaką wartość przekażą, zapisać ją w kolumnie obok liczby 10 na arkuszu II i zgnieść kartkę, na której jest zapisana ta wartość.

Wykładowca kontynuuje opowieść: „W królestwie wszyscy żyli w pokoju, aż do momentu, gdy kilka miesięcy później powrócił smok. Smok grozi, że zniszczy królestwo i jego mieszkańców ponownie, jeśli nie dasz mu kolejnego ze swoich skarbów. Którą wartość teraz poświęcisz?”

Uczestnicy muszą zdecydować, którą wartość poświęcą, zapisać ją w kolumnie obok liczby 9 na arkuszu II i zgnieść kartkę, na której wartość ta jest zapisana.

Historia się powtarza, aż uczestnikom zostanie jedna kartka z zapisaną wartością.

4. Po wykonaniu zadania uczestnicy proszeni są o podzielenie się swoimi uwagami poprzez zadawanie pytań:

1. Jak się czuleś poświęcając swoje wartości dla smoka?
2. Jak zmieniła się Twoja lista wartości po tej historii?
3. Jak myślisz, dlaczego lista wartości uległa zmianie? Co na to wpłynęło? Co sobie uświadomiłeś?

4. Jakie znasz przykłady biznesu lub życia osobistego opartego na wartościach w Twoim otoczeniu lub na świecie? Jak te wartości przejawiają się w biznesie lub w życiu codziennym?

5. Zadanie „Wartości w biznesie”.

Uczestnicy zostają podzieleni na grupy 4-5 osobowe. Każda grupa musi wymyślić i wybrać 5 firm ze swojego otoczenia (wiejski sklep, furgonetka na kółkach, babcia sprzedająca warzywa, salon piękności, itp.) Najważniejszym warunkiem jest to, że biznes jest znany uczestnikom. Następnie uczestnicy proszeni są o wypełnienie tabeli w załącznikach.

Tabela jest na tyle mała, że uczestnicy mogą otrzymać arkusz tablicy konferencyjnej i na podstawie podanego przykładu narysować i wypełnić na nim tabelę.

Uczestnikom można podać przykład:

Salon piękności - świadczy usługi kosmetyczne dla klientów (makijaż, zabiegi kosmetyczne, itp.) - uczciwość, szacunek, jakość usług - ważne jest dla nich, aby zapewnić wysokiej jakości usługi za niską cenę i komunikować się z klientami w przyjemny sposób.

Jeśli zadanie jest trudne dla uczestników, można je wykonać wspólnie, z dyskusją. Następnie można przeanalizować ponad 5 przykładów biznesowych z otoczenia uczestników.

Ważne jest, aby skupić się na: szacunku dla klienta, uczciwości, ochronie środowiska, cenach, jakości, rabatach, traktowaniu pracowników itp. Ćwiczenie to można połączyć z podtematem odpowiedzialności społecznej.

6. Refleksja

Po zakończeniu ćwiczenia każda grupa prezentuje swoją pracę.

Wszyscy są zaproszeni na ogólną dyskusję, aby omówić te kwestie:

Dlaczego wartości są ważne w biznesie?

Jaka jest różnica między firmą, która kieruje się wartościami, a taką, która działa bez podstawy wartości?

Pytanie dla każdego uczestnika:

Gdybyś miał budować swój własny biznes - jaki to byłby biznes i jakie 3 wartości byłyby najważniejsze w Twoim biznesie i dlaczego?

ZAŁĄCZNIKI

WARTOŚCI	
Przed opowiadaniem	Po opowiadaniu
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
6.	6.
7.	7.
8.	8.
9.	9.
10.	10.

1- najważniejsza; 10- najmniej ważna;

Projekt LT-PL-4R-289 „Mosty biznesowe: odważ się zrobić pierwszy krok”, finansowany przez Program Współpracy INTERREG V-A Litwa-Polska.

Nazwa zespołu:			
Wybrane biznesy:	Jakie potrzeby klientów zaspokajają te firmy?	Jak myślisz, jakie są ich wartości?	Jak te wartości są odzwierciedlone w ich działaniach (jakie działania widzisz, że podejmują?)
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

WYKAZ WARTOŚCI

Wykładowca może dodać przed wydrukiem

Prawość	Dobroć	Odwaga	Doradzanie	Miłość do ojczyzny
Heroizm	Mądrość	Umiar	Reputacja	Sława
Cnota	Wierność	Godność	Umiar	Świętość
Odwaga	Cierpliwość	Przyzwoitość	Harmonia	Wiedza
Współczucie	Pokora	Szacunek	Uczciwość	Świadomość
Uczciwość	Wolność	Prostota	Sprawiedliwość	
Piękno	Uprzejmość	Poświęcenie	Porządek	
Wyróżnienie	Miłość	Duma	Czystość	

Temat: ZRÓWNOWAŻONY BIZNES - BIZNES PRZYSZŁOŚCI?

- ZADANIA**
1. Omówienie koncepcji zrównoważonego rozwoju i jego znaczenia w życiu codziennym i biznesie.
 2. Dokonanie analizy wybranego produktu lub towaru i zaproponowanie sposobu jego produkcji, jak można uczynić produkt bardziej zrównoważonym, jak można zachować zasoby ludzkie, jak można zastosować innowacje itp.

Metody: Przedstawienie tematu w formie prezentacji, praca parami, dyskusje, poszukiwanie informacji, przedstawianie.

Potrzebne środki: komputer, projektor, tablica konferencyjna z papierem, materiały piśmiennicze (markery, flamastry), komputery lub telefony.

Czas: 1 godzina akademicka (45 min.)

Treść	Metoda	Środki	Czas
1. Zrównoważony rozwój i jego znaczenie w życiu codziennym i biznesie.	Wykład.	Slajdy.	10 min.
2. Warsztaty rozwoju produktu.	Praktyczne zadania kreatywne w parach.	Plansze konferencyjne, markery.	20 min.
3. Podsumowanie.	Prezentacje. Dyskusje.		15min.

1. Zrównoważony rozwój i jego znaczenie w życiu codziennym i biznesie.

Wykładowca prezentuje część teoretyczną na slajdach wykładu.

2. Zadanie „Warsztaty doskonalenia produktu”.

- Uczestnicy są proszeni o dobranie się w pary.
- Pary są proszone o wybranie 5 przedmiotów, które znajdują się w pomieszczeniu (może to być cokolwiek, od ubrań i butów po komputery, telefony, plecaki itp.) Każda para otrzymuje kartkę papieru konferencyjnego i długopisy.
- Uczestnicy otrzymują zadanie: korzystając ze swoich komputerów lub telefonów, mają znaleźć jak najwięcej informacji o tym, z czego wykonane są te przedmioty i zasugerować, jak można by je ulepszyć w ramach zrównoważonego biznesu. Uczestnicy mogą zwizualizować prezentację swoich wyników na arkuszu. Na przykład, plastikowy długopis może być ulepszony poprzez

użycie papieru nadającego się do recyklingu zamiast plastiku, itp. Zespoły mogą skorzystać z tabeli w załącznikach.

3. Uczestnicy przedstawiają wyniki przez siebie wykonanych zadań

Po prezentacjach mogą pojawić się pytania uzupełniające lub pytania do ogólnej dyskusji po wszystkich prezentacjach:

1. Jakie elementy i zmiany wymyśliliście do wdrożenia?
2. W jaki sposób przyczyniłoby się to do zrównoważonego rozwoju?
3. Co było najtrudniejsze w tym zadaniu?
4. Jakie masz rady dla firm w zakresie wdrażania idei zrównoważonego rozwoju?

Temat: DO CZEGO SŁUŻY KOMPETENCJA W PRZEDSIĘBIORCZOŚCI?

- Zadania:**
1. Przedstawienie koncepcji biznesu i przedsiębiorczości.
 2. Doskonalenie zrozumienia przedsiębiorczości i biznesu.
 3. Zidentyfikowanie okoliczności, cech i atrybutów, które decydują o sukcesie firmy lub przedsiębiorcy.

Metody: przedstawienie tematu, praca indywidualna, wyszukiwanie informacji, prezentacje.

Potrzebne środki: telefony, komputery, projektor, tablica konferencyjna z papierem, materiały piśmiennicze (markery, flamastry), szablony przygotowane i wydrukowane dla uczestników projektu.

Czas: 1 godz. (45 min.)

Treść	Metoda	Środki	Czas
1. Temat „Przedsiębiorczość= <i>biznes</i> ?“	Wykład.	Slajdy .	10 min.
2. Zadanie „Przedsiębiorczość- przedsiębiorca-biznes“.	Praca indywidualna.	Arkusze z szablonem, długopisy, telefony (komputery).	20 min.
3. Omówienie i refleksje.	Prezentacje.		15 min.

1. „Przedsiębiorczość=*biznes*?“ (10 min.).

Wykładowca przedstawia część teoretyczną wykładu na slajdach.

2. Zadanie „Przedsiębiorczość- przedsiębiorca-biznes“.

- Uczestnicy otrzymują kartkę A4 z wydrukowanym szablonem ćwiczenia.
- Uczestnicy mogą skorzystać z Internetu w celu znalezienia dodatkowych informacji.
- Uczestnicy powinni wyszukać informacje w Internecie za pomocą wyszukiwarki Google na temat: cech przedsiębiorcy; historii firm, które odniosły sukces; kiedy stworzyć udany biznes, itp.
- Po wykonaniu zadania uczestnicy zaznaczają ZIELONYM markerem cechy przedsiębiorczości, które posiadają, a NIEBIESKIM markerem cechy, które muszą nabyć lub udoskonalić.
- Celem ćwiczenia jest identyfikacja kryteriów sukcesu przedsiębiorczego, identyfikacja cech osobistych przedsiębiorcy, które są identyfikowane jako ludzka przedsiębiorczość, oraz

Po wykonaniu zadania każdy z uczestników prezentuje wyniki swojej pracy. Wykładowca ma już przygotowany szablon na tablicy konferencyjnej, na którym zaznacza tylko okoliczności, cechy i atrybuty wskazane przez uczestników. W miarę jak uczestnicy je wymieniają, on zapisuje je w odpowiedniej kolumnie. Nie zapisuje się opcji powtarzalnych.

Po tym jak wszyscy zaprezentowali swoje prace, następuje krótka dyskusja: odpowiadamy na następujące pytania: jakie okoliczności sprzyjają zakładaniu działalności gospodarczej, jakie są cechy osoby, która chce zostać przedsiębiorcą (co decyduje o duchu przedsiębiorczości) i jakie są oznaki, że firma odnosi sukces.

ZAŁĄCZNIKI

Twoje imię _____

Zadanie „Przedsiębiorczość- przedsiębiorca-biznes“

Zastanów się i wybierz jednego przedstawiciela biznesu, który w Tobie wywołuje zachwyty. Uzupełnij tabelę.

Na zadanie masz 20 min. Dodatkowej informacji szukaj w interencje.

Biznes (firma)		
Założyciel przedsiębiorca		
Okoliczności, które doprowadziły do powstania firmy	Cechy osobiste przedsiębiorcy, które prowadzą do sukcesu	Pozytywy dla sukcesu w biznesie (co o nim decyduje)

NP.:

Biznes (firma)		
Założyciel przedsiębiorca		

Okoliczności, które doprowadziły do powstania firmy	Cechy osobiste przedsiębiorcy, które prowadzą do sukcesu	Pozytywy dla sukcesu w biznesie (co o nim decyduje)
Wsparcie finansowe	Sprawiedliwy	Przynosi zysk
Genialny pomysł	Przedsiębiorczy	Wielu klientów
Rozwiązanie problemu	Komunikatywny	Pomaga innym
Spełnienie marzenia	Zdererminowany	Pracownicy są zadowoleni
Bezrobocie	Odważny	Znany

Jeśli uczestnicy projektu mają trudności z wypełnieniem tabeli, można dostarczyć listę cech przedsiębiorcy:

- kreatywność
- niezależność,
- determinacja,
- określenie,
- pewność siebie,
- wiara w swoje możliwości,
- innowacja,
- gotowość do podejmowania ryzyka,
- dążenie do celu,
- inicjatywa,
- nie poddawanie się,
- gotowość do osiągnięcia pozytywnych rezultatów,
- zdolność do motywowania,
- zdolność do kierowania i przewodzenia innym,
- gotowość do pomocy;
- umiejętność otwartej komunikacji,
- umiejętność wpływania na innych,
- wizja,
- umiejętność uczenia się na podstawie doświadczeń i porażek,
- gotowość do ostrej rywalizacji,
- pragnienie bycia lepszym i bardziej efektywnym niż konkurencja,
- gotowość i zdolność do ciągłego uczenia się,

Projekt LT-PL-4R-289 „*Mosty biznesowe: odważ się zrobić pierwszy krok*”, finansowany przez Program Współpracy INTERREG V-A Litwa-Polska.

- umiejętność korzystania z doświadczeń innych osób,
- umiejętności organizacyjne,
- zdolność do współpracy,
- zrozumienie, że sukces innych przynosi sukces Tobie.

Temat: CZY JESTEM PRZEDSIĘBIORCZY?

- Zadania:**
1. Zachęcanie młodych ludzi do lepszego poznania siebie.
 2. Pomoc młodym ludziom w określeniu cech, które są ważne w biznesie.
 3. Zachęcanie do dyskusji na temat cech, które powinien posiadać przedsiębiorca odnoszący sukcesy.

Metody: test samooceny, praca w grupach, dyskusja, prezentacja.

Potrzebne środki: komputery lub telefony do testu, komputer dla wykładowcy, projektor, tablica konferencyjna z papierem, materiały piśmiennicze (flamastry, markery), karteczki samoprzylepne, długopisy.

Czas: 1 godzina akademicka (45 min.)

Treść	Metoda	Środki	Czas
1. Test „Rekin biznesu”. Omówienie wyników.	Wykonanie testu indywidualnie.	Komputery, telefony, karteczki samoprzylepne, długopisy.	20 min.
2. Identyfikowanie cech przedsiębiorcy.	Praca w grupach.	Karteczki samoprzylepne, duży arkusz tablicy konferencyjnej z gotowym szablonem.	15 min.
3. Idealny portret przedsiębiorcy.	Prezentacja i omówienie pracy w grupach.		10 min.

1. Test „Rekin biznesu”.

<http://www.euroguidance.lt/karjeros-planavimas/renkuosi-karjeros-kelia/testai/testas-verslo-rykllys>

<http://www.euroguidance.lt/en/career-guidance/career-management-tools/tests>

2. Omówienie wyników testu

- Uczestnicy wykonują test i odczytują jego wyniki.
- Na karteczkach samoprzylepnych wypisują cechy, które posiadają, a które są niezbędne dla przedsiębiorców.
- Każda osoba czyta swoje karteczki na głos bez dodatkowych komentarzy.

3. Zestawienie cech idealnego przedsiębiorcy.

- Uczestnicy zostają podzieleni na 4-5 grup (losują 4-5 rodzajów kolorowych karteczek).
- Do pracy w grupach zabierają swoje arkusze testowe, na których wypisali wszystkie swoje cechy jako przedsiębiorcy.
- Każdy członek grupy przykleja swoje arkusze na dużym arkuszu na tablicy konferencyjnej grupy, grupując je w kategorie: cechy osobiste, wartości, cechy pracy zespołowej, cechy przywódcze. Arkusz konferencyjny może być przygotowany zgodnie z podanym przykładem.
- Członkowie grupy podejmują decyzję w drodze dyskusji między sobą i pozostawiają tylko 3 najważniejsze cechy w każdej kategorii.



Jestem przedsiębiorczy	
Cechy osobowe	Cechy lidera

Cechy niezbędne do pracy w zespole	Wartości
------------------------------------	----------

4. Podczas prezentacji pracy grupowej, uczestnicy są proszeni o wypowiedzenie się na temat najważniejszych cech, które pozostawili i dlaczego.

Aš- verslus!

Jestem przedsiębiorczy	
Cechy osobowe Cechy niezbędne do pracy w zespole	Cechy lidera Wartości

Temat: BYĆ ZMOTYWOWANYM - PROSTE?

- Zadania:**
1. Omówienie znaczenia motywacji i samomotywacji.
 2. Doskonalenie motywacji i samomotywacji.
 3. Rozwijanie świadomości własnej osobowości i jej potencjału rozwojowego.
 4. Omówienie działań i zachęcenie do przekazywania informacji zwrotnych.

Metody: praca indywidualna, wykład, refleksja, zadania analityczne.

Czas: 2 godziny akademickie (90 min.)

Treść	Metoda	Środki	Czas
1. Motywacja. Samomotywacja.	Wykład.	Slajdy.	10 min.
2. Co motywuje i co demotywuje ludzi?	Projekcja grupowa, dyskusja, prezentacja.	Gotowy szablon tabeli.	35 min.
3. „Mapa celów“.	Indywidualne twórcze zadanie analityczne.	Flamastry, ołówki, format papieru A3.	35 min.
4. Omówienie wykonanych zadań.	Refleksja.		10 min.

1. Wykład lektora.

Wykładowca prezentuje część teoretyczną na slajdach wykładu.

2. Uczestnicy są podzieleni na zespoły 3-4 osobowe.

Każdej drużynie przydzielone są 2 filmy. Przydzielanie odbywa się w taki sposób, aby co najmniej dwa zespoły oglądały ten sam film.

https://www.youtube.com/watch?v=_HENohs6yYw

<https://www.youtube.com/watch?v=GghmPtItGA4>

<https://www.youtube.com/watch?v=jfqj7Qs-9Is>

<https://www.youtube.com/watch?v=A6PWu3EH7Xw>

Po obejrzeniu filmów uczestnicy dyskutują i uzupełniają tabelę:

Co motywuje człowieka?	Co zmniejsza motywację u ludzi?

Każdy zespół przedstawia przez siebie wykonane zadanie.

3. Kreatywne ćwiczenie analityczne „Mapa celów“.

- Każdy uczestnik otrzymuje przygotowany arkusz z tablicy konferencyjnej (jeden arkusz należy przeciąć na pół - dla 2 uczestników).
- Każdy uczestnik rysuje siebie na środku karty.
- Na środku arkusza uczestnicy proszeni są o narysowanie „promieni”, na końcu których zapisują swoje cele i marzenia - to, co chcieliby osiągnąć w swoim życiu (może to dotyczyć wszystkich dziedzin). Każdy może narysować tyle promieni, ile chce.
- Po zapisaniu wszystkich celów, do każdego z nich uczestnicy dopisują to, co może im przeszkodzić w osiągnięciu celu, a obok to, co najbardziej zmotywowałoby ich do osiągnięcia tego celu. Czynniki motywujące są ponumerowane od najważniejszego do najmniej ważnego (1 - najważniejszy, 5 - najmniej ważny).

4. Omówienie wykonanych zadań

1. Chętnych uczestników zapraszamy do zaprezentowania swoich map celów i marzeń.
2. Co było łatwe, a co trudne w dzisiejszych zadaniach?
3. Jak myślisz, co jest najczęstszą przeszkodą dla ludzi w osiągnięciu ich celów i marzeń, a co w tym pomaga?
4. W jednym zdaniu, co wynosisz z dzisiejszych zajęć?



MAPA MARZEŃ RODZINY

Temat: CZY KREATYWNOŚĆ JEST DROGĄ DO INNOWACJI?

- Zadania:**
1. Wprowadzenie pojęcia kreatywności.
 2. Rozwijanie kreatywności poprzez zachęcanie do twórczego podejścia do zadań.
 3. Omówienie działań i zachęcenie do wyrażenia opinii.

Metody: prezentacja tematu w formie prezentacji, praca zespołowa, prezentacje, improwizacja, praca twórcza, praca indywidualna.

Potrzebne środki: telefony, komputery, projektor, tablica konferencyjna z papierem, materiały piśmiennicze (markery, flamastry), kolorowe kartki samoprzylepne, pojemnik na kartki (pojemnik/torba/czapka).

Sposoby podziału na grupy: wyciągnij kolorowe karteczki z przygotowanego pojemnika. Ten sam kolor - ta sama drużyna.

Czas: 3 godziny akademickie (135 min.)

Treść	Metoda	Środki	Czas
1. Czym jest kreatywność?	Wykładanie.	Slajdy.	10 min.
2. Test kreatywności.	Improwizacja.	Gotowy szablon dla zadania.	20 min.
3. Przedstawienie prac indywidualnych.	Praca indywidualna.		15 min.
4. Portret osoby kreatywnej.	Praca indywidualna i grupowa.	Gotowy szablon.	
5. Zadanie kreatywne.	Praca w grupach.	Telefony - aplikacja	45 min.
	Prezentacje. Konkurs. Omówienie.	Caricature z Google Apps. Komputery (1 na drużynę).	35 min.
6. Omówienie i refleksja.	Metoda „Cichej podłogi”	4 arkusze tablicy konferencyjnej. Przybory do pisania.	10 min.

1. Czym jest kreatywność?

Wykładowca prezentuje część teoretyczną na slajdach wykładu.

2. Test kreatywności

Każdy uczestnik otrzymuje wydrukowany suplement zawierający karty do Testu Kreatywności Ellisa Paula Torrance'a.

Uczestnicy otrzymują zadanie: używając różnych narzędzi do rysowania, dokończyć rysowanie każdej figury.

3. Przedstawienie prac indywidualnych

Uczestników zapraszamy do zaprezentowania swoich prac, zachęcamy do opowiedzenia, z czym kojarzy się każda z postaci i co narysowali. (Obserwatorzy nie wypowiadają się na temat prac).

4. Człowiek kreatywny

- W pierwszej fazie zadanie realizowane jest indywidualnie.
- Po jego wypełnieniu uczestnicy dzieleni są na grupy 3-4 osobowe.
- Każda grupa dyskutuje i „maluje” obraz swojej kreatywnej osoby: wybiera po jednej kartce z każdej kategorii i przedstawia uzasadnienie swojej decyzji.
- W trakcie dyskusji prowadzący podsumowuje wyniki i dochodzi do wniosku, że portret osoby kreatywnej zależy tylko od naszych cech osobowych. Najczęściej kojarzymy pewne cechy i wygląd zewnętrzny z osobą, którą znamy lub wymarzoną bohaterem kreatywności, którym możemy być my sami.

Kūrybingas žmogus
Įsivaizduokite kūrybingą žmogų

Atlikdami užduotį visuomet galvokite tik apie TĄ žmogų :)

1. Koks galėtų būti jo(jos) vardas? [] [] []
Galiau mėginamasis. Ką žmogus žina?

2. Kuo toje šalisčia šis kūrybingas žmogus? [] [] []

3. Koks yra šio žmogaus pažintis / supertį pasaulį? [] [] []

4. Kokias savybes turi šis kūrybingas žmogus? [] [] []

5. Koks šio žmogaus pagrindinis gyvenimo tikslas? [] [] []

Człowiek kreatywny
Wyobraź sobie kreatywnego człowieka

Wykonując zadanie cały czas myśl o TEJ osobie

Jak może mieć na imię?

Jaką ulubioną tezę ma dana osoba?

Czym wyróżnia się z zewnątrz osoba kreatywna?

Jaki ma pogląd na otaczający ją świat?

Jakie cechy osobowe posiada taka osoba?

Jaki główny cel w życiu ma ta osoba?

4. Zadanie kreatywne „Produkcja reklamy“.

- Uczestnicy są podzieleni na grupy 4-5 osobowe.
- Ogłoszenie zadania: jesteście przedsiębiorcami, sprzedajecie długopisy. Przygotuj plakat reklamowy, w stylu komiksu, promujący Twoje długopisy.
- Członkowie zespołu pobierają aplikację CARICATURE z Google Apps na swoje telefony komórkowe, za pomocą której mogą robić sobie różne zabawne zdjęcia w stylu komiksowym.
- Zespoły wymyślają historię do komiksu: postacie (max. 3); historia, która się wydarzyła, jak ich produkt „odegrał” kluczową rolę w tej historii oraz morał z tej historii.
- Całą historię ujęli w jednym slajdzie:



- Historia jest przedstawiana publiczności.
- Można zrobić konkurs - każda osoba oddaje jeden głos na swoją ulubioną reklamę.
- Możemy omówić i przedyskutować, co sprawiło, że ten komiks okazał się sukcesem - jakie są kryteria sukcesu (praca zespołowa, czynnik zaskoczenia, dobre poczucie humoru itp.)

Może być przedstawiony przykład:



5. Metoda cichej podłogi.

- 4 duże arkusze tablicy konferencyjnej są ułożone na podłodze.
- Cała grupa uczestników zostaje podzielona na 4 grupy.
- Każdy ma długopis (najlepiej marker).
- Jedna grupa (4-5 dzieci) jest ustawiona wokół każdego arkusza.
- Najważniejszą zasadą jest to, że podczas zajęć nie można wydawać żadnych dźwięków.
- Grupy zmieniają się miejscami (przechodzą zgodnie z ruchem wskazówek zegara do następnej planszy) po klaśnięciu w dłoń przez lektora (co 2 minuty).
- Uczestnicy mają za zadanie zapisać swoje odpowiedzi na każdej z kartek.
- Plansza pierwsza: „CO BYŁO TWOIM NAJLEPSZYM POMYSŁEM W CAŁYM ŻYCIU?”

- Plansza druga: „JAKIE SĄ TWOJE CECHY, KTÓRE DOWODZĄ, ŻE JESTEŚ OSOBĄ KREATYWNĄ?”.
- Plansza trzecia: „KREATYWNYM STAJE SIĘ NAJCZĘŚCIEJ, GDY...”.
- Plansza czwarta: „NAUKA. SER. ŚMIECH - O CZYM TO JEST?”

Po wykonaniu zadania w ciszy, kartki zostają zawieszane na tablicy, a odpowiedzi odczytane na głos. Ogólne wnioski są takie, że wszyscy mamy dobre pomysły, że wszyscy mamy cechy, które należą do ludzi kreatywnych, i że wszyscy możemy znaleźć miejsce, w którym kreatywność „uderza w nas”

Ostatnie ćwiczenie ma na celu pokazanie, jak różnie wszyscy rozumiemy tę samą kombinację trzech słów i jak wielki potencjał drzemie w każdym z nas. A jakie piękne pomysły zrodziłyby się z dalszego rozwijania i drążenia odpowiedzi na ostatnie ćwiczenie: gdybyś zapytał - i dlaczego tak myślisz?

Możesz poprosić uczestników o refleksję, podzielenie się wrażeniami na temat znaczenia i przydatności tematu, czego się nauczyli, które zadanie podobało im się najbardziej, co można by poprawić.

ZAŁĄCZNIKI

Kūrybingas žmogus

Įsivaizduokite kūrybingą žmogų

Atlikdami užduotį visuomet galvokite tik apie TĄ žmogų :)

NAME: Koks galėtų būti jo(s) vardas? [] [] []

PORTREITAS: Kuo išore išsiskiria šis kūrybingas žmogus? [] [] []

GENERAL DESCRIPTION: Kokias savybes turi šis kūrybingas žmogus? [] [] []

ATTITUDES: Koks yra šio žmogaus požiūris į jį supantį pasaulį? [] [] []

GOALS: Koks šio žmogaus pagrindinis gyvenimo tikslas? [] [] []

Kokia mėgstamiausia šio žmogaus frazė? [] [] []

Innovating for People | Activity Templates | Persona Profile
LUMA-IFP-AT-PP-1 Learn more: www.luma-institute.com © LUMA Institute, LLC and its partners

Człowiek kreatywny

Wyobraź sobie kreatywnego człowieka

Wykonując zadanie cały czas myśl o TEJ osobie

Jak może mieć na imię?

Jaką ulubioną tezę ma dana osoba?

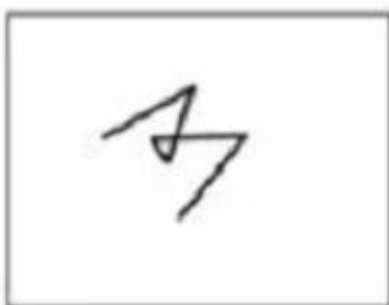
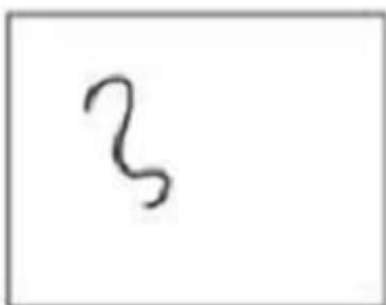
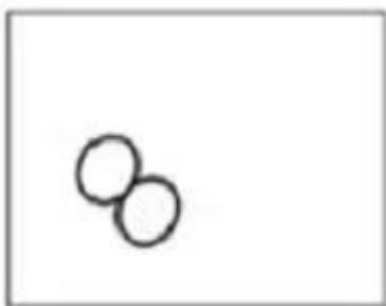
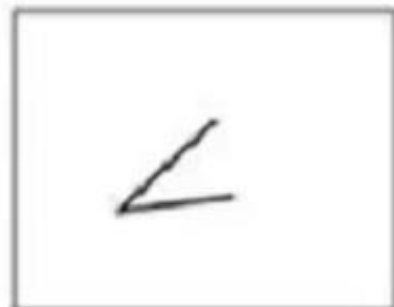
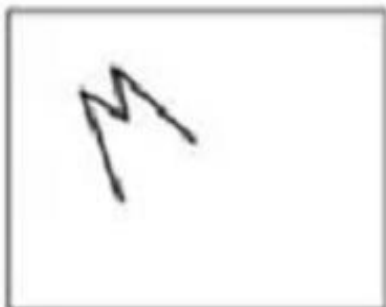
Czym wyróżnia się z zewnątrz osoba kreatywna?

Jaki ma pogląd na otaczający ją świat?

Jakie cechy osobowe posiada taka osoba?

Jaki główny cel w życiu ma ta osoba?

Ellis Paul Torrance Karty Testów Kreatywności



Temat: PRACA ZESPOŁOWA - SPEŁNIENIE MARZEŃ?

- Zadania:**
1. Przedstawienie koncepcji i podstawowej cechy pracy zespołowej.
 2. Określenie uwarunkowania efektywnej i nieefektywnej pracy zespołowej.
 3. Ocena znaczenia pracy zespołowej w zadaniu twórczym, określenie mocnej strony i obszaru do poprawy.

Metody: prezentacja tematu, oglądanie i analiza filmów wideo, dyskusje, twórcza praca w grupach, ocena pracy, refleksja.

Potrzebne środki: karty na tablicę konferencyjną, długopisy, projektor, głośniki audio, komputer, telefony, słomki do napojów, ziemniaki.

Sposoby dzielenia na grupy: W przypadku pracy zespołowej mogą wybrać, z kim najbardziej chcieliby pracować (wykładowca musi zadbać o to, aby nie było odrzuconych członków zespołu).

Czas: 2 godziny akademickie (90 min.)

Treść	Metoda	Środki	Czas
1. Przedstawienie tematu.	Wykład.	Slajdy.	10 min.
2. Określenie cech pracy zespołowej.	Wyświetlanie teledysków wideo. Dyskusja w grupie. Prezentacja.	Tablice konferencyjne, kartki, długopisy, projektor, głośniki audio, komputer, telefony.	35 min.
3. Smok.	Twórcze zadanie w zespole. Prezentacja pracy grupowej.		15 min.
4. Pole ziemniaków.	Zadanie strategiczne w zespołach.	10 ziemniaków, 30 słomek do napojów	25 min.
5. Omówienie	Udzielenie informacji zwrotnej.	Projektor, karteczki samoprzylepne, tablica konferencyjna. Markery, długopisy.	5 min.

1. Prac zespołowa.

Wykładowca prezentuje część teoretyczną na slajdach wykładu.

2. Określenie cech pracy zespołowej.

- Uczestnicy projektu wspólnie odtwarzają teledyski z Youtube na temat „Good and Bad Teamwork”

https://www.youtube.com/watch?v=fUXdrI9ch_Q

https://www.youtube.com/watch?v=hf3C5rci_z4

<https://www.youtube.com/watch?v=RuQjYzP9PMo>

<https://www.youtube.com/watch?v=WqMI3m6Q5PY>

<https://www.youtube.com/watch?v=WHw31LE8NZU>

- Uczestnicy są dzieleni na grupy 4-5 osobowe (w zależności od wielkości grupy).
- Każdej grupie przydzielane są 2 filmy do obejrzenia według uznania wykładowcy.
- Po obejrzeniu filmów, zespoły dyskutują bez wypełniania tabeli:

ZESPÓŁ:	
CECHY EFEKTYWNEJ PRACY ZESPOŁOWEJ	CECHY NIEEFEKTYWNEJ PRACY ZESPOŁOWEJ

- Zespoły prezentują wypełnione tabele pozostałym zespołom.
- Lektor podsumowuje, czego należy unikać w zespole, aby pracować efektywnie, wykorzystując spostrzeżenia uczestników projektu i poniższą tabelę.

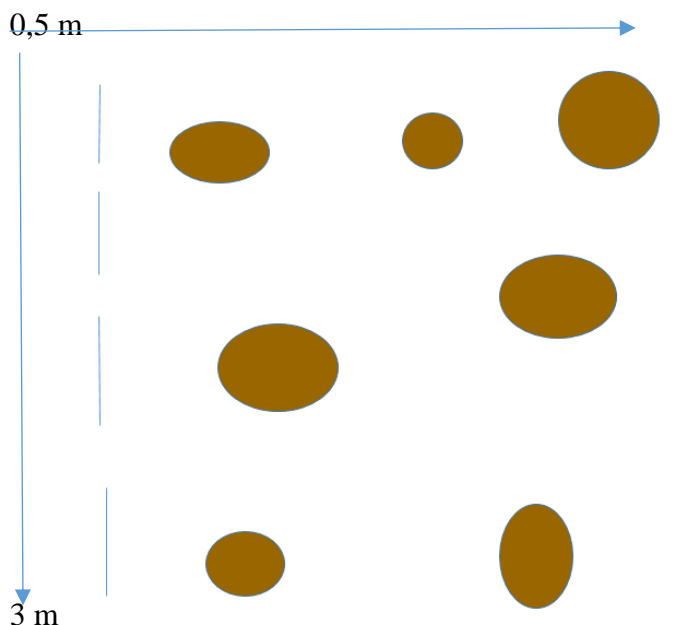
NIEEFEKTYWNA PRACA W GRUPIE	EFEKTYWNA PRACA ZESPOŁOWA
Jest jeden wyraźny lider, który jest odpowiedzialny za wyniki całej grupy.	Przywództwo i odpowiedzialność za wyniki jest dzielona pomiędzy wszystkich członków zespołu.
Cele te są zgodne z ogólnymi celami organizacji, nie wykluczają się.	Ma wyraziste, jednoczące zespół cele.
Zwycięstwa są wynikiem indywidualnej pracy.	Zwycięstwa = wyniki indywidualne + wyniki zespołu.
Kluczem jest indywidualna odpowiedzialność.	Odpowiedzialność indywidualna i zespołowa jest kluczowa.
Praca indywidualna jest doceniana i nagradzana.	Praca zespołowa i indywidualny wysiłek włożony w wykonanie zadania zespołowego są doceniane i nagradzane.
Spotkania grupowe są długie i zazwyczaj bezproduktywne.	Spotkania zespołu przechodzą od razu do rzeczy, do rozwiązywania problemów.
Po spotkaniach ustalane jest, kto będzie wykonywał daną pracę.	Każdy w zespole przyjmuje rolę i wykonuje zadanie zgodnie ze swoimi zainteresowaniami i możliwościami.
Grupa przestrzega norm społecznych i praw, których nie przestrzega się dlatego, że się chce, ale dlatego, że się musi.	Zespół ma swój wewnętrzny kodeks (niepisane zasady postępowania).

3. Smok.

- Uczestnicy są podzieleni na 5-osobowe zespoły. Ważne jest, aby każdy zespół miał taką samą liczbę członków.
- Zadanie: uformuj z członków drużyny smoka, który będzie stał jako jedno zwierzę przez 30 sekund.
- Podczas formowania smoka ważne jest, aby każdy członek drużyny mógł dotknąć ziemi tylko 1 stopą lub 1 ręką.
- Drużyny mają czas na przygotowanie się. Kiedy zespoły będą gotowe, utwórzcie smoka, który musi pozostać w pozycji stojącej przez 30 sekund.

4. Pole konkurentów.

Lektor przygotowuje pole ziemniaczane. Słomki są ułożone po bokach tak, aby utworzyć tor o szerokości 0,5 m i długości 3 m. Ziemniaki są umieszczane na środku ścieżki.



Uczestnicy są podzieleni na 3-osobowe zespoły.

Zadanie pierwsze: Jeden uczestnik z każdej drużyny ma zawiązane oczy i musi przejść przez pole ziemniaków nie widząc i nie nadeptując na żaden ziemniak. Pozostali członkowie zespołu nie mogą mu pomóc. Jeden uczestnik z każdej drużyny musi wykonać zadanie.

Drugie zadanie: zawiązać oczy innemu uczestnikowi zespołu. Musi również przejść przez pole ziemniaków. Członkowie zespołu mogą mu pomóc jedynie poprzez rozmowę z nim - tj. poprzez mówienie mu, jakie czynności ma wykonać (zatrzymać się, pójść w prawo, pójść w lewo, itd.). Wszystkie drużyny wykonują zadanie.

Zadanie trzecie: Trzeci członek zespołu ma zawiązane oczy. Obaj członkowie zespołu mogą pomóc uczestnikowi w dowolny sposób, ale nie mogą dotykać słomki ani ziemniaka. (Zespół musi wymyślić strategię przed wykonaniem zadania).

W trzecim zadaniu liczony jest czas. Wygrywa drużyna, która spędzi najmniej czasu na torze przeszkód.

Po zajęciach omawiane jest wykonanie zadań - komu potrzebny jest zespół? Kiedy to najbardziej pomogło? Jak się czułeś po wykonaniu zadania? Czego najbardziej brakowało?

5. Refleksja.

Uczestnicy proszeni są o zapisanie na karteczkach samoprzylepnych tego, co wyniosą z dzisiejszych zajęć i przeczytanie tego. Slajdy są następnie sklepane na wspólnym arkuszu tablicy konferencyjnej. Możliwa jest dyskusja (jeśli jest dodatkowy czas).

Temat: CZYM JEST PRAWDZIWE PRZYWÓDZTWO?

- Zadania:**
1. Pomoc uczestnikom w zrozumieniu, czym dla nich osobiście jest przywództwo;
 2. Określenie dla siebie najważniejszych cech lidera;
 3. Wyjaśnienie i wzmocnienie cech osobistych oraz możliwość ich bardziej celowego wykorzystania w komunikacji z różnymi osobowościami.

Metody: prezentacja tematu, oglądanie i analiza teledysków, dyskusja, ćwiczenie kreatywnego odgrywania ról, refleksja.

Potrzebne środki: kartki na tablicę konferencyjną, długopisy, projektor, głośniki audio, komputer, telefony.

Czas: 2 godziny akademickie (90 min.)

Treść	Metoda	Środki	Czas
1. Przywództwo.	Wykład.	Komputer, projektor, slajdy.	15 min.
2. Cechy i zachowanie lidera.	Analiza i prezentacja materiału wideo.	Komputer, projektor, telefony, długopisy.	20 min.
3. Refleksja.	Omówienie.	Karteczki samoprzylepne, tablica konferencyjna, długopisy.	10 min.
4. Przywództwo w zespole.	Gra w role.	Karty, projektor, komputer.	30 min.
5. Refleksja.	Analiza i omówienie.		15 min.

1. Przywództwo.

Wykładowca prezentuje część teoretyczną na slajdach wykładu.

2. Przejawy przywództwa.

- Wszyscy uczestnicy oglądają filmy:

<https://www.youtube.com/watch?v=T5PmwcBnXJo>

Ten film podkreśla cechy, które musi posiadać lider, aby być liderem: Umiejętność delegowania zadań; dobre poczucie humoru, zdolność do inspirowania innych; dobre i konstruktywne

umiejętności komunikacyjne; wspieranie członków swojego zespołu; kreatywne myślenie, które wykracza poza wszelkie ograniczenia; umiejętność przekształcania wizji, marzeń w rzeczywistość (przewidywanie konkretnych kroków); wykazywanie się pasją i bycie przykładem dla innych; wiara w cele, misję i ich urzeczywistnianie; umiejętność bycia elastycznym w różnych okolicznościach. Ceną doskonałości jest dyscyplina, ceną przeciętności jest frustracja (opuszczone ręce).

<https://www.youtube.com/watch?v=07d2dXHYb94&list=PLfolpkAKgPtOahAvFPfdr4Wf0EV>

BkIxvH

W tym filmie nacisk kładzie się na pragnienia, na posiadanie marzeń, na umiejętność zastosowania swojej wiedzy w krytycznych momentach. Podkreślenie znaczenia wsparcia. I że jeśli nie jesteś uznawany i doceniany tam, gdzie chcesz być doceniany, nie oznacza to, że jesteś bezwartościowy. Ważne jest również bycie liderem w życiu codziennym - pomaganie, współczucie, itp.

▪ Po projekcji uczestnicy zostają podzieleni na grupy 3-4 osobowe (w zależności od wielkości grupy). Zadanie polega na ponownym obejrzeniu filmów (zespoły mogą to zrobić na swoich telefonach komórkowych), zatrzymaniu filmu w razie potrzeby, omówieniu i kontynuowaniu oglądania oraz wypełnieniu tabeli:

ZESPÓŁ:	
Jakie cechy powinien posiadać lider?	Jakie zachowania świadczą o liderze?

▪ Każdy zespół określa na głos, jakie cechy musi posiadać lider i jakie zachowania świadczą o tym, że dana osoba jest liderem?

▪ Prowadzący wypełnia tabelę na tablicy konferencyjnej odpowiedziami zespołów (bez dublowania odpowiedzi).

3. Refleksja

Uczestnicy są pytani: czego nowego dowiedziałeś się dziś o przywództwie? Uczestnicy mogą zapisać swoją odpowiedź na karteczkach samoprzylepnych, odczytać ją na głos bez dodatkowych komentarzy i przykleić na wspólnym dużym arkuszu na tablicy konferencyjnej.

4. Gra w role.

▪ Uczestnicy są podzieleni na 3-4 zespoły, tak aby każdy zespół miał taką samą liczbę członków. Liczba osób w zespole powinna wynosić 5-6. Zespół wybiera jednego członka, który będzie liderem zespołu.

▪ Uczestnicy najpierw uczą się, jak reagować na polecenia i ćwiczenia prowadzącego. Zespół zatrzymuje się jeden za drugim w szeregu. Kładą sobie ręce na ramionach. Drużyna będzie musiała wykonać zadanie w ciszy. Lider może kontrolować kierunek ruchu zespołu za pomocą ruchów:

Stukanie w prawe ramię - skręt w prawo;

Stukanie w lewe ramię, poruszanie się w lewo.

Prawa stopa dotyka nogi drugiej osoby na wysokości golenia (podudzia) - stop;

Lewa stopa dotyka nogi drugiej osoby - szukajcie wiaderka.

▪ Zadanie: Zespoły z zawiązanymi oczami, prowadzone przez lidera (który nie ma zawiązanego oczu), mają za zadanie jak najszybciej wyjąć przedmiot (np. piłkę tenisową) i wrzucić go do wyznaczonego pojemnika (najlepiej wiaderka).

▪ Członkowie zespołu ustawiają się jeden za drugim w kolejce. Wszyscy członkowie zespołu mają zawiązane oczy, oprócz lidera. Lider jest ostatnim, który stoi. Członkowie zespołu kładą sobie ręce na ramionach. Nie wolno rozmawiać, lider, widząc cel, może jedynie zasygnalizować członkowi drużyny, jaką czynność ma wykonać, ten przekazuje ją drugiemu i tak dalej, aż sygnał dotrze do pierwszego członka stojącego w rzędzie, który wykonuje czynność. Ruchy muszą być przekazywane tak szybko, jak to możliwe, aby lider zespołu mógł zareagować na czas.

▪ Gra jest powtarzana, aż wszyscy członkowie zespołu będą mieli okazję być liderami, prowadzącymi zespoły do celu.

▪ Pierwsza drużyna, która umieści piłkę w wiaderku, wygrywa za każdym razem.

▪ Na samym końcu wszyscy uczestnicy mogą zostać połączeni w jeden zespół i wykonać zadanie.

▪ Jak grać w grę można zobaczyć tutaj: https://www.youtube.com/watch?v=93yqu-1Zb10&list=PLL5aU2m8AKju_BX4qXrgH0IJbWPo-Ywt-

5. Refleksja

Podczas refleksji uczestnicy dzielą się tym, co było łatwe, a co trudne.

Uczestnikom zadano pytanie: Jak się czułeś na stanowisku lidera? Jakie to było uczucie być tym, który prowadzi zespół? Jakie zadania miał każdy z członków zespołu? Które stanowisko wiąże się z największą odpowiedzialnością?

Dyskusja trwa tak długo, aż wszyscy uczestnicy się wypowiedzą.

ZAŁĄCZNIKI

ZESPÓŁ:	
Jakie cechy powinien posiadać lider?	Jakie zachowania świadczą o tym, że dana osoba jest liderem?

3. Omówienie działań i zachęcenie do przekazywania informacji zwrotnych.

Metody: przedstawienie tematu w formie prezentacji, praca indywidualna, negocjacje, informacja zwrotna.

Potrzebne środki: komputer, projektor, tablica konferencyjna z papierem, materiały piśmiennicze (markery, flamastry), konspekty.

Czas: 2 godziny akademickie (90 min.)

Treść	Metoda	Środki	Czas
1. Obejrzenie i omówienie filmu.	Samoocena. Dyskusja.	Projektor, komputer, materiały dla uczestników, długopisy.	20 min.
2. Aspekty planowania czasu.	Prezentacja.	Slajdy, komputer, projektor.	10 min.
3. Omówienie i refleksja.	Dyskusja.		15 min.
4. Zadanie indywidualne „Zarządzanie czasem”.	Indywidualne ćwiczenie planowania czasu.	Materiały dla każdego uczestnika, długopisy.	20 min.
5. Zadanie grupowe związane z zarządzaniem czasem.	Praca w grupach.	Szablon z zadaniami.	20 min.
6. Refleksja.	Podsumowanie.		5 min.

1. Obejrzenie i omówienie filmu.

Plansza z wydrukowaną tabelą jest rozdawana uczestnikom przed projekcją filmu. Uczestnicy proszeni są o wypełnienie pierwszej części tabeli „*Jak zachowuję się normalnie*”. Wymień najważniejsze dla siebie czynności i wypisz, na co poświęcasz najwięcej i najmniej czasu, w kolejności malejącej.

	Przed obejrzeniem filmu: <i>Jak zachowuję się normalnie</i>	Po obejrzeniu filmu: <i>Jak chciałbym rozdysponować swój czas</i>
Spędzam większość czasu:		Kamienie:
Mniej czasu:		Małe kamyczki:
Poświęcam mniej swojego czasu:		Piasek:

Najmniej mojego czasu przeznaczam:		Woda:
------------------------------------	--	-------

Odtwarzany jest film dla uczestników: https://www.youtube.com/watch?v=F5JI_6nsgaM

Po zakończeniu projekcji, każdy z uczestników proszony jest o wypełnienie drugiej części tabeli „Jak chciałbym podzielić swój czas”, zgodnie z tą samą logiką - od największego wykorzystania czasu do najmniejszego.

Dla wykładowcy: głównym przesłaniem filmu na Youtube jest to, że powinniśmy zacząć planować swój czas od rzeczy najważniejszych, a rzeczy najmniej ważne zostawić na koniec. Tylko wtedy, gdy najważniejsze sprawy są załatwione, możemy zająć się sprawami mniej ważnymi. Planując swój czas i plan dnia, najważniejszą rzeczą jest spisanie wszystkich działań w kolejności priorytetów, zaczynając od najważniejszych.

Wielkie skały to najważniejsze rzeczy, które pozwolą Ci osiągnąć Twoje cele;

Kamyczki - mniej ważne;

Piasek - jeszcze mniej ważny;

Woda - najmniej ważne rzeczy, które lubisz robić, ale nie pomagają Ci w osiągnięciu Twoich celów.

2. Najważniejsze aspekty planowania czasu

Wykładowca prezentuje część teoretyczną na slajdach wykładu.

3. Omówienie i refleksja

Wszyscy uczestnicy proszeni są o wzięcie wypełnionej tabeli i przyjrzenie się jej, a wykładowca zadaje pytania:

1. Na co poświęcasz najwięcej i najmniej czasu?
2. Co zmieniło się w Twojej tabeli po obejrzeniu tego filmu?
3. Jak myślisz, co musisz zrobić, aby zmiana, której pragniesz, stała się rzeczywistością?

4. Zadanie indywidualne „Planowanie czasu“

- Uczestnicy proszeni są o wypisanie 20 zadań, które mają (załączniki) lub powinni wykonać w ciągu najbliższego miesiąca.
- Uczestnicy otrzymują 1 kartkę papieru z wydrukowaną tabelą czasu Eisenhowera.
- Uczestnicy proszeni są o wpisanie tych zadań do podanej tabeli, rozdzielając je zgodnie z metodologią Eisenhowera.

Po zakończeniu ćwiczenia, uczestnicy proszeni są o podzielenie się swoimi uwagami poprzez zadawanie pytań:

1. Jakie prace należy wykonać w pierwszej kolejności i dlaczego?
2. Dlaczego tak się dzieje, że czasami nasza praca nie jest wykonywana na czas? Jakie są tego powody?
3. Co się dzieje, gdy człowiek nie dotrzymuje obietnic złożonych sobie lub innym?

5. Zadanie grupowe związane z zarządzaniem czasem.

Uczestnicy zostają podzieleni na zespoły 3-4 osobowe (ważne jest, aby w każdym zespole była taka sama liczba uczestników).

Zadanie: w ciągu 10 minut zespoły muszą wykonać zadania zgodnie z podaną listą (patrz załączniki). Drużyna z największą liczbą punktów wygrywa. Zespoły mają 5 minut na zapoznanie się z zadaniami do wykonania. (Ponieważ nie jest możliwe wykonanie wszystkich zadań w ciągu 10 minut, zespoły muszą myśleć strategicznie, dzielić się pracą, itp.) Wykładowca jednak nie mówi tego drużynom.)

Godzina rozpoczęcia jest ogłoszona. Po dokładnie 10 minutach drużyny zatrzymują się.

Zadania są sprawdzane, a punkty podliczane. Zostaje ogłoszona zwycięska drużyna.

6. Refleksja.

Zwycięska drużyna proszona jest o podzielenie się tym, co sprawiło, że odnieśli sukces w tym wyzwaniu? Jaką strategię wymyślili? Pozostałe zespoły proszone są o podzielenie się tym, co zrobiłyby inaczej następnym razem i co przeszkodziło im w wykonaniu zadania jako pierwszym.

Na koniec refleksji uczestnicy określają w jednym zdaniu, co „wynieśli” z tego wykładu.

ZAŁĄCZNIKI

Tabela priorytetów

	Przed obejrzeniem filmu: <i><u>Jak zachowuję się normalnie</u></i>	Po obejrzeniu filmu: <i><u>Jak chciałbym rozdysponować swój czas</u></i>
Spędzam większość czasu:		Kamienie:
Mniej czasu poświęcam:		Małe kamienie:
Poświęcam najmniej swojego czasu:		Piasek:
Najmniej czasu poświęcam:		Woda:

Tabela planowania czasu według Eisenhowera.

	PILNE	NIEPILNE
PILNE	1. 2. 3. 4. 5.	1. 2. 3. 4. 5.
NIEWAŻNE	1. 2. 3. 4. 5.	1. 2. 3. 4. 5.

TWÓJ ZESPÓŁ MUSI WYKONAĆ:

1) Narysować i pokolorować pieska (20 pkt.);

2) wykonać zadania (10 pkt.)

$$759 + 4 \cdot 17 - 49 / 7 =$$

$$56 \cdot 4 - 12 \cdot 2 / 3 =$$

$$67 \cdot 56 - 17 \cdot 17 + 43 \cdot 16 =$$

3) Przynieść i położyć na stole 5 kamyków (20 pkt.);

4) Poprosić 5 osób o napisanie swojego imienia na białej kartce papieru (15 pkt.);

5) Wymyślić motto dla swojej drużyny (5 pkt.);

6) Zrobić sobie 5 zdjęć z drużyną (10 pkt.);

7) Wykonać 10 przysiadów jako drużyna (10 pkt.);

8) Napisać na kartce papieru imiona wszystkich osób znajdujących się w sali (1 punkt za każde imię);

9) Napisać nazwiska sławnych ludzi na 10 karteczkach samoprzylepnych (20 pkt.);

10) Narysować 10 twarzy emoji na różnych karteczkach samoprzylepnych (15 pkt.);

SYTUACJE, KTÓRE TRZEBA POMÓC ROZWIĄZAĆ

1. Jonas obiecał pomóc swojej babci założyć konto e-mail 2 tygodnie temu, ale nie zrobił tego. Dzisiaj też nie może iść, bo mama poprosiła go o posprzątanie pokoju. Do tego dochodzi dużo zadań domowych - matematyka na jutro, angielski na pojutrze i chemia na przyszły tydzień. W przyszłym tygodniu jest sprawdzian z fizyki i do niego też musi się przygotować. Mój kuzyn zadzwonił wczoraj i zaprosił mnie na popołudniowe wędkowanie. Jonas obiecał swojemu tacie 3 dni temu, że posprząta jego garaż. W sobotę cała rodzina planuje wybrać się do parku wodnego. Jonas nie wie, co robić, kiedy wraca do domu po szkole.

2. Magda musi dziś odkurzyć, ale jest bardzo leniwa - pomyślała, że może to zrobić jutro. Po szkole musi odebrać brata z przedszkola i poczytać mu książkę. Obiecuje, że będzie to robić przez 3 dni z rzędu. Mama poprosiła ją, żeby poszła do sklepu kupić mleko na obiad - bo wczoraj zapomniała. Magda bardzo chciałaby wyjść ze swoją przyjaciółką Liną, ale nie wie, czy będzie mogła. Pojutrze w szkole jest sprawdzian z matematyki - musi się do niego przygotować. Zadzwoniła babcia, żeby zaprosić ją do siebie. Magda spóźnia się o tydzień z oddaniem książek do biblioteki.

3. Edyta nie zdążyła nic zrobić: w domu sterta nieumytych naczyń. Musi zrobić porządek w szafie, bo nie może już znaleźć swoich ubrań. Na uniwersytecie zaliczenie - jeszcze nic nie czytała. Za tydzień czeka ją wyjazd do Paryża w sprawach służbowych. Edyta nie uzgodniła jeszcze z nianią, czy będzie mogła zostać z dziećmi, ponieważ jej mąż również musi iść do pracy. Najstarszy syn Edyty jedzie na wycieczkę klasową i musi przygotować pudełko

z jedzeniem na wyjazd. Najmłodsza córka obiecała, że pójdzie dziś z nią na spacer, a najstarsza potrzebuje pomocy w odrabianiu lekcji.

4. Rokas ma silny ból zęba, ale nie dzwonił do dentysty, bo ma dużo pracy. Jeździ do pracy i codziennie spędza ponad godzinę w korku, mimo że do pracy ma 20 minut piechotą. Wstaje zawsze o 7:30, przez co jest spóźniony, i nigdy nie udaje mu się zjeść śniadania. Dziś o 8:15 ma spotkanie z klientami, a o 9:00 umawia się z kolegą na kawę w kawiarni. Spotkanie jest zaplanowane na godzinę i Rokas wie, że nie zdąży na nie. O 15:00 umówił się z warsztatem samochodowym na naprawę samochodu, ale o 15:20 ma zawody sportowe. Tydzień temu miał wysłać gotowe produkty do klienta, ale nie ma czasu, aby to zrobić, klienci są źli. Bardzo chciałby uprawiać sport, ale nie ma na to czasu.

Temat: JAK WYGENEROWAĆ DOBRY POMYSŁ NA BIZNES?

- Zadania:**
1. Zapoznać się z metodologią design thinking.
 2. Nauczyć się stosować metodologię design thinking w generowaniu pomysłu na biznes.

Metody: przedstawienie tematu w formie prezentacji, praca w grupach, analiza literatury naukowej, odgrywanie ról, prezentacja wykonanej pracy.

Potrzebne środki: komputer, projektor, tablica konferencyjna z papierem, materiały piśmiennicze (markery, flamastry).

Czas: 2 godziny akademickie (90 min.)

Treść	Metoda	Środki	Czas
1. Metodologia design thinking.	Wykład i projekcja filmu.	Slajdy, komputer, projektor.	15 min.
2. Identyfikowanie problemu z zastosowaniem modelu myślenia projektowego.	Praca w grupach.	Plansze konferencyjne, markery.	25 min.
3. Refleksja.	Analiza.		5 min.
4. Zastosowanie modelu myślenia projektowego do opracowania pomysłu na biznes.	Dyskusja.	Plansze konferencyjne, markery.	30 min.
5. Przedstawienie pomysłu na biznes.	Prezentacje.		15 min.

1. Metodologia Design thinking.

Wykład lektora ze slajdami.

Oglądanie filmu: <https://www.youtube.com/watch?v=a7sEoEvT8l8>

Film przybliży, czym jest design thinking. Myślenie projektowe składa się z kluczowych elementów, takich jak:

Identyfikacja problemu (problem, który jest istotny dla społeczności);

Znalezienie rozwiązania problemu. Może to być rozwiązanie, które nigdy wcześniej nie było stosowane lub udoskonalenie już istniejącego;

Metodologia design thinking jest skoncentrowana na kliencie, uwzględnia kontekst problemu, kulturę wokół klienta - widziana jest całość.

Model Design Thinking opiera się na bezpośredniej obserwacji i danych jakościowych, co tworzy empatyczne spojrzenie na klienta z problemem, który próbujemy rozwiązać.

W poszukiwaniu rozwiązania tworzone są prototypy, które z czasem mogą być udoskonalane, aż do momentu, gdy klient będzie zadowolony i skłonny zapłacić za produkt lub usługę.

Trzy podstawowe kroki w myśleniu projektowym to: idea-prototypowanie-testowanie. Ten cykl się zamyka i jest powtarzany w kółko, aż powstanie właściwy produkt dla klienta.

Ta metodologia uwalnia kreatywność i prowadzi do lepszych, innowacyjnych rozwiązań. W tej metodologii szczególnie zachęca się do współpracy.

2. Identyfikowanie problemu z zastosowaniem modelu design thinking.

Najpierw uczestnicy są zaproszeni do obejrzenia filmu na temat generowania pomysłu na biznes:

<https://www.youtube.com/watch?v=6i5LvywRp4E>

- Uczestnicy są podzieleni na grupy 3-4 osobowe.
- Zadanie polega na wymyśleniu pomysłu na biznes poprzez udzielenie odpowiedzi na pytania:
Co sprawia, że nasz pomysł jest wyjątkowy?
Jaki problem rozwiąże nasz biznes dla klienta?
Co będziemy produkować?
Dla kogo będziemy produkować?
Ile będzie kosztował nasz produkt lub usługa?
Do jakiego rezultatu dążymy?
- Wszystkie zespoły wybierają jednego członka, który przedstawi pomysł pozostałym.
- Wszystkie drużyny w sali siedzą w kręgu w różnych miejscach.
- Na sygnał prowadzącego, członek zespołu, który został wybrany do prezentacji pomysłu zespołu, przechodzi do kolejnego zespołu (zgodnie z ruchem wskazówek zegara) i w ciągu 3 minut prezentuje wszystko, co omówił z członkami swojego zespołu.
- Po 3 minutach zespół, do którego przyszedł, udziela informacji zwrotnej: jakie mieli pytania, jak można ulepszyć produkt, co sądzą o cenie itp. Przeznacz na to 5 minut.
- WAŻNE: gdy lider przedstawia pomysł innemu zespołowi - nikt mu nie przerywa; gdy zespół daje informację zwrotną - lider zapisuje wszystko na kartce (będzie musiał o tym powiedzieć swojemu zespołowi, gdy wróci do swojej drużyny).
- Zadanie jest kontynuowane, dopóki liderzy nie wrócą do swoich zespołów.

- Liderzy krążą po wszystkich zespołach, a kiedy wracają do swojego zespołu, przekazują mu wszystkie zebrane informacje. Notatki lidera wraz z obserwacjami pozostałych zespołów są zachowywane do następnego zadania.

3. Refleksja.

Uczestników zapraszamy do zapoznania się z tym, jak inne zespoły przedstawiły swój pomysł. Jakie przydatne spostrzeżenia przekazały zespoły.

4. Doskonalenie pomysłu na biznes i przedstawienie

Zespoły udoskonalają swój pomysł na biznes w oparciu o komentarze innych zespołów.

Przygotowują prezentację (może to być prezentacja slajdów, może to być plansza konferencyjna itp.) Zespoły mogą same wybrać metodę).

Każdy zespół ma 3 minuty na prezentację.

Temat: BIZNES PLAN I ZARZĄDZANIE FINANSAMI

Zadania:

1. Przedstawienie głównych części pisania biznes planu.
2. Zachęcanie do krytycznego myślenia.

3. Przedstawienie utworzonego pomysłu na biznes.

Metody: przedstawienie tematu w formie prezentacji, praca w grupach, konsultacje.

Potrzebne środki: komputer, projektor, tablica konferencyjna z papierem, materiały piśmiennicze (markery, flamastry).

Czas: 4 godziny akademickie (180 min.)

Treść	Metoda	Środki	Czas
1. Co to jest biznes plan?	Przedstawienie, oglądanie materiału wideo.	Komputer, projektor, slajdy.	25 min.
2. Biznes plan - co już mamy?	Kreatywna praca w grupach.	Duże arkusze do tablic konferencyjnych, markery, komputery.	20 min.
3. Pisanie biznes planu.	Praca w grupach.	Komputery.	45 +45 min
4. Prezentacje biznes planów.	Prezentacje.		45 min.

1. Co to jest biznes plan?

Wykładowca prezentuje część teoretyczną na slajdach wykładu.

Prezentacja materiału teoretycznego powinna obejmować główne aspekty pisania biznesplanu:

Możesz zacząć pisać biznesplan, gdy masz tylko pomysł - nie potrzebujesz pieniędzy, nie potrzebujesz specjalnych umiejętności i zdolności - możesz uczyć się na bieżąco;

Biznesplan daje jasność - odkłada wszystko na półkę, dzięki czemu dużo wyraźniej widać, co jest ważne - co dalej itd. Biznes plan przedstawia cele, w stosunku do których ustalany jest cały plan, pomaga przewidzieć, jak można go zrealizować.

Podczas pisania biznesplanu nie liczy się jego złożoność czy prostota, ale jasność i możliwość podjęcia działań. Nie obawiaj się, że podczas pisania biznesplanu możesz nie być w stanie od razu odpowiedzieć na wszystkie pytania - to normalne. Pisanie biznesplanu polega na przemyśleniu wszystkiego przed otwarciem firmy. Ponadto, podczas pisania biznesplanu mogą pojawić się dodatkowe pytania, na które zaleca się odpowiedzieć. Pisanie biznesplanu polega na spojrzeniu na pytania i odpowiedzi „z góry” i szukaniu odpowiedzi tam, gdzie ich jeszcze nie ma.

Pisanie biznesplanu składa się z 6 głównych części, które zaleca się zapisywać na osobnych kartkach, a następnie połączyć w jeden dokument. Możesz tworzyć nagłówki dla różnych stron: przegląd, wiadomość, marketing, produkt, produkcja i dostawa, cele.

Przeгляд	W tej części powinieneś opisać, czym będzie zajmował się Twój biznes i jaki będzie jego model biznesowy. Obejmuje to nazwę firmy, strukturę biznesową oraz lokalizację, w której będziesz rozwijać swój biznes. Ważne jest również, aby w tej sekcji napisać misję i wizję firmy. Ważne jest również, aby zawrzeć w nim informacje o tym, kto co będzie robił i kto będzie odpowiedzialny za rozwój biznesu. Główne obszary, które należy poruszyć to marketing i sprzedaż, procesy i finanse.
Wiadomość	W tej części bardzo ważne jest, aby sprecyzować wiadomość, którą chcesz przekazać swoim nabywcom. Jest to również część, w której musisz wyjaśnić: kim są Twoi potencjalni klienci, w jaki sposób wejdiesz w ich życie i jak pomożesz im rozwiązać problem i osiągnąć rezultat, którego oczekują. Powinieneś zastanowić się, dlaczego kupujący wybiorą Ciebie zamiast konkurencji. Ta część może być wykorzystana do uszeregowania kroków (od najważniejszego do najmniej ważnego), jak krok po kroku wszystko, co zapisałeś, będzie realizowane w praktyce.
Marketing i sprzedaż	W pierwszej kolejności należy określić grupę docelową nabywców - portrety demograficzne (dochody, obszar zamieszkania, wiek) i psychograficzne (zainteresowania, pragnienia, obawy). Ważne jest również, aby przewidzieć wielkość docelowej grupy klientów i sposób dotarcia do niej (gdzie znajdują się ci klienci). Jeśli masz trudności z odpowiedzią na pytania dotyczące potencjalnego klienta, na tym etapie warto przeprowadzić badanie potrzeb klienta, aby dowiedzieć się, którzy klienci są zainteresowani Twoim produktem, gdzie mogliby go kupić itp. Ta część procesu dotyczy tego, w jaki sposób klienci dowiedzą się o Twojej marce, jak i gdzie ją zobaczą, w jaki sposób zostanie nawiązany kontakt oraz w jaki sposób wprowadzisz swój pomysł na rynek.
Produkt/usługa	Dla tej części, zaleca się, aby wziąć tylko jeden produkt, który jest głównym. Możesz produkować i sprzedawać wiele różnych produktów, ale musisz określić podstawowy

	<p>produkt, na którym będziesz budować swój przekaz dla konsumenta. Dobry opis jednego produktu, wokół którego będzie się kręcić cała komunikacja firmy, ułatwi wprowadzenie na rynek innych produktów. Powinniśmy opisać, czym jest produkt i czego oczekujemy w wyniku jego sprzedaży. Należy zauważyć, że sam produkt nie tworzy rezultatu - to fakt, że Twoja firma go sprzedaje, czyni to. Ważne jest, aby określić, jak życie klienta zmienia się poprzez zakup produktu i jaką zmianę wywołuje produkt.</p> <p>Ta sama zasada może być wykorzystana do opisanie innych produktów, które Twoja firma będzie sprzedawać.</p>
<p>Produkcja i zaprezentowanie</p>	<p>Ta część nie jest poruszana w filmie - jest pominięta, ale bardzo ważne jest określenie, w jaki sposób będziesz prezentować produkt klientowi: czy stworzysz sklep internetowy, czy klient będzie mógł kupić produkt lub usługę tylko lokalnie. W części produkcyjnej należy odpowiedzieć sobie na następujące pytania: gdzie będziesz produkował, ile będzie kosztowało wyprodukowanie całego wyrobu, czego użyjesz do produkcji, skąd weźmiesz materiały potrzebne do produkcji.</p>
<p>Cele, do których dążysz</p>	<p>Oczekiwania powinny być perspektywiczne, tzn. trzeba je opracować na pewien okres w przyszłości, który może wynosić od roku do kilku lat. W tej części warto oszacować, jaką sprzedaż planujesz osiągnąć, jaki będzie Twój przychód brutto, Twoje zyski, liczba klientów, którym pomożesz oraz liczba klientów, do których dotrze Twój przekaz. Ważne jest również, aby przewidzieć rozwój biznesu. Cele powinny być mierzalne, jasno określone i mieć ramy czasowe, w których powinny zostać osiągnięte.</p>

2. Biznes plan - co już mamy?

Uczestnicy pracują w tych samych grupach, w których pracowali nad wygenerowaniem pomysłu na biznes.

Po zapoznaniu się z materiałem praktycznym, który już posiadają ze szkolenia z generowania pomysłów na biznes, wypełniają tabelę biznesplanu w obszarach, które są jasne z poprzedniego szkolenia.

3. Pisanie biznes planu (2 wykłady).

Pracując w grupach, uczestnicy uzupełniają tabelę biznesplanu znajdującą się w załącznikach, starając się uzasadnić opłacalność pomysłu na biznes. *W razie potrzeby wykładowca udzieli uczestnikom porady.*

4. Prezentacje biznes planów.

Zespoły przygotowują prezentację na podstawie napisanego biznesplanu. Prezentacja może być przygotowana w formacie wybranym przez zespół.

Wszystkie zespoły prezentują swoje biznesplany. Inne zespoły mogą zadawać pytania podczas oglądania prezentacji.

ZAŁĄCZNIKI

Przeгляд	
----------	--

Wiadomość	
Marketing i sprzedaż	
Produkt/usługa	

Produkcja i przedstawienie	
Cele, do których dążysz	

Przeгляд	W tej części powinieneś opisać, czym będzie zajmował się Twój biznes i jaki będzie jego model biznesowy. Obejmuje to nazwę firmy, strukturę biznesową oraz lokalizację, w której będziesz rozwijać swój biznes. Ważne jest również, aby w tej części napisać misję i wizję firmy. Ważne jest również, aby zawrzeć w nim informacje o tym,
----------	---

	<p>kto będzie zajmował się czym i kto będzie odpowiedzialny za rozwój biznesu. Główne obszary, które należy poruszyć to marketing i sprzedaż, procesy i finanse.</p>
Wiadomość	<p>W tej części bardzo ważne jest, aby sprecyzować wiadomość, którą chcesz przekazać swoim nabywcom. Jest to również część, w której musisz wyjaśnić: kim są Twój potencjalni klienci, jak wejdziesz w ich życie i jak pomożesz im rozwiązać problem i osiągnąć rezultat, którego oczekują. Powinieneś zastanowić się, dlaczego kupujący wybiorą Ciebie zamiast konkurencji. Ta część może być wykorzystana do uszeregowania kroków (od najważniejszego do najmniej ważnego), jak krok po kroku wszystko, co zapisałeś, będzie realizowane w praktyce.</p>
Marketing i sprzedaż	<p>W pierwszej kolejności należy określić grupę docelową nabywców - portrety demograficzne (dochody, obszar zamieszkania, wiek) i psychograficzne (zainteresowania, pragnienia, obawy). Ważne jest również, aby przewidzieć wielkość docelowej grupy klientów i sposób dotarcia do niej (gdzie znajdują się ci klienci). Jeśli masz trudności z odpowiedzią na pytania dotyczące potencjalnego klienta, na tym etapie warto przeprowadzić badanie potrzeb klienta, aby dowiedzieć się, którzy klienci są zainteresowani Twoim produktem, gdzie mogliby go kupić itp. Ta część procesu dotyczy tego, w jaki sposób klienci dowiedzą się o Twojej marce, jak i gdzie ją zobaczą, w jaki sposób zostanie nawiązany kontakt oraz w jaki sposób wprowadzisz swój pomysł na rynek.</p>
Produkt/usługa	<p>Dla tej części, zaleca się, aby wziąć tylko jeden produkt, który jest głównym. Możesz produkować i sprzedawać wiele różnych produktów, ale musisz określić podstawowy produkt, na którym będziesz budować swój przekaz dla konsumenta. Dobry opis jednego produktu, wokół którego będzie się kręcić cała komunikacja firmy, ułatwi wprowadzenie na rynek innych produktów. Powinniśmy opisać, czym jest produkt i czego oczekujemy w wyniku jego sprzedaży. Należy zauważyć, że sam produkt nie tworzy rezultatu - to fakt, że Twoja firma go sprzedaje, czyni to. Ważne jest, aby określić, jak</p>

	<p>życie klienta zmienia się poprzez zakup produktu i jaką zmianę wywołuje produkt. Ta sama zasada może być wykorzystana do opisanie innych produktów, które Twoja firma będzie sprzedawać.</p>
Produkcja i prezentacja	<p>Ta część nie jest poruszana w filmie - jest pominięta, ale bardzo ważne jest określenie, w jaki sposób będziesz prezentować produkt klientowi: czy stworzysz sklep internetowy, czy klient będzie mógł kupić produkt lub usługę tylko lokalnie. W części produkcyjnej należy odpowiedzieć sobie na następujące pytania: gdzie będziesz produkował, ile będzie kosztowało wyprodukowanie całego wyrobu, czego użyjesz do produkcji, skąd weźmiesz materiały potrzebne do produkcji.</p>
Cele, do których dążysz	<p>Oczekiwania powinny być perspektywiczne, tzn. trzeba je opracować na pewien okres w przyszłości, który może wynosić od roku do kilku lat. W tej części warto oszacować, jaką sprzedaż planujesz osiągnąć, jaki będzie Twój przychód brutto, Twoje zyski, liczba klientów, którym pomożesz oraz liczba klientów, do których dotrze Twój przekaz. Ważne jest również, aby przewidzieć rozwój biznesu. Cele powinny być mierzalne, jasno określone i mieć ramy czasowe, w których powinny zostać osiągnięte.</p>

ZAŁĄCZNIKI

BIZNES PLAN

Członkowie zespołu	
Nazwa firmy	
Misja	
Wizja	
Wartości	
Historia twojej firmy	
Jaki problem rozwiązujesz? Jaką wiadomość chcesz wysłać do swoich klientów?	
Opisz produkt lub usługę, nad którą pracujesz.	
Kim są Twoi konkurenci? Ile jest ich na rynku, do którego kierujesz swoją ofertę? Dlaczego klient miałby wybrać właśnie Ciebie?	
Kim są Twoi klienci? Opisz obraz potencjalnego klienta.	
Jakie są bariery, które możesz napotkać wchodząc na rynek? Jak się z nimi uporasz?	
<i>Problem</i>	<i>Sposoby rozwiązań</i>
Koszt produktu/usługi. Oblicz, jaki będzie koszt produktu/usługi, którą opracowujesz.	
<i>Części składowe</i>	<i>Suma</i>
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

Razem (koszt 1 jednostki):
Jaki będzie koszt produktu dla klienta? Proszę uzasadnić, podając obliczenia. Jaki procent ceny końcowej stanowi marża?
Ile pieniędzy będziesz potrzebował na rozpoczęcie działalności. Proszę podać szacunkowe dane. Skąd zamierzasz pozyskać środki na inwestycję? Jak będziesz go spłacać i w jakim okresie?
Jak dotrzesz do swojego klienta? Jak się o Tobie dowiedzą?
Do jakiej wielkości sprzedaży dążysz? Jaką sprzedaż musisz osiągnąć, aby biznes był opłacalny? Oblicz.
Jak będzie zarządzana Twoja firma? Ile osób planujesz zatrudnić i na jakich stanowiskach?
Inne informacje istotne dla inwestorów

Projekt LT-PL-4R-289 „*Mosty biznesowe: odważ się zrobić pierwszy krok*”, finansowany przez Program Współpracy INTERREG V-A Litwa-Polska.

Temat: CZEGO NAPRAWDĘ OCZEKUJĄ KLIENCI?

- Zadania:**
1. Zapoznanie z modelem biznesowym Canvas.
 2. Rozwijanie analitycznego myślenia.
 3. Zachęcanie do udzielania informacji zwrotnych.

Metody: przedstawienie tematu w formie prezentacji, praca w grupach, konsultacje.

Potrzebne środki: komputer, projektor, tablica konferencyjna z papierem, materiały piśmiennicze (markery, flamastry).

Czas: 2 godziny akademickie (90 min.)

Treść	Metoda	Środki	Czas
1. Przedstawienie modelu biznesowego Canvas.	Wykład, oglądanie materiałów wideo.	Komputer, projektor, slajdy.	15 min.
2. Wypełnianie modelu Canvas.	Twórcza praca w grupach.	Arkusze tablicy konferencyjnej, markery, komputery.	30 min.
3. Prezentacje modelu Canvas.	Prezentacje.		35 min.
4. Refleksja.	Praca w grupach		10 min.

1. Przedstawienie modelu Canvas.

Wykładowca prezentuje część teoretyczną na slajdach wykładu.

2. Uzupełnianie modelu Canvas

Uczestnicy pracują w tych samych grupach, w których pracowali nad wygenerowaniem pomysłu na biznes.

Lektor demonstruje przykłady płócien biznesowych. Podkreśla się, że płótno powinno być wypełnione jak najpełniej. Płótno jest uzupełniane poprzez udzielenie odpowiedzi na dodatkowe pytania, które są dołączone do płótna biznesowego.

3. Przedstawienie modeli biznesowych

Zespoły przygotowują gotowe do użycia reprezentacje potrzeb klienta (mapy empatii). Prezentacje mogą być przygotowane w różnych formatach - nie ma żadnych ograniczeń. Podczas prezentacji zespoły przedstawiają pomysł na biznes, problem, który pomysł rozwiąże,

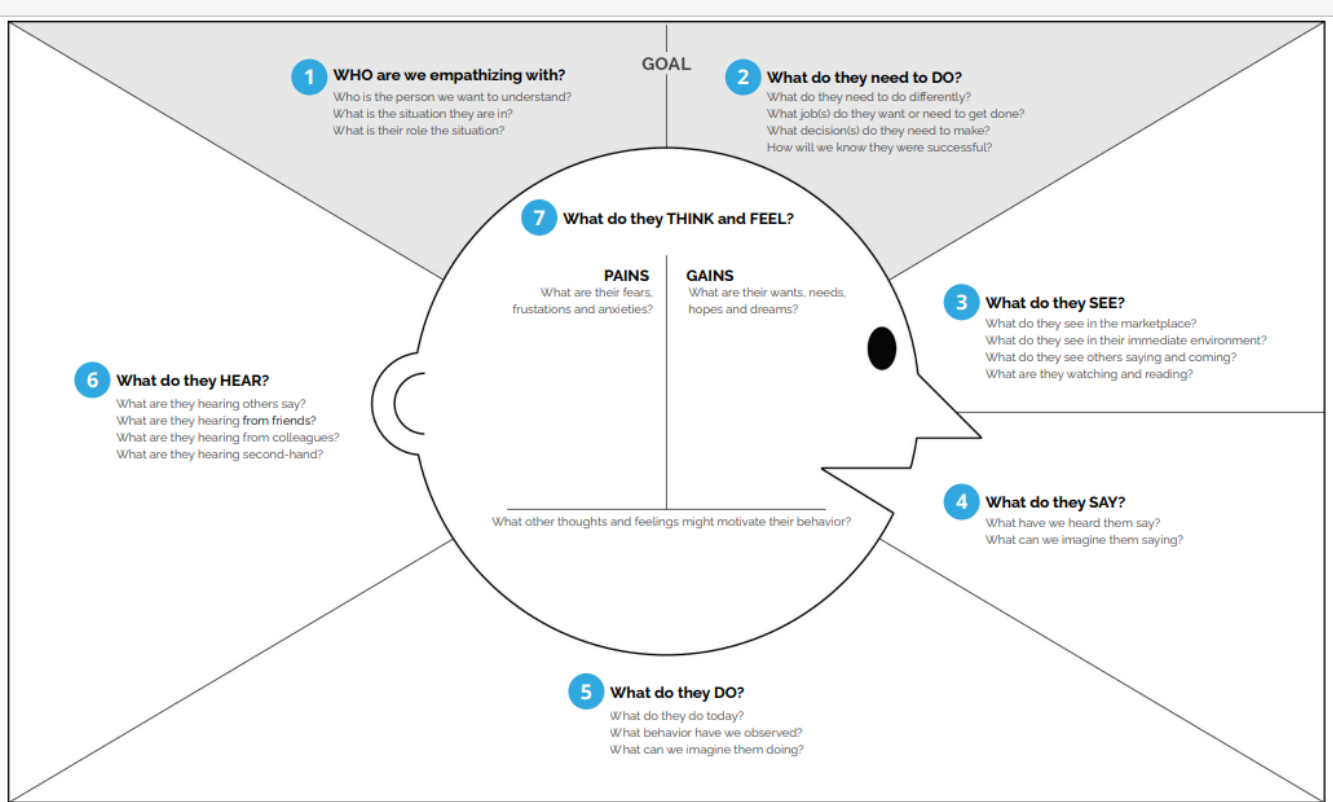
kim jest grupa docelowa klientów oraz jakie informacje zostały doprecyzowane podczas tworzenia mapy potrzeb klienta.

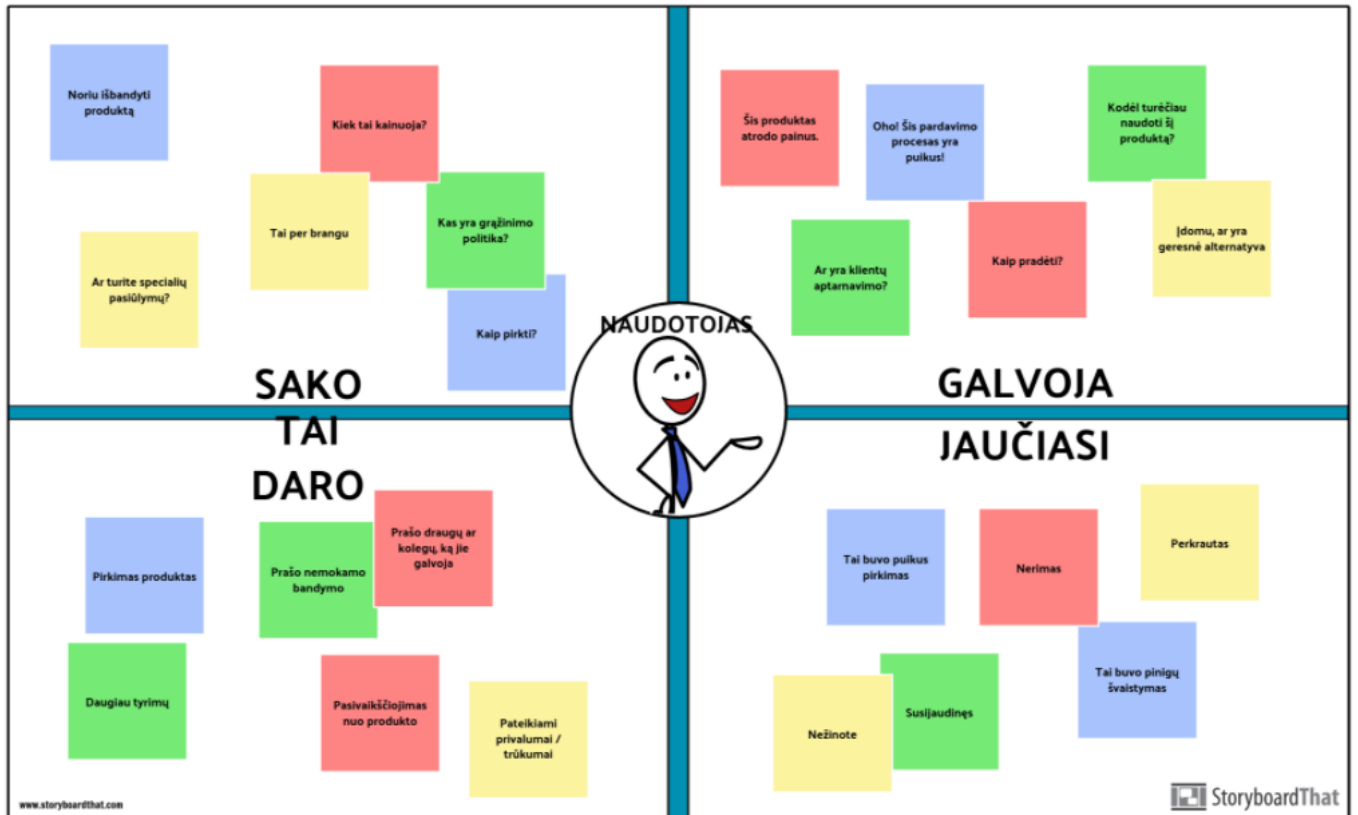
4. Refleksja

Refleksja podzielona jest na dwie części: najpierw uczestnicy odpowiadają w swoich grupach roboczych na trzy pytania:

1. Czego się nauczyłem?
2. Jakie umiejętności i kompetencje udało mi się poprawić?
3. Jakiego jednego słowa użyłby zespół, aby opisać swoje doświadczenia z udziału w tym szkoleniu?

Jeden z członków zespołu zastanawia się.





SAKO - MÓWI

Chcę wypróbować produkt

Czy macie specjalne oferty?

To za drogie

Ile to kosztuje?

Na czym polega polityka zwrotu?

Jak kupować?

GALVOJA - MYŚLI

Ten produkt wygląda na niezrozumiały

Wow! ten proces sprzedaży jest fantastyczny!

Czy klient jest obsługiwany?

Jak rozpocząć?

Dlaczego musiałbym używać tego produktu?

Ciekawe, czy jest lepsza alternatywa?

TAI DARO - TO ROBI

Kupowanie produktu

Więcej badań

Prosi o bezpłatne próbki

Przechadzanie się obok produktu

Prosi kolegów o zdanie, co oni myślą

Przedstawienie zalet/minusów

JAUČIASI - CZUĆ

To był doskonały zakup

Nie wiem

Podkscytowany

Lęk

Obciążony

To była strata pieniędzy

Mapowanie potrzeb klienta (empatia) :

1. **Z kim** próbujemy się identyfikować? Kim jest osoba, z którą próbujemy się identyfikować? Jaka jest sytuacja, w której żyje? Jaka jest jej rola w tej sytuacji?
2. **Co** chciałby, żebyśmy zrobili? Co chciałby robić inaczej? Jakie problemy chciałby rozwiązać? Jakie decyzje musi podejmować? Skąd wiemy, że mu się uda?
3. **Co** widzi? Co widzi na rynku? Co widzi w swoim najbliższym otoczeniu? Co widzi, że inni mówią i robią? Co czyta i co ogląda w mediach?
4. **Co** on mówi? Jak sądzimy, co on może mówić? Co on tak naprawdę mówi?
5. **Co** on robi? Co on może dzisiaj robić? Jakie zachowania obserwujemy najczęściej? Gdybyśmy sobie wyobrazili - co on mógł zrobić?
6. **Co** on słyszy? Co słyszy od innych? Co słyszy od swoich przyjaciół? Co słyszy od kolegów? Co słyszy od nieznanomych?
7. Co on myśli i czuje? Jakie są jego „bólaczki” - czego się boi, co go denerwuje, co mu przeszkadza? Jakie są jego potrzeby - o czym marzy, na co ma nadzieję, co by mu się przydało?
8. Jakie inne myśli i uczucia mogłyby go motywować w życiu?

PYTANIA POMOCNICZE DLA WYPEŁNIENIA MODELU BIZNESOWEGO CANVAS

1. Użytkownicy - dla jakich użytkowników chcesz rozwiązać problem? Może istnieć kilka segmentów użytkowników. Krótko je opisz.

2. Problem - Twój główny problem do rozwiązania (powinien być oparty na dowodach (ang. evidence-based) - FAKTACH, BADANIACH RYNKU, WYWIADACH Z NIEKTÓRYMI UŻYTKOWNIKAMI). Proszę opisać, w jaki sposób konsumenci rozwiązują obecnie ten problem?

3. Rozwiązanie - co proponujesz -1-2 zdania o tym, jak rozwiążesz problem konsumenta.

4. Źródła dochodu - z czego będziesz zarabiać? Jak będziesz zarabiać?

5. Kanały - w jaki sposób konsumenci dowiedzą się o Twoim genialnym rozwiązaniu?

6. Zasoby i partnerzy - jakie zasoby już posiadasz, aby zrealizować pomysł? Jakich zasobów brakuje Ci jeszcze do zrealizowania pomysłu? Jakich partnerów należy zaangażować?

7. Unikalna przewaga - czym różni się Państwo od rynkowych alternatyw/konkurentów? Dlaczego trudno będzie go skopiować?

8. Struktura kosztów - co będzie składało się na Twoje koszty? Jaki jest szacunkowy koszt realizacji pomysłu? Ile zarobisz? Jak będziesz zarabiać?

9. Unikalna propozycja wartości - jedno zdanie krótko opisujące wartość, jaką tworzysz dla konsumentów (musi być zapadająca w pamięć i jasna).

Temat: ZARZĄDZANIE FINANSAMI - MISJA MOŻLIWA!

- Zadania:**
1. Wprowadzenie do podstawowych podstaw zarządzania finansami.
 2. Zachęcanie do krytycznego myślenia.
 3. Nauczenie jak obliczać kluczowe wskaźniki finansowe.

Metody: przedstawienie w formie prezentacji, praca indywidualna, praca w grupach, doradzanie.

Potrzebne środki: komputer, projektor, tablica konferencyjna z papierem, materiały piśmiennicze (markery, flamastry).

Czas: 3 godziny akademickie (135 min.)

Treść	Metoda	Środki	Czas
1. Kluczowe aspekty zarządzania finansami.	Prezentacja.	Komputer, projektor, slajdy.	15 min.
2. Utworzenie budżetu.	Praca indywidualna.	Gotowy szablon.	20 min.
3. Omówienie budżetów.	Dyskusja.		10 min
4. Koszt własny towaru, marża i cena.	Praca w grupach.		30 min.
5. Przedstawienie prac.	Dyskusje.		15 min.
6. Utworzenie budżetu dla zakładanej firmy.	Praca w grupach.	Komputery.	30 min.
7. Przedstawienie budżetów.	Prezentacje.		15 min.

1. Kluczowe aspekty zarządzania finansami.

Lektor prezentuje część teoretyczną na slajdach wykładu.

2. Utworzenie budżetu.

Uczestnicy otrzymują zadanie sporządzenia swojego osobistego miesięcznego budżetu na podstawie dostarczonego szablonu.

3. Omówienie budżetów.

Podczas dyskusji uczestnicy wypowiadają się na temat swojego miesięcznego budżetu - czy jest on z nadwyżką czy z deficytem. Jeśli nadwyżka, co robią z pozostałą kwotą? Dlaczego

oszczędzanie jest ważne? Jeśli deficyt - skąd wezmą brakujące pieniądze? Dlaczego ważne jest, aby pożyczać odpowiedzialnie?

4. Koszt własny towaru, marża i cena.

Uczestnicy wykonują zadanie w zespołach, w których stworzyli pomysł na biznes. Zespoły mają za zadanie obliczyć koszt i cenę produktu lub usługi, którą wytwarzają. Na początek, aby ułatwić zadanie, uczestnicy zastanawiają się, ile dóbr lub usług mogliby wyprodukować/dostarczyć w ciągu miesiąca, tak aby łatwiej było obliczyć koszt wymagany dla 1 jednostki.

Uczestnicy korzystają z tabeli w załącznikach.

Po wypełnieniu tabeli uczestnicy wyszukują w Internecie podobne ceny towarów lub usług i dyskutują, po jakiej cenie będą sprzedawać swoje produkty oraz decydują, jaki procent marży zostanie zastosowany do ostatecznej ceny ich produktu.

5. Prezentacje

Po dokonaniu obliczeń, zespoły prezentują swój produkt lub usługę swoim rówieśnikom i podają cenę. Uzasadniają obliczenia, których użyli w celu uzyskania ceny.

Po prezentacji, obserwujący koledzy odpowiadają na pytanie, czy kupiliby dany produkt i uzasadniają dlaczego (za drogi, dobra cena, doskonała jakość, itp.).

Zespoły prezentujące przyjmują do wiadomości spostrzeżenia kolegów.

6. Utworzenie budżetu firmy.

Wyobraź sobie, że już prawie zrealizowałeś swój pomysł na biznes i wszystko, co musisz zrobić, to ruszyć z miejsca. Opracuj budżet na pierwsze 3 miesiące. Pomyśl o dochodach, jakie będziesz osiągać i kosztach, jakie poniesiesz.

Po sporządzeniu budżetu przedstaw swoje wnioski: czy dochody są wystarczające, co zrobisz, jeśli w pierwszych miesiącach wydatki przekroczą dochody, a może właśnie uzyskujesz duże dochody - gdzie umieścisz zarobione pieniądze. Przygotuj prezentację dla pozostałych zespołów. Zespoły korzystają z tabeli w załącznikach.

7. Przedstawienie budżetów firmy.

Zespoły prezentują swoje budżety firmowe w wybrany przez siebie sposób (slajdy, zestawienia, wykresy, itp.) Budżety są dyskutowane (nadwyżki, deficyty, co można poprawić, itp.).

Koszt - cena potrzebna do wyprodukowania towaru lub usługi.

Na przykład, fryzjer świadczy usługi strzyżenia włosów. Koszt strzyżenia obejmuje: wynagrodzenie, korzystanie z narzędzi (szampon, odżywka, wosk do włosów), media (prąd, woda, czynsz, ogrzewanie), może kawa dla klienta? Itd.

WAŻNE: Najlepiej jest określić dokładny koszt tygodniowy dla miesiąca, gdy znana jest liczba wyprodukowanych towarów lub usług, media, wynagrodzenie, narzędzia i użyte materiały.

Koszt własny towaru/usługi	
Nazwa	Suma
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	
11.	
12.	
13.	
RAZEM:	

Koszt własny jednego towaru lub usługi = EUR

Końcowa cena dla konsumenta = EUR

Marża = %, EUR

BUDŻET FIRMY

OTRZYMANY PRZYCHÓD	PONIESIONE KOSZTY
---------------------------	--------------------------

2. Zidentyfikowanie największych błędów komunikacyjnych poprzez kreatywne zadania.
3. Stworzenie reklamy dla swojego produktu.

Metody: zadania kreatywne, analiza wyników, nauczanie, prezentacje, refleksja.

Potrzebne środki: Komputer, projektor, telefon, selfie stick, tablica konferencyjna, kartki papieru, markery.

Czas: 3 godziny akademickie (135 min.)

Treść	Metoda	Środki	Czas
1. Komunikacja i marketing.	Wykład.	Komputer, projektor, slajdy.	15 min.
2. Znaczenie komunikacji w komunikowaniu.	Zadania kreatywne.	Telefon, selfie stick.	25 min.
3. Refleksja.	Dyskusja.		5 min.
4. Opracowanie planu komunikacji i marketingu.	Kreatywna praca w grupie.	Plansze konferencyjne, markery, komputery.	45 min.
5. Pitche (konkurs).		Członkowie komisji (co najmniej 5 osób).	30 min.
6. Omówienie.			15 min.

1. Komunikacja i marketing.

Wykładowca przedstawia część teoretyczną wykładu na slajdach

2. Znaczenie komunikacji w komunikowaniu.

https://www.youtube.com/watch?v=38y_1EWIE9I

- **Zadanie I**

Wszyscy uczestnicy proszeni są o opuszczenie sali za drzwiami. Wykładowca przygotowuje telefon do filmowania (najlepiej za pomocą SELFI stick). Po uruchomieniu funkcji filmowania pierwszy uczestnik zostaje wezwany na salę. Wykładowca mówi następujący tekst:

„Wczoraj, około godziny 5, dwaj przyjaciele, Petras i Jonas, wybrali się razem na ryby. Łowili do godziny 21 i prawie nic nie złowili - tylko dwa małe okonie i karpia. Chociaż Jonas czuł się zmęczony wieczorem, cieszył się, że spotkał swojego przyjaciela”.

Po wypowiedzeniu tekstu przez mówcę, zapraszany jest drugi uczestnik, któremu pierwszy uczestnik ma powiedzieć, co usłyszał. Sytuacja powtarza się do momentu, gdy do sali wejdzie ostatni uczestnik. Słyszy tekst od poprzedniego uczestnika i powtarza go na głos.

- **Zadanie II**

Jeden z uczestników zostaje wyprowadzony z sali. Lektor prosi go o wymyślenie sekwencji 6 ruchów. Uczestnik powtarza je, aby je zapamiętać. Wykładowca i uczestnik wracają do sali.

Uczestnicy proszeni są o ustawienie się w szeregu, jeden za drugim. Należy powiedzieć, że zadanie będzie wykonywane w ciszy - bez rozmów. Uczestnik, który zademonstruje ruchy, staje w kolejce jako ostatni. Wykładowca zaczyna filmować. Ostatni stojący uczestnik dotyka ramienia uczestnika stojącego przed nim i demonstruje ruchy 1 raz (bez powtórzeń). Uczestnik, który obserwował ruchy, dotyka ramieniem stojącego przed nim uczestnika. Gdy ten ostatni się odwróci, demonstruje ruchy tak, jak je zapamiętał. Ćwiczenie jest zakończone, gdy pierwszy uczestnik w kolejce zademonstruje to, co zademonstrował uczestnik, który stał przed nim.

3. Refleksja

Wszyscy uczestnicy zostają zaproszeni do obejrzenia nakręconego filmu przez wykładowcę z wykonania zadań. Wywiązuje się dyskusja na temat komunikacji - dlaczego uczestnicy, którzy jako ostatni wykonywali zadanie, mówili i demonstrowali tekst i ruchy w zupełnie inny sposób niż pierwsi uczestnicy.

Zazwyczaj w tym zadaniu drugi lub trzeci uczestnik zaczyna zniekształcać zarówno słowa, jak i pokazywane działania, dodając coś od siebie. W rezultacie, kiedy ogląda się wideo na koniec zadania, widać wyraźnie, że działania lub narracja początkowych i końcowych uczestników są zupełnie inne.

Uczestników można zapytać: jakie są ich zdaniem powody, dla których tak pozornie proste i krótkie zadanie jest wykonywane w ten sposób?

4. Tworzenie reklamy

Zespoły tworzą 1-minutowy klip promocyjny dla swojego produktu lub usługi.

Klip powinien być zaprojektowany i skierowany do docelowej grupy klientów.

Po zmontowaniu teledysku odbywa się projekcja teledysków promocyjnych.

Każda osoba może zagłosować na swój ulubiony klip. Nie głosuj na swój własny klip.

Po zakończeniu konkursu uczestnicy zastanawiają się, gdzie reklama mogłaby być wyświetlana, jaki wpływ na klientów miałyby ta reklama, jakiego wyniku oczekiwałaby firma itp.

5. Konkurs pitchów - impreza kończąca szkolenie.

Wykład kończący szkolenie - impreza.

Zespoły biorą udział w konkursie pitchów, aby zaprezentować wyniki, jakie osiągnęły podczas tego szkolenia. Na pitch`ach prezentowana jest wiedza, kompetencje i umiejętności zdobyte podczas szkolenia. Każdy zespół ma 5 minut na zaprezentowanie opracowanego przez siebie modelu biznesowego. Zespoły będą oceniane przez komisję i inne zespoły.

SŁOWO NA ZAKOŃCZENIE

Szanowny wykładowco,

Życzymy sukcesów w realizacji programu edukacji przedsiębiorczości. Chętnie poznamy Państwa opinie na temat doskonalenia tego materiału dydaktycznego. Dlatego podczas wszystkich sesji prosimy i zachęcamy do zaznaczania swoich spostrzeżeń i sugestii, począwszy od czasu przeznaczonego na zadania, po osobiste spostrzeżenia dotyczące treści szkolenia, reakcji uczestników na zadania, ich zdolności do ich wykonania w dostępnym czasie, włączenia do programu dodatkowych tematów itd.

Uczestnicy będą mieli w swoim dzienniku kwestionariusz informacji zwrotnej, o którego wypełnienie będziemy ich prosić. Oczekujemy, że otrzymamy podsumowanie wszystkich kwestionariuszy od uczestników na poniższe dane kontaktowe.

Jeżeli w trakcie powstaną jakieś pytania, zawsze można skontaktować się z twórcą programu - VšĮ Lietuvos Junior Achievement. Po zakończeniu programu, będziemy bardzo zadowoleni z Państwa opinii w dowolnej formie, abyśmy mogli poprawić materiał dydaktyczny, dostosować go poprzez dodanie lub zmianę zadań.

Kontakt: jurate@lja.lt

ŻYCZYMY POWODZENIA!