

PODREĆCZNIK NAUCZYCIELA

szkolącego młode
przedsiębiorczynie



Ten projekt został zrealizowany przy wsparciu finansowym Komisji Europejskiej. Projekt lub publikacja odzwierciedlają jedynie stanowisko ich autora i Komisja Europejska nie ponosi odpowiedzialności za umieszczoną w nich zawartość merytoryczną.

Publikacja powstała w ramach projektu "Young Female Entrepreneur Programme" finansowanego w ramach programu Erasmus+ Program Unii Europejskiej. Materiały zostały udostępnione na stronie <https://female-business.eu>.

youngfemale
entrepreneur
program



Erasmus+



O PODRĘCZNIKU I ZESTAWIE NARZĘDZI

PROGRAM MŁODA PRZEDSIĘBIORCZYNI (ang. Young Female Entrepreneur, YFEP) TO INNOWACYJNY I DOSTOSOWANY DO KONKRETNÝCH POTRZEB PROGRAM, KTÓREGO CELEM JEST WSPIERANIE, UPODMIOTOWIENIE I INSPIROWANIE MŁODYCH KOBIET DO BUDOWANIA WŁASNEJ PRZYSZŁOŚCI POPRZECZ PRAWADZENIE WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ, EDUKACJĘ LUB SZKOLENIA, PODNOSZĄCY POZIOM UMIEJĘTNOŚCI ZWIĄZANYCH Z POSTAWĄ PRZEDSIĘBIORCZĄ I SZEROKĄ GAMĄ UMIEJĘTNOŚCI MIĘKKICH. JEST TO TAKŻE INICJATYWA MAJĄCA NA CELU TWORZENIA PRZEDSIĘBIORSTW SPOŁECZNYCH.

PODRĘCZNIK TEN ZAWIERA NASTĘPUJĄCE ELEMENTY:

1) Podręcznik dla instruktorów, czyli niniejszy dokument.

- Znajdziesz tu wszystkie informacje o metodologii programu YFEP oraz o sposobie jego zastosowania w klasie.
- Zawiera on również listę warsztatów, które mogą być realizowane zarówno indywidualnie, jak i grupowo przez podczas ćwiczeń i zajęć lekcyjnych.

2) Podręcznik - fazy 1-4

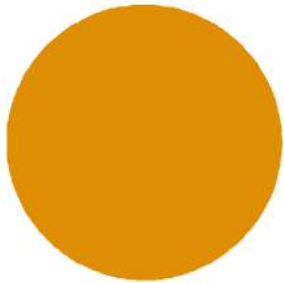
- Jest to zbiór tekstów do bezpośredniego wykorzystania przez kobiety-przedsiębiorców, podzielony na 4 fazy odpowiadające etapom, przez które będą przechodzić rozpoczynając działalność firmy.
- Na końcu wyżej wymienionych materiałów znajduje się lista materiałów wideo oraz wykaz źródeł do dalszej lektury.
- Istnieje również sekcja umożliwiająca dokonanie oceny własnej, w której przedsiębiorczynie mogą sprawdzić poziom swojej wiedzy dotyczącej każdej z poszczególnych faz.

3) Slajdy prezentacyjne do wykorzystania w fazie 1, fazie 2, fazie 3 i fazie 4

Każdemu z tematów poruszonych w artykułach towarzyszy dołączony zestaw slajdów w formacie Power Point (ppt). Slajdy te mogą być wykorzystane zarówno przez instruktorów w czasie zajęć, jak i bezpośrednio przez same uczestniczki.

4) Opracowana przez Aregai biznesowa lista kontrolna LICET (LICET Business Checklist)

Poza tym, w ramach programu dostępna jest lista kontrolna LICET, którą młode przedsiębiorczynie mogą wykorzystać bezpośrednio do oceny swoich działań, aby upewnić się, że ich praca jest ukierunkowana na stworzenie wykonalnego, trwałego i zrównoważonego produktu lub organizacji.



SPIIS TREŚCI

O podręcznikach i zestawach narzędzi

Spis treści

Metodologia dla nauczycieli

Wskazówki dla uczestniczek szkolenia

Warsztaty Faza 1 KSZTAŁTOWANIE WIZJI

Warsztaty Faza 2 OCENA WSTĘPNA Rozwój osobisty i analiza organizacyjna

Warsztaty Faza 3 DZIELENIE SIĘ wynikami w celu uzyskania lepszego wsparcia

Warsztaty - Faza 4 PLANOWANIE Plan projektu i prezentacja sprzedażowa

The image features a minimalist design with orange lines. A vertical line runs down the right side of the page. A large, stylized circle is formed by two overlapping orange lines, one slightly offset from the other, creating a sense of depth. The text is centered within this circle.

METODOLOGIA
DLA
NAUCZYCIELI

Wprowadzenie

Proces zaproponowany w poradnikach programu YFEP składa się z czterech faz:

- **Kształtowanie wizji** – w tej fazie uczestniczki będą miały okazję skonceptualizować swój pomysł na biznes, zacząć budować model innowacji społecznej, przeanalizować kwestie zrównoważonego rozwoju środowiska, opracować swój wizerunek lidera zmieniającego bieg wydarzeń. Rozpoczną tworzenie profilu idealnego klienta i opracują propozycję wartości (Value Proposition) swojego produktu lub usługi.
- **Ocena wstępna** – w tej fazie uczestniczki otrzymają wsparcie w ocenie własnych możliwości i w pracy nad osobistą ścieżką rozwoju w roli przedsiębiorców społecznych. Zaczną także budować główne obszary działalności swoich firm, rozwijając umiejętności i kompetencje potrzebne do zarządzania głównymi działaniami przedsiębiorstw społecznych.
- **Dzielenie się wynikami** w celu uzyskania lepszego wsparcia. Na tym etapie przyszłe przedsiębiorczynie zwrócą się „na zewnątrz”, aby zgromadzić zasoby potrzebne do zbudowania swoich przedsiębiorstw społecznych. Rozpatrzą kwestie dotyczące rodzajów niezbędnych zasobów oraz sposobów mobilizacji w celu wdrożenia ich oferty propozycji wartości. Zapoznają się też szczegółowo z koncepcją współpracy, sposobami budowania sieci i zawierania biznesowych sojuszy.
- **Planowanie**. W ostatniej fazie uczestniczki będą miały okazję przelać na papier całość koncepcji biznesowej, opracować biznesplan i model biznesowy. Etap ten nie byłby kompletny, gdyby przedsiębiorczynie nie zaprezentowały swojej wizji podmiotom zewnętrznym, zwracając się o wsparcie do potencjalnych partnerów oraz osób i instytucji wspierających. Na tym końcowym etapie biorące udział w programie kobiety zdobędą umiejętności i kompetencje związane ze storytellingiem i prezentacją wizji potencjalnym fundatorom i partnerom biznesowym.

Przewodnik ten jest pomyślany jako źródło metodologiczne, obejmujące zagadnienia teoretyczne oraz ćwiczenia. Ma służyć rozwojowi „miękkich” i „twardych” umiejętności biznesowych, a także stanowić praktyczny punkt odniesienia, zapewniający grupie docelowej konkretne wytyczne i wskazówki dotyczące fundamentalnych aspektów, które decydują o pomyslnym założeniu i rozwoju nowo powstającego przedsiębiorstwa (produkt/usługa, projektowanie, analiza rynku, marketing, obsługa klienta, technologie informacyjno-komunikacyjne, zarządzanie zasobami ludzkimi i przepisy prawne).

Może być wykorzystywany bezpośrednio przez grupę docelową, tj. młode kobiety myślące o założeniu własnego przedsiębiorstwa społecznego, lub przez wychowawców i trenerów, którzy chcieliby skorzystać z tego procesu w pracy ze swoimi uczniami. Materiały i metodologia są dostosowane do obu grup docelowych i ich potrzeb.

W pracy tej uwzględniono wyniki prac nad Unijnymi ramami kompetencji w zakresie przedsiębiorczości – EntreComp (2016) oraz założenia Kompetencji Kluczowych UE w zakresie uczenia się przez całe życie (2019).

UCZENIE SIĘ PRZEZ DZIAŁANIE

Koncepcja uczenia się w programie Young Female Entrepreneur jest oparta na modelu uczenia się przez działanie (Action Learning). Swoimi korzeniami sięga on lat 40. ubiegłego wieku, jest gruntownie przebadany i jest szeroko wykorzystywany do szkolenia kadry kierowniczej, przedsiębiorców i osób pełniących funkcje o podobnym charakterze, w przypadku których na wyniki indywidualne duży wpływ mają nastawienie, pewność siebie, motywacja, osobisty styl i wyznawane wartości. Do tej pory metoda ta rozpowszechniła się na ogół tam, gdzie kultura państwa lub organizacji nie ma wysoce autorytarnego charakteru.

Odnoszący sukces przedsiębiorcy często nie tolerują uczenia się poprzez uogólnienia i koncepcje teoretyczne oraz za pomocą metod takich jak wykłady, gdzie zakłada się, że specjalistyczna wiedza ekspercka jest najpierw przyswajana, zaś jest zastosowanie odbywa się w zupełnie innym czasie i w odmiennym kontekście. W przypadku złożonych działań, w których występuje wiele elementów uznaniowych i niewiele „właściwych” odpowiedzi, gromadzenie wiedzy nie jest wystarczające do osiągnięcia dobrych wyników. Wiele przedsiębiorczych osób nastawionych jest na działanie i woli uczyć się metodą prób i błędów. Jeśli mają korzystać z wiedzy ekspertów, np. na temat procedur księgowych, chcą nauczyć się minimum, aby móc zadawać właściwe pytania, wiedzieć, czy otrzymują rzetelne rady od autentycznych specjalistów, i móc natychmiast zastosować zdobytą wiedzę w praktyce. Wadą tego wysoce aktywnego stylu nauki jest to, że uczniowie mogą nie dokonywać refleksji nad sobą i otaczającą ich sytuacją, a zatem nie wyciągają właściwych wniosków z nabytych doświadczeń. Aby temu zaradzić, stosujemy podejście zwane „Action Learning”.

Uczenie się przez działanie opiera się na powtarzającym się cyklu:

- Działanie – uczeń podejmuje realne, istotne działanie (projekt)
- Refleksja – zachęta do refleksji lub pomoc w zastanowieniu się np. nad tym, co się wydarzyło i dlaczego? Czy istnieją inne sposoby działania? Dlaczego robię coś w ten, a nie w inny sposób? Czy moje założenia są słuszne?
- Planowanie zmian – np. jak mogę ustrzec się przed zagrożeniami? Kogo zaangażować i w jaki sposób? Jakie rozwiązania należy wprowadzić?

Action Learning opiera się na wykorzystaniu doświadczenia i wsparcia innych ludzi, stawianych przez nich wyzwań, w celu wejścia na wyższy poziom nauki.

Najlepiej sprawdza się tam, gdzie:

- Osoby zaangażowane mają duże doświadczenie, które można wykorzystać z korzyścią dla innych
- Działania są w pewnym stopniu ryzykowne lub wymagające, zazwyczaj dlatego, że uczący się jest głęboko zaangażowany w osiągnięcie sukcesu. Pozostają jednak możliwe do zrealizowania
- Uczestnicy pochodzą z różnych środowisk, dzięki czemu mogą wnieść różne punkty widzenia i wiedzę
- Czas działania jest dostosowany do rzeczywistej zdolności ucznia do poświęcenia projektowi pełnej uwagi
- Osoba ucząca się ma wystarczająco otwarty umysł i jest wystarczająco silny psychicznie, aby zaakceptować potrzebę zmiany własnego zachowania

Action Learning nie umniejsza wartości wiedzy – np. jak stworzyć projekcję przepływów pieniężnych – ale uznaje, że taką szczegółową wiedzę najlepiej zdobywać wtedy, gdy jest ona bezpośrednio potrzebna do wykonania głównego zadania (tj. „just-in-time”) i jeśli to możliwe, powinna być pozyskana od osoby posiadającej autentyczne kwalifikacje, np. w tym przypadku od księgowego zajmującego się sprawami tego typu.

Uczenie się przez działanie opiera się na powtarzającym się cyklu:

- Działanie – kiedy uczący się podejmuje działania w ramach swoich faktycznych projektów
- Refleksja – kiedy uczestnik jest zachęcany do zastanowienia się nad kilkoma kwestiami dotyczącymi etapów rozwoju swojego pomysłu na biznes poprzez zapoznanie się z nową wiedzą, narzędziami i koncepcjami
- Planowanie zmian – kiedy osoba ucząca się wprowadza nowe elementy do swojego projektu i wdraża to, czego się nauczyła, poprzez mobilizowanie zasobów, rozwijanie szablonu modelu biznesowego, tworzenie prezentacji w celu wzbudzenia zainteresowania swoim projektem oraz tworzenie partnerstw i siatek kontaktów.



RAMY OGÓLNE

Oczekujemy, że po zakończeniu programu młode uczestniczki zwiększą poziom wiedzy, rozwiną umiejętności, zyskają pewność siebie i zdolności we wszystkich wymienionych poniżej dziedzinach:

AKTUALNE CECHY KONTEKSTU PUBLICZNEGO I LOKALNEGO

PROJEKT

POTENCJAŁ WŁASNY I PEWNOŚĆ SIEBIE

RELACJE Z INTERESARIUSZAMI

ISTOTNA WIEDZA SPECJALISTYCZNA

Poszczególne elementy programu szkoleniowego YFEP zostały zaprojektowane i zaadaptowane w taki sposób, by uwzględnić znaczenie procesu refleksji, który jest niezbędnym elementem w podejściu opartym na uczeniu się przez działanie. Uwzględniono także znaczenie budowania relacji, mentoringu, wsparcia rówieśniczego i ukierunkowanej wiedzy.



GRUPA DOCELOWA

Kobiety w wieku od 18 do 30 lat (szczególnie, choć nie tylko, z gospodarstw domowych w trudnej sytuacji socjalnej, przedwcześnie kończące naukę, będących młodymi matkami, o pochodzeniu migracyjnym lub imigranckim, stojące w obliczu wykluczenia społecznego i ekonomicznego) nieuczące się/nie pracujące od dłuższego czasu (co najmniej 6 miesięcy), pochodzące z gospodarstw domowych najbardziej narażonych na ubóstwo i/lub obszarów miejskich/wiejskich znajdujących się w niekorzystnej sytuacji.

Uczestniczki powinny wykazywać motywację do samozatrudnienia - które byłoby sposobem na pełną integrację ze społeczeństwem - oraz mieć potrzebę/zamiar zdobycia instrumentów umożliwiających realizację rodzących się pomysłów w zakresie przedsiębiorczości. Osoby biorące udział w projekcie będą zamieszkiwać regiony/prowincje krajów partnerskich, aby umożliwić przeprowadzenie lokalnej fazy pilotażu.

Aby lepiej zdefiniować cele edukacyjne, konieczne jest opisanie specyficznych cech naszej grupy docelowej. Pomoże nam to ustrukturyzować i rozwinąć założenia dydaktyczne w taki sposób, aby stanowiły rzeczywistą wartość dla przyszłych przedsiębiorczyń.

CECHY POZNAWCZE

Cechy poznawcze młodych kobiet-przedsiębiorców są następujące:

- Choć posiadają wiedzę na temat procesów życiowych, jednocześnie dysponują minimalną wiedzą na temat zakładania firmy i zarządzania nią.
- Brakuje im również umiejętności włączania w swoje działania zasad zrównoważonego rozwoju i zmian społecznych.
- Zazwyczaj nie posiadają umiejętności biznesowych i księgowych.
- Zostały wybrane ze względu na chęć założenia własnej firmy lub zdobycia umiejętności biznesowych.
- Są aktywne i przedsiębiorcze, więc najczęściej uczą się poprzez działanie (Action Learning)
- Interesują się zagadnieniami dotyczącymi przedsiębiorczości zgodnej z zasadami zrównoważonego rozwoju i etyki.
- Są zainteresowane zdobywaniem niezbędnej wiedzy i umiejętności na platformach e-learningowych

CECHY PSYCHOSPOŁECZNE

Cechy poznawcze młodych kobiet-przedsiębiorców są następujące:

- Choć posiadają wiedzę na temat procesów życiowych, jednocześnie dysponują minimalną wiedzą na temat zakładania firmy i zarządzania nią.
- Brakuje im również umiejętności włączania w swoje działania zasad zrównoważonego rozwoju i zmian społecznych.
- Zazwyczaj nie posiadają umiejętności biznesowych i księgowych.
- Zostały wybrane ze względu na chęć założenia własnej firmy lub zdobycia umiejętności biznesowych.
- Są aktywne i przedsiębiorcze, więc najczęściej uczą się poprzez działanie (Action Learning)
- Interesują się zagadnieniami dotyczącymi przedsiębiorczości zgodnej z zasadami zrównoważonego rozwoju i etyki.
- Są zainteresowane zdobywaniem niezbędnej wiedzy i umiejętności na platformach e-learningowych

CECHY DEMOGRAFICZNE

Mówimy o grupie docelowej, która jest rozszkana po różnych krajach członkowskich UE i która może pochodzić z innych miejsc niż to, w którym obecnie mieszka i pracuje.

- Pod względem etnicznym znajdują się w regionie europejskim
- Jako że posługują się różnymi językami, program jest prowadzony w różnych wersjach językowych.



CEL

PROGRAMU

INNOWACYJNE I DOPASOWANE DO POTRZEB ROZWIĄZANIA, których celem jest wspieranie, upodmiotowienie i inspirowanie młodych kobiet do budowania własnej przyszłości poprzez samozatrudnienie, edukację i szkolenia, doskonalenie umiejętności związanych z postawą przedsiębiorczą i poszerzanie umiejętności miękkich oraz poprzez specjalny program tworzenia przedsiębiorstw społecznych.

Zdolności przedsiębiorcze rozwijają się, gdy ludzie mają możliwość ich demonstrowania. Z tego powodu projekt YFEP będzie oferował wsparcie w postaci promowania i mentoringu ze strony lokalnych firm, przedsiębiorstw i innych kobiet-przedsiębiorców. Taka forma utwierdzenia daje odwagę do wyjścia poza strefę komfortu i eksperymentowania z nieznanymi zachowaniami oraz do testowania nowych umiejętności i zdolności.

Uczestniczki zaangażowane w proces rozwoju osobistego otrzymają konkretne i dostosowane do ich potrzeb wsparcie ze strony licznych mentorów, którzy będą szkolić je i doradzać im w dokonywaniu wyborów, zapewniając także nieustanne wsparcie zewnętrzne ze strony odpowiednich podmiotów lokalnych (takich jak organizatorzy szkoleń, służby socjalne, potencjalni pracodawcy, inwestorzy, sponsorzy...), a przede wszystkim ze strony ich rodzin. Zapewni to trwałość proponowanych działań oraz wywrze długotrwały wpływ na całą społeczność i zapewni jej korzyści.

Etapy proponowanych działań w ramach zestawu narzędzi (Toolkit)



1. KSZTAŁTOWANIE WIZJI

Na tym etapie uczestniczki dowiedzą się, jak przygotować i zorganizować pomysł na biznes. Nauczą się jak opracować i ująć w ramy formalne WIZJĘ BIZNESU, uwzględniając wymogi zrównoważonego rozwoju w odniesieniu do specyfiki ich pomysłu. Ta aktywność może mieć charakter indywidualny, bądź grupowy.

- a) Modele innowacji społecznych, wyszukiwanie możliwości, tworzenie wizji, uwzględnianie elementów etycznych i zrównoważonego rozwoju
- b) Szablon modelu biznesowego, rozpoczęcie opracowywania szablonu profilu klienta (kim jest, jaka jest skierowana do niego oferta)
- c) Nauka umiejętności i wpływania na uczestników szkolenia
- d) Ocena własna obejmująca umiejętność uczenia się



2. OCENA WSTĘPNA

Rozwój osobisty i analiza organizacyjna

Jak analizować potrzeby osobiste (w celu wspierania dalszych szkoleń i rozwoju osobistego) oraz zasoby wewnętrzne, ustalać priorytety i wyznaczać MIERZALNE CELE do osiągnięcia. Ta część jest realizowana poprzez serię sesji online, z udziałem uczestniczek i mentorów, które pozwolą zapoznać się z różnymi działami tworzącymi przedsiębiorstwo (administracja, finanse, marketing i reklama, produkcja, sprzedaż, zarządzanie zasobami ludzkimi, dział networkingu...), aby umożliwić zaznajomienie się ze sposobem funkcjonowania firmy i dokonanie jej szczegółowego przeglądu, przy jednoczesnej nauce, jak lepiej nią zarządzać. W tej fazie osoby zaangażowane w projekt powinny mieć do dyspozycji dwóch lub trzech mentorów, w zależności od ich najślabszych stron wynikających ze wstępnej analizy potrzeb osobistych.

- a) Samoświadomość i poczucie własnej sprawczości, motywacja, umiejętności i postawy w zakresie przedsiębiorczości, przedsiębiorczość kobiet i płeć, niepowodzenia, słabości i lęk. Testy do samooceny w zakresie osobowości. Sparowanie z mentorem w celu umożliwienia rozwoju osobistego.
- b) Zarządzanie firmą, potrzebne umiejętności strategiczne: z zakresu finansów, księgowości, marketingu, zarządzania zasobami ludzkimi, sprzedaży i zarządzania relacjami z klientem (CRM). Sparowanie z mentorem będącym ekspertem w danym sektorze i obszarze działalności.
- c) Nauka umiejętności i wpływania na uczestników szkolenia
- d) Ocena własna obejmująca umiejętność uczenia się



3. DZIELENIE się wynikami w celu uzyskania lepszego wsparcia – mobilizacja zasobów i tworzenie sieci kontaktów

W tej części uczestniczki uczą się przeprowadzać analizę łańcucha wartości (ang. value chain analysis), klientów i dostawców, a także dokonują przeglądu sieci kontaktów, aby upewnić się, że mają potrzebne im wsparcie (w tej fazie należy dodać nowych mentorów - zob. wskazówki dotyczące MENTORÓW). Przyszłe przedsiębiorczynie decydują o praktycznych działaniach dopiero po przedstawieniu swojego pomysłu grupie i ocenie go przez inne uczestniczki i mentorów. Online zdobywają wiedzę na temat przeprowadzania sesji ewaluacyjnej z udziałem uczestników, aby proaktywnie zaangażować personel (budowanie zespołu, techniki współpracy...) z wykorzystaniem praktyk zrównoważonego rozwoju i uczestnictwa.

- a) Jakie zasoby są mi potrzebne; czy je mam? Jak zmobilizować zasoby? Jak zmobilizować innych? Przywództwo oparte na współpracy, współtworzenie. Łańcuchy wartości z dostawcami.
- b) Budowanie sieci i współpracy. Współzałożyciele i partnerstwa. Budowanie zaufania i zarządzanie konfliktem. Pozyskiwanie nowych mentorów
- c) Nauka umiejętności i wpływania na uczestników szkolenia
- d) Ocena własna obejmująca umiejętność uczenia się



4. PLANOWANIE

Plan projektu i prezentacja sprzedażowa (pitching)

Po zapoznaniu się z pozyskaną wiedzą uczestniczki dopinają projekty pod względem formalnym i kończą pisanie indywidualnego/grupowego biznesplanu.

Treści dostępne w internecie pomogą im we wdrożeniu, monitorowaniu i ocenie postępów w realizacji pomysłu biznesowego, a mentorzy będą wspierać je na wszystkich etapach tego procesu.

- a) Finalne spisanie projektu i analiza. Ukończenie prac nad szablonem modelu biznesowego oraz biznesplanem. Analiza środowiskowa, lista kompetencji, plan marketingowy i plan sprzedaży, prognozy finansowe i ekonomiczne. Ocena za pomocą techniki LICET opracowanej przez Aregai.
- b) Umiejętności prezentacyjne, prezentowanie inwestorom lub potencjalnym partnerom. Opowiadanie historii / marketing narracyjny.
- c) Nauka umiejętności i wpływania na uczestników szkolenia
- d) Ocena własna obejmująca umiejętność uczenia się

SCHEMAT UCZESTNICTWA/ZAAANGAŻOWANIA

Od osób biorących udział w projekcie wymaga się uczestnictwa w warsztatach i e-kursach. Te drugie mogą robić w wybranym przez siebie miejscu i czasie, ale konieczna jest współpraca i zaangażowanie na forach, aby wykonać zadania z modułów istotnych dla rozwoju własnych projektów. Uczestniczki biorą udział w sesjach mentorskich i projektach grupowych w blokach. Warsztaty są rozłożone w czasie na tyle długim, by można było poczynić rzeczywiste postępy w realizacji projektu i ocenić, czy ma on szansę na powodzenie. Czas ten wynosi od 5 do 6 miesięcy. Bloki zajęć online lub offline muszą być na tyle długie, by zapewniać pewien stopień intensywności i wyzwania umysłowego oraz możliwość interakcji z resztą grupy, ale na tyle krótkie, by uczestniczki wyniosły z nich jasne komunikaty do zastosowania w ich projektach. Okresy przerw między zajęciami umożliwiają osobom zaangażowanym poczynienie rzeczywistych postępów w realizacji projektu, ale nie są na tyle długie, by stracić ogłęd sytuacji. Program Młoda przedsiębiorczyni obejmuje łącznie około 85 godzin, na które składają się e-kursy, warsztaty, sesje mentorskie, projekty grupowe, podręczniki i fora.

WYKORZYSTANIE ZASOBÓW UCZESTNIKÓW

Uczestniczki zostały poinformowane, że wybrano je ze względu na ich potencjał do założenia prospołecznego i zrównoważonego kobiecego przedsiębiorstwa. Mają do dyspozycji zajęcia, ale nie otrzymują wszystkiego „na tacy”, ponieważ to na nich spoczywa odpowiedzialność za określenie źródła, przyswojenie informacji, refleksję nad nimi i ich wykorzystanie. Są odpowiedzialne nie tylko za własną naukę, ale także za proces uczenia się i rozwój innych. Istnieje potrzeba stworzenia psychologicznego kontraktu między trenerami a uczestnikami, ponieważ istotnym aspektem przedsiębiorczości jest **nastawienie**; nie można szkolić się w zakresie wdrażania procesów biznesowych za pomocą książek i suchych danych, ale raczej poprzez działanie i praktykę. Zatem szkolenie w ramach YFEP odbywa się głównie poprzez metody programu oraz interakcję i współdziałanie uczestniczek, nie zaś poprzez samą „tajemną” wiedzę i dostępne na kursie treści.

Od samego początku programu opracowaliśmy działania wzmacniające założenie, że nie wszystko zostanie podane „na tacy”. To za sprawą warsztatów, sesji mentoringu grupowego, wykładów i e-modułów działania, uczestniczki określają, co chcą wynieść z programu oraz jakie doświadczenia i wiedzę mogą wnieść w proces uczenia się innych – nie są bowiem odpowiedzialne jedynie za własny rozwój. Dlatego już na wczesnym etapie zajęć wyjaśni się, jakie zasoby są dostępne w grupie.

OCZEKIWANY WPŁYW

Oczekuje się, że zostanie uzyskany wzrost wskaźników zakładania firm przez młode kobiety znajdujące się w niekorzystnej sytuacji życiowej, a także poprawa sytuacji istniejących przedsiębiorstw. Ponadto u uczestniczek nastąpi:

- poprawa zdolności do wspólnego podejmowania decyzji, efektywnej komunikacji i umiejętności prowadzenia otwartego dialogu, zwiększenie zrozumienia dla odmiennego punktu widzenia i zainteresowań innych osób
- rozwój umiejętności wyrażania i kodyfikowania osobistej i zawodowej wizji oraz jasnego wyrażania potrzeb i celów (własnych i organizacyjnych)
- zwiększenie odporności psychicznej, elastyczności, zdolności adaptacji, gotowości do podejmowania ryzyka, umiejętności podejmowania decyzji, poprawa w dziedzinie umiejętności informatycznych oraz innych umiejętności miękkich/społecznych/przekrojowych, co stanowić będzie efekt dodatkowy procesu rozwoju osobistego i zawodowego
- nauka wyznaczania i przestrzegania jasnych granic między rodziną a biznesem; równowaga między pracą a życiem osobistym i dobre samopoczucie będą stanowić pośredni efekt rozwoju osobistego i doświadczenia płynącego z grup wsparcia.
- zwiększenie szans na zatrudnienie oraz rozwój społeczno-edukacyjny i osobisty.
- rozwijanie postawy przedsiębiorczej, krytycznego myślenia i kreatywności.

UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJE

Czy przedsiębiorczynią się rodzi, czy też się nią zostaje? Czy można nauczyć się, jak zostać odnoszącą sukcesy bizneswomen? Wierzmy, że umiejętności te można nabyć, zwiększając tym samym szanse na powodzenie swoich biznesowych inicjatyw. Definicja sukcesu w dzisiejszych czasach ulega zmianie; nie jest to już sama pogoń za statusem i zyskiem, ale także chęć odwdzięczenia się społeczeństwu, pragnienie życia i pracy według własnych zasad. To pragnienie dokonania zmiany, stworzenia czegoś, co jest istotne i rozwiązuje palące problemy, z którymi borykają się dziś społeczności całego świata.

Staraliśmy się określić, jakie umiejętności posiadają młode kobiety-przedsiębiorcy, i pomóc im w pomyślnym rozwoju z korzyścią dla nich samych oraz globalnej społeczności. Korzyści dla środowiska i społeczeństwa powinny bowiem być rozliczane w firmach tak samo jak wyniki finansowe – określa się to mianem „potrójnej linii przewodniej” (Triple Bottom Line, TBL). Program YFEP łączy wiedzę na temat młodych kobiet przedsiębiorców i osób pracujących zawodowo w Europie – tego, co jest dla nich ważne, jakich umiejętności związanych z przedsiębiorczością potrzebują, aby osiągnąć biegłość, jakie stoją przed nimi wyzwania i jakie są ich preferowane metody zdobywania wiedzy. Dokonaliśmy pomiaru poziomu wiedzy uczestniczek na temat tych umiejętności oraz ich potencjału do dalszego uczenia się. Podejście szkoleniowe YFEP sformułowano w taki sposób, aby do zakończenia projektu owe kluczowe kompetencje zostały przez uczestniczki nabyte w sposób możliwie dla nich interesujący.

Należy zauważyć, że same umiejętności nie wystarczają, zasadniczą rolę odgrywają bowiem cechy osobowości przedsiębiorców i ich pracowników: „cechy charakteru – takie jak umiejętność holistycznego postrzegania drugiej osoby i doceniania całości jej działań, okazywanie zainteresowania, empatii i uwagi – okazują się silnie rzutować na umiejętność nawiązywania kontaktów.” (Gilchrist, 2004:5).

Można znaleźć pewne podobieństwa między odnoszącymi sukces, etycznymi młodymi przedsiębiorczyniami. Są one innowacyjne, chętne do współpracy, podejmują ryzyko i łamią zasady. Nazywa się je „społecznymi agentami zmiany” lub „agentami zmiany świata”. Motorem ich działania są wartości; a nadrzędnym celem – wprowadzanie zmian. Potrafią przełamywać schematy. Cechuje je duża orientacja na pracę zespołową, są empatyczne i altruistycznie nastawione. Dwa istotne aspekty ich osobowości, które obecne są też we wszystkich zrównoważonych przedsięwzięciach społecznych, to wysoki poziom empatii i inteligencji emocjonalnej.

Inna grupa atrybutów koniecznych do odniesienia sukcesu w dzisiejszym świecie (zwłaszcza w sferze cyfrowej), to umiejętność zadawania pytań, kwestionowania, snucia marzeń, obrazowania, eksperymentowania, uczenia się, rozwiązywania problemów i krytycznego myślenia. Umiejętności te nazywamy umiejętnościami na miarę XXI wieku.

Efekty, które mają być osiągnięte dzięki procesowi współtworzenia młodych przedsiębiorczyń działających w sposób zrównoważony i społeczny, są nazywane rezultatami transformacyjnymi. Należą do nich: wprowadzanie zmian w celu poprawy świata, tworzenie miejsc pracy – dwa nowe miejsca pracy na każde jedno stanowisko, wpływ na środowisko, oddziaływanie społeczne, współpraca (pomaganie innym w podążaniu za marzeniami), wspieranie społeczności lokalnej i systemu gospodarczego, tworzenie korzyści ekonomicznych i wreszcie cele edukacyjne.

CELE DYDAKTYCZNE

Zdobywanie kluczowych kompetencji jest zgodne z zasadami równości i powszechnego dostępu. Ramy YFEP odnoszą się także w szczególności do grup defaworyzowanych, których potencjał edukacyjny wymaga wsparcia. Przykładami takich grup są między innymi bezrobotna młodzież, osoby o niskich umiejętnościach bazowych, osoby przedwcześnie kończące naukę, osoby długotrwale bezrobotne, osoby niepełnosprawne, migranci i młode matki.

Jak w każdym programie edukacyjnym, wyniki powinny być wymierne. Konieczna jest możliwość oceny, czy osiągnięto założone cele edukacyjne, aby w razie konieczności możliwe było podjęcie odpowiednich działań korygujących. Najpowszechniej stosowaną i najodpowiedniejszą metodą oceny i pomiaru wyników naszego programu jest opracowanie szczegółowych celów nauczania, które mieszczą się w trzech podstawowych domenach: poznawczej, afektywnej i psychomotorycznej. Poniżej zaprezentowano podzielone na poszczególne dziedziny cele, które mają osiągnąć uczestniczki programu dzięki udziałowi w szkoleniach.

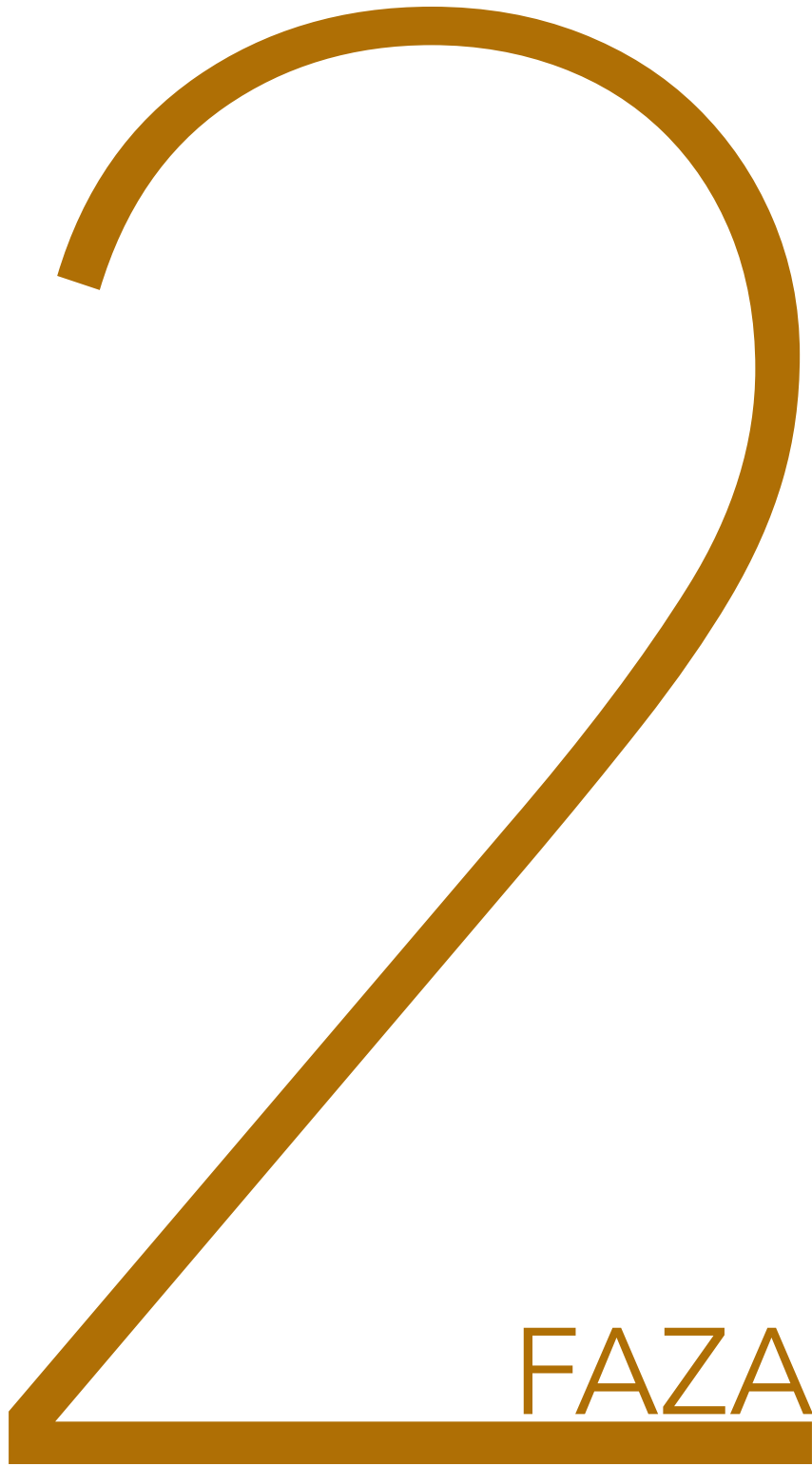
CELE DYDAKTYCZNE MŁODYCH PRZEDSIĘBIORCZYŃ UKIERUNKOWANE NA OBSZAR POZNAWCZY

W tej części cele dydaktyczne zostaną opisane w kategoriach umiejętności umysłowych (wiedza). Uczestniczki programu zdobędą umiejętności w dziedzinach opisanych na następnych stronach

1 FAZA

KSZTAŁTOWANIE WIZJI

- Pogłębienie wiedzy na temat projektowania komponentu innowacji społecznych przedsięwzięcia
 - Zwiększenie świadomości odnośnie przedsiębiorczości społecznej i ról przywódczych
 - Zrozumienie elementów przywództwa transformacyjnego opartego na współpracy oraz sposobów działania na rzecz szerszej społeczności.
 - Poznanie zasad zrównoważonego rozwoju i procesów pozwalających na jego zastosowanie.
 - Pogłębienie wiedzy na temat zarządzania wolontariatem
 - Zrozumienie zasad prowadzenia orędownictwa na rzecz zmian
 - Wzmocnienie umiejętności transformacyjnego i empatycznego zaangażowania.
 - Zrozumienie zasad zarządzania łańcuchem dostaw i projektowania modelu produkcji na rzecz oddziaływania (ang. design for impact)
 - Zastosowanie procesów współtworzenia i współpracy w przedsiębiorstwie.
 - Uwzględnianie w projekcie biznesowym kwestii środowiskowych.
 - Rozwiązywanie problemów społecznych związanych z prawami pracowników w całym łańcuchu dostaw
 - Rozwiązywanie problemów społeczności lokalnych poprzez teorię zmiany
 - Uwzględnienie Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ w tworzeniu modelu biznesowego
 - Świadomość możliwości wsparcia społeczności poprzez lokalny wzrost gospodarczy, tworzenie miejsc pracy i minimalizowanie negatywnego wpływu na środowisko naturalne
 - Zrozumienie kwestii zapewniania zatrudnienia grupom wrażliwym w łańcuchach dostaw i działalności biznesowej
 - Poznanie narzędzi służących do formułowania innowacyjnego społecznie modelu biznesowego
 - Zwiększenie świadomości roli przedsiębiorcy jako lidera współpracy
 - Lepsze poznanie modeli i rodzajów przedsiębiorczości społecznej



OCENA WSTĘPNA

Rozwój osobisty i analiza organizacyjna

- Określenie wizji przedsiębiorcy;
- Możliwość określenia priorytetów, analizy zasobów, przeprowadzenia analizy GAP i SWOT
- Ukończenie indywidualnego planu rozwoju osobistego
- Poznanie sektora przedsiębiorczości oraz różnych typów działalności gospodarczej;
- Zgłębienie sposobu funkcjonowania poszczególnych działów przedsiębiorstwa
- Zrozumienie składowych koniecznych do zostania przedsiębiorcą (cel, wpływ, motywacja do działania)
- Zidentyfikowanie cech wspólnych przedsiębiorców;
- Zrozumienie własnych predyspozycji do bycia przedsiębiorcą;

FAZA 3

DZIELENIE SIĘ WYNIKAMI W CELU uzyskania lepszego wsparcia – mobilizowanie zasobów i tworzenie sieci kontaktów

Kompetencje i umiejętności:

- Ocena własna
- Refleksja
- Praca grupowa
- Niezbędne zasoby dla firmy
- Zdefiniowanie roli partnerów
- Planowanie strategiczne VMOSA,
- S.M.A.R.T., Budowanie skutecznej i spójnej sieci,
- Kluczowe partnerstwa w biznesie,
- Budowanie zaufania wśród ludzi

Wpływ na uczestników:

Po opracowaniu tego zagadnienia słuchaczki będą potrafiły:

- Ustalić wizję swojej przyszłej działalności gospodarczej,
- Uświadomić sobie, jak wiele pracy trzeba włożyć w stworzenie odnoszącego sukcesy biznesu
- Korzystać z narzędzia planowania strategicznego podczas budowania sieci kontaktów,
- Rozumieć kryteria dobrego partnerstwa,
- Budować złożone i godne zaufania partnerstwa



FAZA

PLANOWANIE

Plan projektu i prezentacja sprzedażowa

Kompetencje:

- Uczenie się przez doświadczenie;
- Praca z innymi;
- Radzenie sobie z niepewnością, niejasnością i ryzykiem;
- Samoświadomość i poczucie własnej sprawczości, dostrzeganie możliwości, kreatywność;
- Wizja, ocena wartości pomysłów;
- Znajomość zagadnień finansowych i ekonomicznych;
- Mobilizowanie innych;
- Planowanie i zarządzanie;

:

Umiejętności

- Tworzenie szablonu modelu biznesowego i biznesplanu
- Łączenie części modelu biznesowego w opowieść,
- Przygotowywanie krótkiej prezentacji inwestorskiej (pitch deck),
- Prezentacja sprzedażowa (pitching).

Wpływ na uczestników:

- Poprawa zdolności do wspólnego podejmowania decyzji,
- Skuteczna komunikacja i umiejętność prowadzenia otwartego dialogu,
- Większe zrozumienie dla punktu widzenia i interesów innych osób
- Poprawa zdolności do wyrażania i kodyfikowania osobistej i zawodowej wizji oraz do jasnego wyrażania potrzeb i ograniczeń (własnych i organizacyjnych)
- Zwiększona odporność psychiczna i elastyczność, korzystne zmiany w dziedzinie adaptacji i podejmowania ryzyka, polepszenie procesu podejmowania decyzji, wzrost umiejętności informatycznych oraz innych umiejętności miękkich/społecznych/transwersalnych jako efekt pośredni procesu rozwoju osobistego i zawodowego
- Zwiększone szanse na zatrudnienie oraz rozwój społeczno-edukacyjny i osobisty
- Rozwijanie postaw przedsiębiorczych, krytycznego myślenia i kreatywności.

CELE DYDAKTYCZNE MŁODYCH PRZEDSIĘBIORCZYŃ UKIERUNKOWANE NA OBSZAR AFEKTYWNY

W tym segmencie cele uczenia zostaną opisane w kontekście uczuć lub obszarów emocjonalnych (Postawa). Dokładniej mówiąc, uczestniczki po zakończeniu procesu szkoleniowego będą w stanie podnieść i ugruntować umiejętności w odniesieniu do następujących kwestii:

- Współtworzenie i współpraca: zwiększanie umiejętności i skłonności do współtworzenia i współpracy na wszystkich poziomach działań przedsiębiorczych
- Postawa przyjazna środowisku: zmiana postawy na bardziej zrównoważoną ekologicznie w zakresie produkcji, zakupu, użytkowania i sprzedaży materiałów w celu zminimalizowania negatywnego wpływu na środowisko.
- Etyczna praca: zmiana postawy i sposobu myślenia w celu zapewnienia uczciwych warunków pracy i płacy wszystkim osobom zaangażowanym w proces produkcji i sprzedaży.
- Lokalny wzrost gospodarczy i tworzenie miejsc pracy: zmiana postawy w celu wspierania swoich społeczności poprzez stymulowanie lokalnego wzrostu gospodarczego, tworzenie miejsc pracy i minimalizowanie negatywnego wpływu na środowisko.
- Włączenie społeczne i integracja zawodowa grup wrażliwych: zmiana nastawienia na zapewnienie pracy i dostępu do niej grupom wrażliwym w swoich łańcuchach dostaw i działaniach
 - Zadawanie pytań
 - Kwestionowanie
 - Snucie marzeń
 - Tworzenie wizji
 - Eksperymentowanie
 - Uczenie się
 - Rozwiązywanie problemów
 - Krytyczne myślenie
 - Rozwijanie bardziej pozytywnego nastawienia do technologii informacyjno-komunikacyjnych
- Zwiększenie pewności siebie w zakresie swoich umiejętności i wiedzy z zakresu technologii informacyjno-komunikacyjnych
 - Praca zespołowa i wymiana opinii z innymi uczestnikami szkolenia oraz trenerami/mentorami, zarówno w sposób konwencjonalny, jak i za pomocą narzędzi teleinformatycznych (np. czat online)
 - Dzielenie się opiniami z innymi i wyrażanie siebie
 - Rozwijanie zmysłu przedsiębiorczości i innowacyjności
 - Odkrywanie nowych sposobów przyswajania informacji i sposobów uczenia się

CELE DYDAKTYCZNE MŁODYCH PRZEDSIĘBIORCZYŃ UKIERUNKOWANE NA OBSZAR PSYCHOMOTORYCZNY

Na koniec, w tym segmencie cele dydaktyczne zostaną opisane pod kątem umiejętności manualnych lub fizycznych (Umiejętności). Po zakończeniu tego procesu, uczestniczki zdobędą umiejętności w odniesieniu do następujących kwestii:

- Pisanie biznesplanu
- Przygotowywanie prezentacji sprzedażowej
- Jak przygotować prezentację inwestorską
- Identyfikacja zasobów, fundatorów, sponsorów i inwestorów
- Pozyskiwanie funduszy
- Włączenie do pracy grup wrażliwych
- Współpraca ze wszystkimi interesariuszami
- Pozyskiwanie klientów i partnerów
- Budowa sieci współpracy i sojuszy
- Angażowanie w życie grup w trudnej sytuacji społecznej / partnerów
- Poprawa relacji z podmiotami współpracującymi
- Budowanie przedsiębiorstwa opartego na współpracy
- Współtworzenie
- Wywieranie korzystnego wpływu na społeczeństwo i środowisko
- Wprowadzanie innowacji społecznych
- Umiejętność korzystania z mediów społecznościowych i komputera osobistego
- Podstawowe umiejętności korzystania z interaktywnych narzędzi internetowych
- Pokonywanie przeszkód
- Odpowiadanie na pytania dotyczące produktów
- Przygotowanie się na ewentualność wystąpienia problemów
- Ocena wyników

OCENA PODEJŚCIA METODOLOGICZNEGO

Podejście metodologiczne służące do opracowania działań w ramach programu szkoleniowego Młoda przedsiębiorczyni (YFEP) zostanie poddane ewaluacji na zakończenie realizacji projektu w celu oceny jego skuteczności. Ewaluacja powinna opierać się na szeregu wskaźników określonych w celu oceny programu szkoleniowego i ogólnej realizacji projektu pod względem osiągniętych rezultatów i oddziaływania na poziomie każdej z grup, do których bezpośrednio lub pośrednio skierowany jest projekt: uczestników szkoleń, trenerów, instytucji/organizacji, społeczności lokalnej, na poziomie krajowym i unijnym.

Wyniki badań wskazują, że narzędzia internetowe nie są zawsze skuteczne, a ludzie nie uczestniczą w mediach społecznościowych – wprawdzie śledzą je, ale nie wchodzą na nich w interakcje ani się w nich nie angażują: „Posiadamy stronę na Facebooku i konto na Twitterze. Nie korzystamy z nich zbyt często, choć mamy wielu członków i followerów. Ludzie chętnie czytają, co zostało napisane, ale mniej chętnie się udzielają, więc nie funkcjonują zbyt dobrze” - przedstawiciel Social Enterprise Network (Cabinet Office, 2011, s.42)

Musimy się upewnić, czy narzędzia i platformy internetowe były przydatne i czy uczestnicy rzeczywiście się angażowali, a także jakie zmiany należy wprowadzić, aby poprawić zarówno realizację celów edukacyjnych, jak i doświadczenia uczestników programu szkoleniowego YFEP.

Proponowane wskaźniki są następujące:

Wskaźniki dotyczące uczestniczek szkolenia

- Umiejętności samorozwoju
- Postępy w realizacji projektów
- Poziom współtworzenia i współpracy
- Poziom zwiększenia wpływu projektów na zrównoważony rozwój
- Poziom zwiększenia włączenia społecznego w projektach
- Rozwój wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych
- Rozwój kompetencji YFEP
- Zwiększenie motywacji
- Poprawa pewności siebie
- Stopień zaangażowania w samoanalizę

Wskaźniki dotyczące personelu (wykładowcy/mentorzy/facylitatorzy, zarząd organizacji, osoby odpowiedzialne za kontrolę jakości)

- Umiejętności samorozwoju
- Jakość pracy zawodowej
- Rozwój umiejętności zarządzania
- Współtworzenie wśród pracowników
- Rozwój wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych
- Rozwój umiejętności dydaktycznych
- Zwiększenie motywacji
- Stopień zadowolenia beneficjentów (stażystów, studentów, pracowników)

Wskaźniki dotyczące instytucji/organizacji

- Zarządzanie generujące jakość
- Poprawa współpracy między pracownikami instytucji
- Liczba beneficjentów
- Wyniki uzyskane w ewaluacji wewnętrznej i zewnętrznej
- Opracowana strategia
- Upowszechnianie rezultatów projektu.

Wskaźniki dotyczące społeczności lokalnej

- Zapewnienie szkoleń dla innych beneficjentów
- Wsparcie i wiedza osób i instytucji w zakresie zapewnienia poprawy jakości
- Współpraca z innymi instytucjami/organizacjami w zakresie szkolenia dorosłych na poziomie lokalnym i/lub regionalnym
 - Widoczność instytucji i stworzonego programu szkoleniowego w społeczności lokalnej
 - Liczba odwiedzin na stronie projektu (e-quality)

Wskaźniki dotyczące poziomu krajowego - UE

- Szkolenia z zakresu przedsiębiorczości dla młodych kobiet
- Rozwój partnerstw edukacyjnych pomiędzy ośrodkami szkolenia w zakresie przedsiębiorczości a młodzieżą.

OCENA WŁASNA

Zalety

- Pozwala zaprezentować osiągnięcia
- Pomaga menedżerom być na bieżąco na temat mocnych stron i osiągnięć pracowników
- Motywuje do wzięcia odpowiedzialności za swoje mocne i słabe strony.
- Pomaga określić wartość wnoszoną przez pracownika.

Co należy uwzględnić

Oto pięć rzeczy, o których warto pamiętać:

Bądź konkretny i uwzględnij fakty i liczby

Prowadzenie dziennika swoich osiągnięć i wyników pracy przez cały rok może zaprocentować, gdy przyjdzie czas na sporządzenie oceny własnej. Upewnij się, że możesz szybko przywołać konkretne przykłady tego, co udało ci się osiągnąć i w jaki sposób wniosłeś wartość do organizacji.

Zarezerwuj odpowiednią ilość czasu

Upewnij się, że masz wystarczająco dużo czasu na przejrzanie wyników swojej pracy i zebranie wszystkich niezbędnych danych i przykładów. W większości przypadków potrzeba co najmniej kilku dni, aby zgromadzić całość informacji i zastanowić się nad mocnymi i słabymi stronami kandydata.

Zapoznaj się z opisem stanowiska pracy

Jeśli nie jesteś pewien, co należy ocenić, dobrym punktem wyjścia jest opis stanowiska pracy. Pomoże to określić, które z obowiązków wykonywane są najlepiej, które z wymaganych umiejętności rozwinąłeś i jakie zadania mógłbyś wykonywać lepiej.

Powiązanie z celami organizacji

Niezwykle ważne jest, aby pracownik wykazał, w jaki sposób jego wysiłki i osiągnięcia przyczyniły się do realizacji celów firmy. Jest to szczególnie ważne dla członków zespołu, którzy chcą ubiegać się o awans lub podwyżkę.

Określenie kolejnych kroków

Chociaż większość oceny własnej pracy koncentruje się na spojrzeniu wstecz i refleksji nad najlepszymi osiągnięciami, jest to również doskonała okazja do wyznaczenia celów i zamierzeń na przyszłość. Na zakończenie oceny należy podzielić się tym, w jaki sposób można wykorzystać swoje mocne strony w celu poprawy wyników, a także określić, w jaki sposób poprawić słabe strony poprzez rozwój umiejętności, edukację i wykształcenie lepszych nawyków.

Uzasadnij wyniki

Jeżeli zdecydujesz się opowiadać o odniesionym sukcesie, wyjaśnij, jak udało się go uzyskać. Zapisz, kto jeszcze się do niego przyczynił, jak podzielono obowiązki lub jakie dodatkowe kroki podjęto, aby zagwarantować powodzenie. Jeśli podjąłeś specjalną inicjatywę, aby zapewnić powodzenie projektu, jest to dobre miejsce, aby to udokumentować.

<https://www.indeed.com/hire/c/info/self-evaluation-examples-and-tips>

Poniższe pytania mają na celu sprawdzenie efektów uczenia się i skuteczności Podręcznika i zestawu narzędzi dla młodych kobiet-przedsiębiorców. Każda sekcja zawiera zestaw pytań, które pomogą ci lepiej zorientować się, co wniósł w twoje życie program i pozwolą upewnić się, że osiągnięto cele edukacyjne. Jeśli wydaje ci się, że nie znasz odpowiedzi na jakieś pytanie, możesz wrócić do zestawu narzędzi w odpowiednich sekcjach, aby znaleźć potrzebne odpowiedzi.

PRZYKŁAD FORMULARZA OCENY WŁASNEJ

Formularz oceny własnej pracownika

Część 1: Informacje o pracowniku

Imię i nazwisko Identyfikator:
Imię i nazwisko przełożonego:
Rok ewaluacji: Data zakończenia:

Część 2: Ocena własna

Jeśli zajdzie taka potrzeba, w ramach odpowiedzi na poniższe pytania, można dodać załączniki

1. Jakie były twoje największe osiągnięcia w zeszłym roku?
2. Kto jest twoimi głównymi klientami i jak dobrze z nimi współpracowałeś na przestrzeni minionego roku?
3. Opisz, w jakich dziedzinach mógłbyś się poprawić.
4. Czy posiadasz dodatkowe umiejętności lub wiedzę z innych dziedzin, które pozwalałyby bardziej efektywnie wykonywać obecną pracę lub być częściej wykorzystywane? Wymień.
5. Jakie cele (konkretne i wymierne) zamierzasz zrealizować w następnym roku?

Wymień tematy, które chciałbyś przedyskutować podczas corocznego spotkania ewaluacyjnego.

- 1.
- 2.
- 3.

Część 3: Podpisy

Omówiliśmy ocenę własną pracownika

Podpis pracownika: Data:
Podpis przełożonego: Data:

MATERIAŁY WARSZTATOWE DLA FAZY 1-4

Tutaj znajdziesz materiały warsztatowe i ćwiczenia do wykorzystania w trakcie zajęć lub do zaoferowania bezpośrednio uczestniczkom do samodzielnego wykorzystania.

INSTRUKCJE DLA KURSANTEK

Uczestniczki szkolenia mogą samodzielnie korzystać z podręczników do każdego z czterech etapów. Znajdą tam szczegółowe instrukcje dotyczące zakładania firmy krok po kroku. Po zapoznaniu się z treścią materiałów edukacyjnych, kursantki mogą samodzielnie wykonać ćwiczenia i warsztaty związane z oceną własną. Na końcu każdej fazy znajdują się pytania umożliwiające dokonanie samooceny, przez co uczestniczki mogą sprawdzić poziom zdobytej przez siebie wiedzy. W ramach programu dostarczane jest także przydatne narzędzie ewaluacyjne zawierające zagadnienia biznesowe - biznesową listę kontrolną LICET - pozwalające samodzielnie oceniać biznesowe postępy. Można również zapoznać się z zawartymi materiałami prezentacyjnymi, w których znajdują się zwięzłe podane informacje na wszystkie tematy poruszane w podręczniku.

Warsztaty Faza 1 KSZTAŁTOWANIE WIZJI

WARSZTAT Stwórz swój model innowacji społecznej

Nazwa warsztatu	Stwórz swój model innowacji społecznej
Numer warsztatu	1
Cel zajęć	Stworzenie propozycji wartości (value proposition) i teorii zmiany
Co nauczyciele powinni wiedzieć, aby poprowadzić warsztat	Podejście ukierunkowane na innowacje społeczne
Konkretne umiejętności związane z warsztatem	Procesy innowacji społecznych Rozwój nowego produktu
Kompetencje, które powinni rozwinąć uczestnicy warsztatu	Jak stworzyć produkt/usługę, który zaspokoi potrzeby beneficjentów? Jak stworzyć propozycję wartości i teorię zmiany w celu rozwiązania problemów, z jakimi borykają się beneficjenci dzięki oferowanym usługom/produktom?
Aktywności do wykonania w grupie AKTYWNOŚĆ 1	A. W dwóch zdaniach lub mniej zdefiniuj swoją propozycję wartości. Co jest tym „czymś”? - Jaki jest PROBLEM, który chcesz rozwiązać? - Jaki jest rozmiar tego problemu? (dodaj dane statystyczne) - Kim są BENEFICJENCI, których chcesz wspierać? - Jaki jest WPŁYW, który chcesz wywrzeć? - Jaką ZMIANĘ chcesz wprowadzić w ich życiu lub w odniesieniu do zidentyfikowanego problemu? (W jaki sposób ma ona charakter transformacyjny lub systemowy?) - Na czym polega innowacyjność pomysłu?
AKTYWNOŚĆ 2	<i>Rozwiązać... co dokładnie?</i> Przejdź do ilustracji A i wypełnij wolne miejsca w formularzu, zastanawiając się nad następującymi pytaniami B. Z nastawieniem na rozwiązywanie problemów Jakie są kluczowe cechy twojego produktu lub usługi? W jaki sposób twoja propozycja wartości łączy oferowany produkt lub usługę z potrzebą lub problemem klienta? C. Jakie kluczowe cechy opisują minimalnie satysfakcjonujący produkt (Minimum Viable Product, MVP) i powinny stanowić rozwiązanie potrzeby lub problemu klienta. Co jest potrzebne do stworzenia minimalnie satysfakcjonującego produktu? Sporządź listę. D. Sprawdź swoje założenia. Czy wartość, którą dostarczasz, jest unikatowa? Co robi twoja konkurencja? Czy klienci są skłonni zapłacić za dostarczaną wartość?

AKTYWNOŚĆ 3

Teraz przejdź do ilustracji B i wypełnij puste miejsca formularza, mając na uwadze swojego idealnego klienta/beneficjenta.

E. Stwórz profil beneficjenta.

Pomyśl, że twoje przedsięwzięcie społeczne składa się z dwóch, przecinających się okręgów. Jeden z nich generuje środki finansowe, a drugi wywiera wpływ. Kierując się tą samą logiką, zastanów się:

Kto jest moim beneficjentem?

To pytanie ma na celu zrozumienie problemu społecznego, który starasz się rozwiązać, koncentrując się na zrównoważonych praktykach społecznych.

Jaka jest moja propozycja wartości?

Aby zaangażować beneficjenta, musisz zapewnić mu wartość, nawet jeśli nie płaci on bezpośrednio za produkt lub usługę, którą dostarczasz. Jeśli żadne potrzeby nie zostaną zaspokojone ani żaden problem nie zostanie rozwiązany, istnieje duże prawdopodobieństwo, że produkt bądź usługa nie zostaną wykorzystane, a tym samym nie przyniosą oczekiwanych skutków.

AKTYWNOŚĆ 4	<p>Teraz przejdź do ilustracji C i odpowiedz na pytania w odpowiednich miejscach formularza. Zastanów się nad następującymi kwestiami</p> <p>W jaki sposób dostarczam wartość beneficjentowi?</p> <p>Jakie podejmowane przeze mnie działania umożliwiają wywieranie wpływu? Jakich zasobów potrzebuję, aby wywrzeć wpływ? Jak mogę go zwiększyć?</p> <p>Stosując podobne podejście, można się upewnić, że wpływ, jaki zamierzamy wywierać, rzeczywiście odpowiada potrzebom beneficjentów, a więc że „nie dokarmiamy dziecka z nadwagą”. Aby podsumować swój model oddziaływania, można posłużyć się teorią zmian.</p> <p>F. Zdefiniuj problem w zależności od potrzeb beneficjenta. Bądź precyzyjny i poprzyj swoje stanowisko statystykami i faktami.</p> <p>G. Wypełnij teorię zmian. Zwróć szczególną uwagę na dostosowanie swoich działań do potrzeb beneficjentów.</p> <p>H. Oceń swoją teorię zmiany. W jaki sposób najlepiej powiązać misję społeczną z kluczowymi działaniami, potrzebami klientów i jakie są tego konsekwencje dla kosztów i cen.</p> <p>I. Spróbuj znaleźć możliwości dostosowania. Czy możesz wykorzystać swoją misję społeczną, aby zająć się segmentem klientów mniej wrażliwym na ceny? Czy twoja misja społeczna może pomóc ci w obniżeniu kosztów? Czy twoja misja społeczna może przynieść korzyści twojej marce?</p>
Narzędzia i rekwizyty potrzebne do zajęć	
Dodatkowe przedmioty, które nie pasują do innych kategorii	
Źródła / bibliografia	

Ilustracja A

Rozwiązać... co dokładnie?

<p>Zdefiniuj problem. Dlaczego jest to problemem? Jakie są jego powody?</p>

<p>W jaki sposób zmiany przyczyn leżących u podstaw problemu mogą wpłynąć na jego rozwiązanie? Rozważ każdy przypadek z osobna</p>
<p>Wybierz punkt odniesienia. Zdefiniuj swoją misję.</p>

Ilustracja B

B	Imię i nazwisko Wiek Miejsce zamieszkania Wykształcenie Zawód	Życiorys
	Motywacje. (Jakie są ich obawy? Dlaczego potrzebują twojego produktu lub usługi?)	Frustracje (Jakie są ich frustracje? Z podobnymi rozwiązaniami i twoją ofertą? Co sprawia, że są niechętni?)
	Idealne doświadczenie i produkt lub usługa	Zacytuj. Podsumuj ich doświadczenia z twoim produktem lub usługą (pozytywne lub negatywne)

Ilustracja C

Społeczna misja twojego przedsięwzięcia	
PROBLEM, który starasz się rozwiązać	WPŁYW twoich działań
Proponowane ROZWIĄZANIE	Wykonywane działania
Założenia leżące u podstaw	

WARSZTAT Innowacje społeczne: Mapa Empatii

Nazwa warsztatu	Mapa empatii
Numer warsztatu	2
Cel zajęć	Przeanalizowanie profilu klienta
Co nauczyciele powinni wiedzieć, aby poprowadzić warsztat	Marketing i zachowania konsumenckie
Konkretne umiejętności związane z warsztatem	Zrozumienie zachowań konsumenckich Procesy rozwoju produktu

Kompetencje, które powinni rozwinąć uczestnicy warsztatu	Lepsze zrozumienie potrzeb idealnego klienta Ulepszenie portfela produktów i propozycji wartości
Aktywności do wykonania w grupie AKTYWNOŚĆ 1	Pobierz poniższą Mapę Empatii
AKTYWNOŚĆ 2	W oparciu o zidentyfikowane w ćwiczeniu w podrozdziale 1 osoby, wypełnij Mapę Empatii dla swojego produktu lub usługi. Zrób to dla każdej z zidentyfikowanych przez siebie person lub profili klientów
AKTYWNOŚĆ 3	Zastanów się nad swoim produktem lub usługą oraz nad tym, jak możesz je ulepszyć, aby jeszcze lepiej odpowiadały konkretnym potrzebom i wymaganiom potencjalnych klientów (lub person).
Narzędzia i rekwizyty potrzebne do zajęć	
Dodatkowe przedmioty, które nie pasują do innych kategorii	
Źródła / bibliografia	

[TŁUMACZENIE GRAFIKI. OD GÓRY, ZGODNIE Z RUCHEM WSKAZÓWEK ZEGARA]

Co MYŚLI I CZUJE?

Co liczy się naprawdę?

Główne zainteresowania

Obawy i aspiracje

Co WIDZI?

Środowisko

Przyjaciele

Oferta rynkowa

Co MÓWI I ROBI?

Publiczne zachowanie

Wygląd zewnętrzny

Zachowanie względem innych ludzi

Co go BOLI

lęki

frustracje

przeszkody

Co nim KIERUJE

pragnienia i potrzeby

mierniki sukcesu

przeszkody

Co SŁYSZY?

Co mówią jego przyjaciele?

Co mówi jego szef?

Co mówią influencerzy?

WARSZTAT Przywództwo oparte na współpracy

Nazwa warsztatu	Wspólne przywództwo
Numer warsztatu	3
Cel zajęć	Jak zidentyfikować partnerów i podzielić się swoją historią
Co nauczyciele powinni wiedzieć, aby poprowadzić warsztat	Współzałożenie, współpraca
Konkretne umiejętności związane z warsztatem	Współpraca Pitching Wykonawstwo
Kompetencje, które powinni rozwinąć uczestnicy warsztatu	Jak angażować partnerów i współpracowników Jak inspirować innych Jak współpracować Jak dzielić się swoją historią
Aktywności do wykonania w grupie AKTYWNOŚĆ 1	<p>Zadanie 1. Weź kartkę papieru, narysuj pionową linię i stwórz dwie listy. W prawej kolumnie wypisz wszystkie swoje atuty, umiejętności i kompetencje, które wnosisz do przedsięwzięcia. W lewej kolumnie wypisz swoje słabości i obawy.</p> <p>Teraz sporządź listę wszystkich umiejętności i typów zachowań, których wymagałbyś od swojego idealnego partnera lub partnerów.</p>
AKTYWNOŚĆ 2	<p>Zadanie 2. „Prezentujesz swój pomysł, rozmawiasz o nim z przyjaciółmi i proponują ci idealną osobę. Nie masz pieniędzy, aby ją zatrudnić. Musisz się z nią spotkać i przekonać ją, aby dołączyła do ciebie jako współzałożyciel i dzieliła z tobą ryzyko”.</p> <p>Napisz scenariusz tego spotkania. Jak wyobrażasz sobie siebie w roli lidera? Jaki profil powinieneś zaprezentować „idealnemu wspólnikowi”, aby przekonać go do dołączenia do twojej ryzykownej, ale niezwykle ważnej podróży? Jakie umiejętności posiadasz, a jakich ci brakuje? Które elementy twojej osobowości powinieneś stłumić, a które wyeksponować?</p>

AKTYWNOŚĆ 3	Zadanie 3. „Opracowujesz nowy nadruk na orientalnej tkaninie. Zdajesz sobie sprawę, że aby był on autentyczny w dotyku i wyglądzie, musisz go współtworzyć z syryjskim uchodźcą – projektantem i producentem tekstyliów. W twoim kraju znajduje się obóz dla uchodźców. Udaje ci się umówić na spotkanie z kierownikiem obozu, który przedstawia Ci syryjskiego uchodźcę pełniącego rolę ambasadora, który może pomóc ci znaleźć odpowiednią osobę. Spotykasz się z nimi, aby przekonać ich do udziału w twoim przedsięwzięciu, nie rekrutując ich”. Napisz scenariusz tego spotkania. Wyobraź sobie, jak zmienia się powyższy scenariusz. Jakie elementy twojej osobowości pomogą Ci przekonać ambasadora uchodźców syryjskich, a później syryjskich projektantów, aby przyłączyli się do twojego przedsięwzięcia?
AKTYWNOŚĆ 4	Zadanie 4. Wróć teraz do listy, którą stworzyłeś na początku ćwiczenia i odpowiednio ją dostosuj o mocne i słabe strony oraz o umiejętności twojego idealnego partnera.
Narzędzia i rekwizyty potrzebne do zajęć	
Dodatkowe przedmioty, które nie pasują do innych kategorii	
Źródła / bibliografia	

WARSZTAT Warsztaty transformacyjnego zaangażowania

Nazwa warsztatu	Warsztat na temat transformacyjnego zaangażowania
Numer warsztatu	4
Cel zajęć	Pomoc w ustanowieniu połączenia między tworzonym przedsięwzięciem a rzeczywistością
Co nauczyciele powinni wiedzieć, aby poprowadzić warsztat	Planowanie projektu
Konkretne umiejętności związane z warsztatem	Planowanie projektu Mapowanie ekosystemu
Kompetencje, które powinni rozwinąć uczestnicy warsztatu	Jak zarządzać członkami grupy Jak tworzyć w oparciu o swoje prawdziwe wewnętrzne „ja” Jak połączyć się z własnymi emocjami i kreatywnością

<p>Aktywności do wykonania w grupie</p> <p>AKTYWNOŚĆ 1</p>	<p>Zadanie 1. Narysuj tabelę z czterema kolumnami.</p> <p>W pierwszej kolumnie (nr 1) wypisz cele na najbliższe 6 miesięcy, a także największe problemy i wyzwania stojące obecnie przed twoim przedsięwzięciem. Pomiędzy każdym celem zostaw trzy wiersze odstępu.</p> <p>W następnej kolumnie (nr 2), po prawej stronie obok każdego celu/zagadnienia/wyzwania napisz co najmniej trzy alternatywne działania, które mógłbyś podjąć, aby zrealizować lub rozwiązać ten problem.</p> <p>W kolumnie nr 3, po prawej stronie obok każdego sposobu działania wpisz nazwy organizacji lub osób, które mogłyby pomóc ci w ich realizacji (mogą to być przedsiębiorstwa o dużym doświadczeniu, będące kluczowymi graczami w tych obszarach albo znajomi, którzy twoim zdaniem mogliby być dobrzy w realizacji tych działań, mogą to być wreszcie członkowie twojej grupy – co jest wysoce zalecane! Profesjoniści, duże korporacje, startupowcy, artyści, organizacje non-profit, urzędnicy państwowi, wszyscy, których znasz lub o których słyszałeś).</p> <p>W ostatniej lewej kolumnie (nr 4) obok każdej organizacji lub osoby napisz, co sądzisz o nich i o współpracy z nimi. Czy masz do nich zaufanie? Czy wyznajecie te same wartości? Jakie uczucia będziesz ci towarzyszyły, jeśli pracując z nimi osiągniesz cel, który sobie wyznaczyłeś?</p>
<p>AKTYWNOŚĆ 2</p>	<p>Zadanie 2. Weź kolorowy długopis lub użyj koloru do podkreślania tekstu w Wordzie i zaznacz na czerwono 4 cele lub sprawy, które mają najwyższy priorytet; podstawą może być znaczenie spraw z kolumny nr 1 lub mogą to być Twoje odczucia i emocje z lewej kolumny nr 4. Od Ciebie zależy, jak określisz swoje priorytety. Teraz zaznacz na pomarańczowo 4 sprawy, które są dla Ciebie priorytetem drugiego stopnia i kontynuuj, zmieniając używany kolor. Zastanów się nad uczuciami i emocjami, które towarzyszyłyby osiągnięciu celów z poszczególnych grup.</p>

AKTYWNOŚĆ 3	Wykonanie tego kroku zależy od Ciebie. Mnie to bardzo pomogło w organizacji działalności biznesowej i życia osobistego. Zajmij się kolumną nr 4. Zobacz, które uczucia są do siebie podobne i zbierz je w ramach poszczególnych kategorii emocjonalnych. Można nadać im etykiety takie jak: bezpieczeństwo, radość, kreatywność, miłość, strach, poczucie tożsamości, wolność, harmonia, szczęście, gniew, nieufność. Etykiety powstaną na podstawie Twoich własnych słów użytych w kolumnie nr 4. Teraz stwórz wykres, rysunek z tymi grupami uczuć, a w każdej pozycji, w której umieścisz swoją kategorię uczuć, napisz cele/problemy/wyzwania, które były związane z tymi uczuciami, oraz nazwy organizacji i osób. Teraz zastanów się nad swoim wykresem, może on dostarczyć cennych informacji na temat tego, jakie są Twoje priorytety i co tak naprawdę chcesz osiągnąć, z kim i w jakiej kolejności. Ja powiesiłam go na biurku i wracam do niego co 6 miesięcy, aby sprawdzić, jak mi idzie moja podróż przez życie.
Narzędzia i rekwizyty potrzebne do zajęć	
Dodatkowe przedmioty, które nie pasują do innych kategorii	
Źródła / bibliografia	

Warsztaty Faza 2 OCENA WSTĘPNA Rozwój osobisty i analiza organizacyjna

WARSZTAT Potrzeby osobiste i rozwój

Nazwa warsztatu	Potrzeby osobiste i rozwój
Numer warsztatu	5
Cel zajęć	Ustalenie własnej wizji; Umiejętność ustalania priorytetów, analizowania zasobów, przeprowadzania analizy GAP i SWOT realizacja własnego planu rozwoju osobistego
Co nauczyciele powinni wiedzieć, aby poprowadzić warsztat	Plan rozwoju osobistego, SWOT, GAP, S.M.A.R.T. BHAG, ocena własna

<p>Konkretne umiejętności związane z warsztatem</p>	<p>Ocena własna Refleksja Praca w grupach SWOT, GAP, S.M.A.R.T. Ustalanie priorytetów</p>
<p>Kompetencje, które powinni rozwinać uczestnicy warsztatu</p>	<p>Planowanie rozwoju osobistego</p>
<p>Aktywności do wykonania w grupie</p> <p>AKTYWNOŚĆ 1</p>	<p>Przedstawianie swojego przyszłego „ja”. Narysuj autoportret pokazujący, jak będziesz wyglądać za 10 lat. Jeśli jesteś praworęczny – użyj lewej ręki i <i>vice versa</i>. Zaprezentuj swoje dzieło grupie.</p>
<p>AKTYWNOŚĆ 2</p>	<p>Planowanie rozwoju osobistego z uwagami, jak go zrealizować.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Musisz wybrać swój BHAG – Big Hairy Audacious Goal, co można przełożyć jako „wielki, trudny/włochaty, zuchwały cel”, 2. wyznaczyć zadania, 3. wybrać najważniejsze z nich, 4. dać im termin realizacji, 5. wybrać nagrodę za każdy zrealizowany cel i BHAG, 6. przeprowadzić analizę SWOT – mocnych stron, słabości, szans, zagrożeń, 7. zapisać rzeczy, które musisz i których nie możesz robić, aby osiągnąć cele i zadania, 8. określić, jakie umiejętności posiadasz i jakich będziesz potrzebować, 9. zdecydować, jakie działania musisz podjąć, 10. znaleźć osoby, instytucje i narzędzia, które mogą ci pomóc i wreszcie 11. ocenić postępy.
<p>AKTYWNOŚĆ 3</p>	<p>Przeprowadź analizę SWOT na swój temat. Każdy uczestnik pracuje samodzielnie i sporządza analizę mocnych stron, słabości, szans oraz zagrożeń.</p>
<p>AKTYWNOŚĆ 4</p>	<p>Rozdaj analizę luk (gap analysis) w zakresie zasobów. Ćwiczenie grupowe</p>
<p>Narzędzia i rekwizyty potrzebne do zajęć</p>	<p>Miejsce szkolenia z przestrzenią na sesje warsztatowe; Materiały do ćwiczenia przełamującego lody; Projektor wideo; Laptop; Długopisy, kolorowe ołówki i materiały do robienia notatek. Materiały dydaktyczne do zajęć</p>
<p>Dodatkowe przedmioty, które nie pasują do innych kategorii</p>	

WARSZTAT Jak zostać przedsiębiorcą

Nazwa warsztatu	Jak zostać przedsiębiorcą
Numer warsztatu	6
Cel zajęć	Zrozumienie sektora przedsiębiorczości i różnych rodzajów biznesu w nim występujących Zrozumienie funkcji pełnionych przez poszczególne działy przedsiębiorstw Zrozumienie składowych niezbędnych do zostania przedsiębiorcą (cel, wpływ wywierany na innych, motywacja) Identyfikowanie cech przedsiębiorców; Zrozumienie własnych predyspozycji do prowadzenia działalności gospodarczej;
Co nauczyciele powinni wiedzieć, aby poprowadzić warsztat	Przedsiębiorczość Przedsiębiorczość alternatywna Główne działy firm
Konkretne umiejętności związane z warsztatem	Ocena własna Refleksja Praca w grupach Działy przedsiębiorstwa Definicja i osobowość przedsiębiorcy
Kompetencje, które powinni rozwinąć uczestnicy warsztatu	Cechy i umiejętności, które należy rozwijać jako przedsiębiorca
Aktywności do wykonania w grupie	Kto co powiedział? Dopasowywanie słów do ilustracji.
AKTYWNOŚĆ 1	
AKTYWNOŚĆ 2	Jak zostać przedsiębiorcą Mikołaj czy elf? Quiz on-line
AKTYWNOŚĆ 3	Wszyscy pracują jako jedna osoba – ćwiczenie grupowe
Narzędzia i rekwizyty potrzebne do zajęć	Miejsce szkolenia z przestrzenią na sesje warsztatowe; Materiały do ćwiczenia przełamującego lody; Projektor wideo; Laptop; Długopisy, kolorowe ołówki i materiały do robienia notatek.
Dodatkowe przedmioty, które nie pasują do innych kategorii	

Źródła / bibliografia	
-----------------------	--

WARSZTAT Jak zarządzać firmą i jakich umiejętności do tego potrzeba

Nazwa warsztatu	Jak zarządzać firmą i jakie umiejętności są do tego potrzebne
Numer warsztatu	7
Cel zajęć	Zrozumienie szerszego obszaru zarządzania przedsiębiorstwem Zrozumienie ogólnego obszaru umiejętności związanych z zarządzaniem i kwestii konkretnych umiejętności do tego potrzebnych
Co nauczyciele powinni wiedzieć, aby poprowadzić warsztat	Podstawy zarządzania biznesem
Konkretne umiejętności związane z warsztatem	Ogólne umiejętności biznesowe, umiejętności miękkie, konkretne umiejętności biznesowe, funkcje przedsiębiorcy
Kompetencje, które powinni rozwinąć uczestnicy warsztatu	Umiejętności potrzebne do rozwoju przedsiębiorczości
Aktywności do wykonania w grupie	6 kapeluszy – jak odnoszą się do konkretnych umiejętności
AKTYWNOŚĆ 1	
AKTYWNOŚĆ 2	
AKTYWNOŚĆ 3	
Narzędzia i rekwizyty potrzebne do zajęć	Miejsce szkolenia z przestrzenią na sesje warsztatowe; Materiały do ćwiczenia: 6 kolorowych kapeluszy; Projektor wideo; Laptop; Długopisy, kolorowe ołówki i materiały do robienia notatek.
Dodatkowe przedmioty, które nie pasują do innych kategorii	
Źródła / bibliografia	

Warsztaty Faza 3 Dzielenie się wynikami w celu uzyskania lepszego wsparcia

WARSZTAT Zasoby

Nazwa warsztatu	Zasoby
Numer warsztatu	8
Cel zajęć	Ustalenie wizji własnej działalności; Umiejętność przeprowadzenia analizy SWOT
Co nauczyciele powinni wiedzieć, aby poprowadzić warsztat	Plan rozwoju działalności gospodarczej SWOT Ocena zasobów.
Konkretne umiejętności związane z warsztatem	Ocena własna Refleksja Praca w grupach SWOT Ustalanie priorytetów
Kompetencje, które powinni rozwinąć uczestnicy warsztatu	
Aktywności do wykonania w grupie AKTYWNOŚĆ 1	Symulacja mobilizacji zasobów 1. Ocena zapotrzebowania na zasób 2. Określenie jego rodzaju 3. Zlokalizowanie dostępności 4. Efektywnie informowanie i ocena ilości i jakości potrzebnych zasobów 5. Identyfikowanie problemów, które mogą wystąpić podczas mobilizowania zasobów (jeśli konieczne). 6. Zorganizowanie środków na pozyskanie zasobów
AKTYWNOŚĆ 2	Symulacja mobilizowania ludzi Jak podejmować właściwe działania i formułować komentarze w sytuacji X z pracownikami.
AKTYWNOŚĆ 3	Przeprowadź analizę SWOT dotyczącą przyszłej działalności w zakresie zasobów. Uczestnicy indywidualnie sporządzają analizę SWOT
Narzędzia i rekwizyty potrzebne do zajęć	Miejsce szkolenia z przestrzenią na sesje warsztatowe; Projektor wideo; Laptop; Długopisy, kolorowe ołówki i materiały do robienia notatek. Materiały dydaktyczne do zajęć
Dodatkowe przedmioty, które nie pasują do innych kategorii	
Źródła / bibliografia	

WARSZTAT Budowanie sieci

Nazwa warsztatu	Budowanie sieci
Numer warsztatu	9
Cel zajęć	Ustalenie wizji swojej sieci; Umiejętność określenia priorytetów, analiza zasobów, analiza SWOT; Ukończenie planu działania.
Co nauczyciele powinni wiedzieć, aby poprowadzić warsztat	Proces V-M-O-S-A i SWOT.
Konkretne umiejętności związane z warsztatem	Ocena własna Refleksja Praca w grupach SWOT Ustalanie priorytetów
Kompetencje, które powinni rozwinąć uczestnicy warsztatu	Proces V-M-O-S-A
Aktywności do wykonania w grupie AKTYWNOŚĆ 1	Prezentacja wizji przyszłości. Narysuj, jak według ciebie będzie wyglądać twoja firma za 10 lat i zaprezentuj ilustrację reszcie uczestników.

AKTYWNOŚĆ 2	<p>Pierwszy szkic procesu V-M-O-S-A.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Należy zdecydować, jaka jest ogólna wizja i misja przedsiębiorstwa. Wiedza na ten temat pomoże określić, co jest naprawdę ważne dla ciebie i twojej firmy, dając innym szybki wgląd w to, co chcesz osiągnąć. 2. Kolejnym krokiem jest określenie celów dotyczących sieci, którą chcesz zbudować. Należy zdecydować się na cele SMART (<i>akronim pochodzący od angielskich słów specific, measurable, achievable, relevant, time-bound</i>) – konkretne (ile z tego, co ma być osiągnięte), mierzalne (informacje dotyczące celu można zebrać, wykryć lub uzyskać), osiągalne (ich realizacja jest możliwa), istotne (w jaki sposób cele te pasują do wizji i misji organizacji), określone w czasie (kiedy dokładnie zostaną osiągnięte). 3. Należy zastanowić się nad strategią budowania sieci kontaktów w zależności od twoich założeń i grupy docelowej, czyli „kogo potrzebujemy, aby osiągnąć cele związane z budowaniem sieci kontaktów”. 4. Należy opracować plan działania opisujący, w jaki sposób strategię zostaną wdrożone, aby osiągnąć założone cele. Kto co będzie robił, kiedy, jakie przeszkody mogą stanąć na drodze i jak je pokonać. 5. Należy również zadać sobie pytanie, kto może nam pomóc, „rozglądając się” wokoło. Zrób listę osób, które znasz: ze swojego środowiska pracy (obecnego lub byłego), przyjaciół, członków rodziny lub sąsiadów, klientów, dostawców, osób ze starej książki adresowej i mediów społecznościowych.
AKTYWNOŚĆ 3	<p>Przeprowadź analizę SWOT swojej sieci. Każdy uczestnik pracuje samodzielnie i sporządza własną analizę SWOT sieci kontaktów.</p>
Narzędzia i rekwizyty potrzebne do zajęć	<p>Miejsce szkolenia z przestrzenią na sesje warsztatowe; Projektor wideo; Laptop; Długopisy, kolorowe ołówki i materiały do robienia notatek. Materiały dydaktyczne do zajęć</p>
Dodatkowe przedmioty, które nie pasują do innych kategorii	
Źródła / bibliografia	

WARSZTAT Szablon modelu biznesowego

Nazwa warsztatu	Szablon modelu biznesowego (ang. <i>Business Model Canvas, BMC</i>)
Numer warsztatu	10
Cel zajęć	Wypróbowanie BMC w praktyce Zakwestionowanie osobistych założeń na temat pomysłów biznesowych
Co nauczyciele powinni wiedzieć, aby poprowadzić warsztat	BMC – dogłębna znajomość dziewięciu obszarów biznesowych wymienionych na szablonie, ich wzajemne interakcje. Pytania istotne dla każdego z bloków.
Konkretne umiejętności związane z warsztatem	Planowanie, szacowanie, analizowanie, prezentowanie, opowiadanie historii / marketing narracyjny.
Kompetencje, które powinni rozwinąć uczestnicy warsztatu	Dostrzeganie możliwości, kreatywność, wizja, docenianie pomysłów; znajomość zagadnień finansowych i ekonomicznych; planowanie i zarządzanie; radzenie sobie z niepewnością, niejasnością i ryzykiem.
Aktywności do wykonania w grupie AKTYWNOŚĆ 1	Wypełnianie szablonu modelu biznesowego Wypełnij BMC dla swojego typu biznesu. Poświęć na to około 10 minut. Nie staraj się być doskonały. Zaprezentuj wyniki w małych grupach. Poproś członków grupy o zasugerowanie pomysłów w blokach, w których masz z tym problemy. Jeśli grupa nie mogła ci pomóc, skorzystaj z arkusza pomocniczego.
AKTYWNOŚĆ 2	Lista kontrolna Zapoznaj się z listą kontrolną BMC od Strategyzer. Dokonaj niezbędnych zmian w swoim szablonie. Omów z członkami grupy, które z punktów listy kontrolnej są najważniejsze dla waszego modelu.
AKTYWNOŚĆ 3	Opowiadanie historii / marketing narracyjny Poświęć 5 minut na wymyślenie i zapisanie historii swojego modelu biznesowego. Zbuduj ją zdanie po zdaniu, łącząc ze sobą poszczególne bloki. Podziel się z nią niewielkiej grupie uczestników. Po uzyskaniu informacji zwrotnej wprowadź niezbędne poprawki. Zaprezentuj historię przed całą grupą. Uzyskaj informację zwrotną.

Narzędzia i rekwizyty potrzebne do zajęć	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wydruki <ul style="list-style-type: none"> • Wzór modelu biznesowego ze strony Strategyzer.com (czarno-biały) lub szablon modelu biznesowego autorstwa Gary'ego Foxa (kolorowy) – co najmniej 1 kopia na uczestnika. • arkusz pomocniczy BusinessModelCanvas_CheatSheet_v2 autorstwa Youth Entrepreneurs – 1 egzemplarz na grupę • Lista kontrolna BMC ze strony Strategyzer – 1 na grupę 2. Zestaw karteczek samoprzylepnych do przyklejenia do szablonów BMC, co najmniej 1 zestaw 50+ karteczek na grupę 3. Przybory do pisania 4. Kartki papieru na notatki
Dodatkowe przedmioty, które nie pasują do innych kategorii	
Źródła / bibliografia	

WARSZTAT Szablon modelu biznesowego: analiza środowiskowa

Nazwa warsztatu	Szablon modelu biznesowego: analiza środowiskowa
Numer warsztatu	11
Cel zajęć	Poznanie metod badania zewnętrznych czynników warunkujących działalność firmy; jak brać je pod uwagę i odpowiednio dostosowywać model biznesowy
Co nauczyciele powinni wiedzieć, aby poprowadzić warsztat	BMC – tworzenie szablonu modelu biznesowego, umiejętność wyjaśnienia interakcji pomiędzy poszczególnymi blokami modelu, znajomość czynników środowiskowych: sił rynkowych i branżowych, kluczowych trendów (w tym makroekonomicznych).
Konkretne umiejętności związane z warsztatem	Burza mózgów, badania, analiza, opowiadanie historii / marketing narracyjny, aktywne słuchanie.
Kompetencje, które powinni rozwinać uczestnicy warsztatu	Planowanie i zarządzanie: uczenie się poprzez doświadczenie, praca z innymi, radzenie sobie z niepewnością, niejasnością i ryzykiem, poznanie zagadnień finansowych i ekonomicznych, myślenie etyczne i zrównoważone.
Aktywności do wykonania w grupie AKTYWNOŚĆ 1	<p>Grupa wybiera model biznesowy jednego z uczestników. Następnie przeprowadzana jest burza mózgów, w której udzielane są odpowiedzi na pytania zawarte na każdej z kart środowiskowych.</p> <p>W zależności od liczby osób i dostępnego czasu, można podzielić uczestników na 4 mniejsze grupy i rozdać im tylko czynniki środowiskowe określonego typu.</p>

AKTYWNOŚĆ 2	<p>Powiązania</p> <p>Pracując w grupie zauważcie powiązania pomiędzy każdym z czynników a modelem biznesowym.</p>
AKTYWNOŚĆ 3	<p>Odpowiedź</p> <p>Przedyskutujcie, jakie kroki należy podjąć, aby dostosować się do czynników środowiskowych, dlaczego należy to zrobić, ile będzie wynosił ich koszt i co może się stać, jeśli nie zostaną wprowadzone żadne zmiany w tym obszarze.</p>
Narzędzia i rekwizyty potrzebne do zajęć	<p>Wydruki: the-business-model-design-space-card-deck ze strony strategyzer.com – 1 egzemplarz (jeśli jednocześnie pracują więcej niż 4 zespoły – 2 egzemplarze)</p>
Dodatkowe przedmioty, które nie pasują do innych kategorii	<p>https://assets.strategyzer.com/assets/resources/the-business-model-design-space-card-deck.pdf</p>
Źródła / bibliografia	

WARSZTAT Zaprezentuj i sprzedaj swój pomysł (pitching)

Nazwa warsztatu	Zaprezentuj i sprzedaj swój pomysł
Numer warsztatu	12
Cel zajęć	<p>Ćwiczenie umiejętności tworzenia idei, skupiania się na kliencie, przekonującego przemawiania i prezentacji pomysłów.</p> <p>Trening umiejętności przedstawiania swojego modelu biznesowego i powiązań między różnymi segmentami działalności, budowanie wiary w swoją wiedzę i zdolność do realizacji planu.</p>
Co nauczyciele powinni wiedzieć, aby poprowadzić warsztat	Szablon modelu biznesowego, znajomość informacji z materiałów Akademii Młodych Przedsiębiorców (Young Entrepreneurs Academy)
Konkretne umiejętności związane z warszatem	Marketing narracyjny pod konkretnego klienta, przekonujące przemawianie, sztuka prezentacji
Kompetencje, które powinni rozwinąć uczestnicy warsztatu	Nauka przez doświadczenie, współpraca z innymi, radzenie sobie z niepewnością, niejasnością i ryzykiem, samoświadomość i poczucie własnej skuteczności, dostrzeganie możliwości, kreatywność

Aktywności do wykonania w grupie

AKTYWNOŚĆ 1

Kluczowe elementy struktury opowieści tzw. „bity”

Ćwiczenie z kursu internetowego „Sztuka opowiadania historii” studia Pixar

Szkielet opowieści:

1. Dawno, dawno temu...
2. Każdego dnia...
3. Aż pewnego razu...
4. Z tego powodu
5. Przez to ...
6. Z tego powodu ...
7. Aż w końcu ...
8. I od tamtej pory ...

Morał płynący z tej historii jest taki, że ...

Część A: Bity pozwalają określić najważniejsze momenty w opowieści. Pokazują, CO się dzieje, a nie JAK się to odbywa. Zidentyfikujcie kluczowe elementy struktury w trzech ulubionych filmach lub książkach. Możecie stworzyć konspekt albo skorzystać z fiszek lub notatnika.

Część B: Zagraj z grupą osób w „Grę w szkielet opowieści”. Chodząc w kółko, zaimprovizujcie historię. Rozpocznij od słów „Dawno, dawno temu...” i niech jedna osoba spontanicznie dopowie dalszą część wypowiedzi w każdej linijce.

Część C: Opracuj schemat opowieści pod klienta. Opowiedz swoją historię drugiej osobie, a potem kilku kolejnym.

Czas trwania:

A: 3-5 minut

B: 3-5 minut

C: 5 minut na stworzenie historii, 3 minuty na podzielenie się nią i uzyskanie informacji zwrotnej

AKTYWNOŚĆ 2

Zaprezentuj i sprzedaj

Wyjaśnij uczestnikom, że w tym zadaniu będą musieli naprawdę nieszablonowo podejść do tematu. Nic nie jest zabronione (musi pozostać jednak zgodne z prawem i stosowne do wymogów szkoły/kursu). Nic nie jest niemożliwe!

Jeden uczestnik zostaje klientem (ta rola będzie się zmieniać)
Pozostali losują na rękę pięć wyrazów.

Każdy gracz łączy dwa słowa z dostępnej puli i tworzy produkt dla klienta.

Następnie prezentuje swój produkt klientowi, zachęcając go do zakupu. Prezentacja powinna trwać maksymalnie 30 sekund. Po tym, jak każdy z graczy zareklamuje produkt, podejmują decyzję, który produkt najbardziej pasuje do klienta.

Karty słów zagrane w danej rundzie są odkładane na bok. Gracze dobierają nowe karty słów, aby na ich ręce znalazło się z powrotem pięć kart.

Gra toczy się dalej według tych samych zasad. Rozegraj tyle rund, na ile pozwala czas.

Po zakończeniu ćwiczenia:

Co sprawiło, że zdecydowałeś się zaprezentować klientowi te produkty, a nie inne? (skupienie na kliencie, przekaz perswazyjny)

Czy zmieniłeś swoją strategię na przestrzeni rund? (Dostosowywanie się do rynku)

Co było najtrudniejsze w tym ćwiczeniu? Dlaczego?

Kto miał najbardziej nietypową prezentację? Kto użył typowego stylu reklamowego (*a'la* telewizyjne telezakupy)?

Kto miał najbardziej kreatywny produkt lub usługę do zaprezentowania? Czy zarobił też najwięcej pieniędzy? Dlaczego/ dlaczego nie?

Czy podczas tworzenia pomysłu na swój produkt brałeś pod uwagę potrzeby klienta? Czy istniały jakieś przeszkody w prezentowaniu pomysłu, który zaspokajałby potrzeby twojego klienta?

W jaki sposób produkt, który przedstawiłeś, poprawił życie twojego klienta?

<p>AKTYWNOŚĆ 3</p>	<p>Szablon Modelu Biznesowego PREZENTACJA PARTNERA</p> <p>Rozdaj każdemu uczniowi kartę szablonu biznesowego dotyczącego prezentacji partnera</p> <p>Daj uczestnikom 3-4 minuty na odpowiedź na pytanie / podpowiedź na karcie (pisemnie, na karcie lub w formie notatek).</p> <p>Połącz uczestników w pary.</p> <p>Daj uczniom 1-2 minuty na wygłoszenie swoich prezentacji lub podzielenie się odpowiedziami na pytania.</p> <p>Dobrym pomysłem jest przeznaczenie 1 minuty po wypowiedzi na udzielenie informacji zwrotnej.</p> <p>Po zakończeniu ćwiczenia lub po wyjściu uczestników należy zebrać ich karty do wglądu.</p> <p>O ile czas na to pozwoli, trener może je przejrzeć, by udzielić w późniejszym terminie informacji zwrotnej.</p> <p>Czas trwania: 5-7 minut. Ćwiczenie można powtórzyć wielokrotnie.</p>
<p>Narzędzia i rekwizyty potrzebne do zajęć</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Do ćwiczenia poświęconego „bitom”, czyli kluczowym elementom historii: formularz konspektu / fiszki / notatnik – przynajmniej 1 na osobę 2. Część „Zaprezentuj i sprzedaj”: <ul style="list-style-type: none"> • https://yeacademy.org/wp-content/uploads/2018/06/Pitch-It-Words.pdf – pdf z wyrazami do wydrukowania • https://yeacademy.org/wp-content/uploads/2018/06/Pitch-It-Customers.pdf – pdf z typami klientów • Woreczek lub kapelusz, w którym tasowane są słowa i z którego się je losuje. • Nożyczki 3. Część „Prezentacja partnera”: <ul style="list-style-type: none"> • https://yeacademy.org/lessons/?topic=entrepreneurial-mindset&lesson=bmc-partner-pitch&resource=2626# – szablony modelu biznesowego prezentacji partnera, po jednej na osobę (do stworzenia własnych podpowiedzi do tego ćwiczenia można użyć czystego papieru, papieru do rysowania lub fiszek)
<p>Dodatkowe przedmioty, które nie pasują do innych kategorii</p>	<p>https://www.khanacademy.org/computing/pixar/storytelling/story-structure/a/activity-1-struc https://yeacademy.org/wp-content/uploads/2018/06/Pitch-It_v2.pdf</p>

WARSZTAT Przygotowanie pitch decka (prezentacji inwestorskiej)

Nazwa warsztatu	Przygotowanie pitch decka
Numer warsztatu	13
Cel zajęć	Zdobycie praktycznego doświadczenia w tworzeniu pitch decka, czyli prezentacji inwestorskiej, stworzenie pierwszego szkicu biznesowego pitch decka i zrecenzowanie go przez innych uczestników.
Co nauczyciele powinni wiedzieć, aby poprowadzić warsztat	Cel i struktura pitch decka, przykłady skutecznych prezentacji tego typu, typowe błędy w przygotowaniu pitch decków.
Konkretne umiejętności związane z warsztatem	Analizowanie i przygotowywanie prezentacji
Kompetencje, które powinni rozwinąć uczestnicy warsztatu	Kreatywność, wizja, docenianie pomysłów, samoświadomość i poczucie własnej skuteczności, wiedza finansowa i ekonomiczna, mobilizowanie innych, planowanie i zarządzanie, radzenie sobie z niepewnością, niejasnością i ryzykiem, współpraca z innymi, uczenie się poprzez doświadczenie.
Aktywności do wykonania w grupie AKTYWNOŚĆ 1	Przeanalizuj strukturę pitch decka. Zapoznaj się z modelem 10 slajdów autorstwa Guya Kawasaki. W grupach omówcie, czy wasz pomysł na biznes zmieściłby się na wspomnianych wyżej 10 slajdach. Czy potrzebujesz więcej slajdów, aby zaprezentować swoją koncepcję? A może mniej? Które informacje dodałbyś/usunąłbyś, prezentując swój biznes inwestorom? Dlaczego?
AKTYWNOŚĆ 2	Przygotuj własny pitch deck Jeśli każdy z uczestników ma dostęp do komputera, użyj szablonów do przygotowania wstępnej wersji prezentacji. W przeciwnym razie użyj papieru i przyborów do rysowania, aby wykonać podstawowy szkic każdego slajdu dla potencjalnych inwestorów.
AKTYWNOŚĆ 3	Wymieńcie się projektami pitch decków. Każdy z uczestników powinien przejrzeć projekty prezentacji z perspektywy potencjalnych inwestorów, którzy otrzymali je pocztą elektroniczną. Informacja zwrotna może być przekazana w formie pisemnej lub ustnej. Poświęć 5-7 minut na przeglądanie i 3-5 na informację zwrotną.

<p>Narzędzia i rekwizyty potrzebne do zajęć</p>	<p>Jeśli laptopy są dostępne, uczestnicy powinni sprawdzić 10-słajdowy pitch deck pod adresem: https://guykawasaki.com/the-only-10-slides-you-need-in-your-pitch/, można go również znaleźć w sekcji „Pliki do pobrania”.</p> <p>Jeśli nie można skorzystać z laptopów, wydrukuj szablon ze strony: https://thumbnails-visually.netdna-ssl.com/the-only-10-slides-you-need-in-a-pitch_54ff86ab42e89.jpg i przygotuj papier oraz przybory do rysowania dla każdego uczestnika wystarczające do przygotowania 10-słajdowych prezentacji.</p>
<p>Dodatkowe przedmioty, które nie pasują do innych kategorii</p>	
<p>Źródła / bibliografia</p>	