



I02. Tananyag – Részletes program és képzési anyag ifjúságsegítők részére - Social Kreative Enterprises for Youth Workers

Fiatal kreatív szociális vállalkozások ösztönzése a digitális készségek és a kultúraközi párbeszéd kiaknázása révén

Index

- Bevezetés03
- A projekt bemutatása.....04
- I. rész: Második kiadvány – Áttekintés.....05
- II. rész: Kompetenciakeret08
 - Követelmények gyakorló ifjúságsegítők számára:
kompetenciakeret09
- III. rész: A tananyag11
 - Theoretical background: key topics.....12
 - Module structure & practical guide21



Bevezetés

A *Fiatal kreatív társadalmi vállalkozás* (Young Kreatív Social Enterprise, továbbiakban: YKSE) program második kiadványa: a *Tananyag – Részletes program és képzési anyagok ifjúságsegítők számára*, egy pedagógiai csomag, amelyet alacsony iskolai teljesítményű, iskolából idő előtt kimaradó és ún. „NEET” (a foglalkoztatásban, oktatásban és képzésben nem résztvevő) fiatalok körében dolgozó ifjúságsegítők és pedagógusok, valamint a kreatív társadalmi vállalkozói tevékenység iránt érdeklődő fiatalok számára állítottunk össze.

A tananyag két fő részből áll:

- egy gyakorlati útmutatóból
- és egy modulokból álló, részletes tanulási programból.

Gyakorlati útmutató: kijelöli az ifjúságsegítők számára azt a megközelítésmódot, amely lehetővé teszi számukra, hogy a program lényegét képező Módlit alkalmazzák, és azt a saját viszonyaikhoz, valamint a tanulási feltételekhez és a tanulók igényeihez igazítsák. Gyakorlati eszközökből, szükséglet-meghatározási módszerekből, technikákból és forrásokból áll, amelyeket részletes leírások, vázlatok és értékelési útmutatók egészítenek ki, amelyek segítségével a tananyag könnyen elsajátítható és a tanulási

eredmények lemérhetőek.

Modulokból álló tanulási program: a tanulási program egy 5 modulra osztott tantárgycsomag. A gyakorlatokat és esettanulmányokat tartalmazó és kulcskompetenciák szerint felépülő csomagban a tanulási célok, a tanulási eredmények, a pedagógiai tartalom, valamint a lépésenként megvalósított tanulási módszertan egységes szempontok szerint kerülnek bemutatásra.

Az 5 innovatív képzési modul a következő:

- *A szociális vállalkozás elindítása*
- *Piacelemzés*
- *Szervezeti felépítés*
- *Szolgáltatási és termékpályák a digitális korszakban*
- *A kreatív szociális vállalkozás üzleti terve*

A tananyag átfogó tudást és információs programot kínál az ifjúságsegítők számára az ezredfordulón születettek és a Z generáció orientálásához ma szükséges készségekről és kompetenciákról.

Ezenkívül az YKSE partnerei létrehoztak egy kompetenciakeretet az IO2 fejlesztésének támogatására, amelyet a könnyebb eligazodás érdekében melléktünk ehhez a dokumentumhoz.

A projekt bemutatása

Az Erasmus+ „Fiatal, kreatív szociális vállalkozások a digitális készségek és a kultúrák közötti párbeszéd bevonásával” (Young Kreativ Social Enterprises through the mobilisation of Digital skills and Intercultural dialogue) egy stratégiai partnerségi projekt, melynek célja, hogy népszerűsítse és bátorítsa a kreatív szociális vállalkozás mikéntjének elsajátítását a fiatalok körében, a velük foglalkozó és szakmai fejlődésüket elsődlegesen előmozdító ifjúságsegítők, pedagógusok és mentorok továbbképzése és ösztönzése révén.

Az YKSE egy többoldalú partnerségre épülő projekt, négy szervezet részvételével (Nagy-Britanniából, Magyarországról, Olaszországból és az Észak-macedón Köztársaságból), melyek a témában egymást kiegészítő szaktudással és előismeretekkel, illetve szakmai tapasztalattal rendelkeznek.

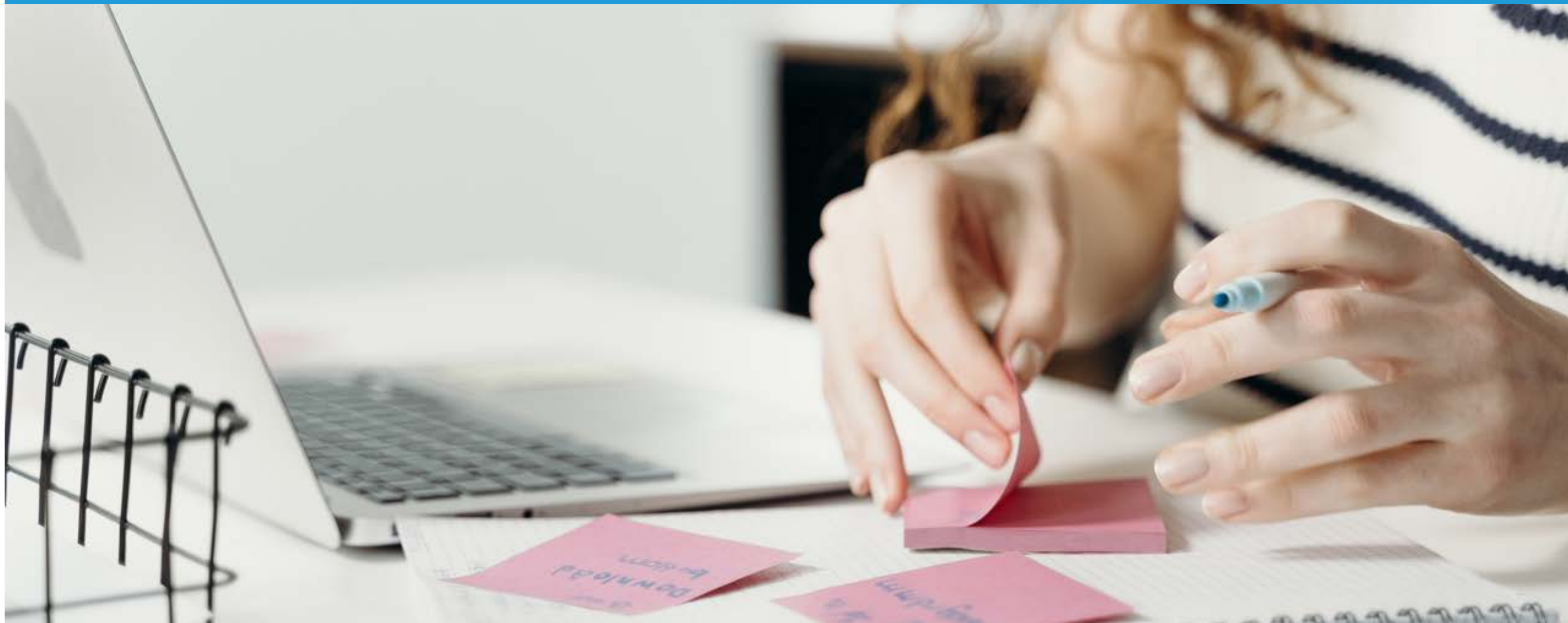
A projekt partnerei:

- *Asfar CIC, Nagy-Britannia*
- *Anthropolis, Magyarország*
- *Materahub, Olaszország*
- *CKM, Észak-Macedónia*

Az YKSE projekt fő céljai:

- Egy digitális eszköztár létrehozása, melynek segítségével népszerűsíteni és ösztönözni lehet a kreatív szociális vállalkozás mikéntjének elsajátítását a fiatalok körében, valamint a velük foglalkozó és szakmai fejlődésüket elsődlegesen előmozdító ifjúságsegítők, pedagógusok és mentorok szerepvállalásának növelése és továbbképzése.
- a NEET arány növekedésének elkerülése érdekében az ifjúsági mentorok támogatása olyan online/kevert módszertannal és útvonallal, amely biztosítja a lemorzsolódás és a NEET veszélyének kitett diákok vállalkozói készségeinek elsajátítását, hogy növelje elkötelezettségüket az oktatás iránt és foglalkoztathatóságukat az új dinamikus és digitális munkaerőpiacon.
- a foglalkoztatásból és oktatásból kimaradt vagy a lemorzsolódás veszélyének kitett fiatalok munkaerőpiaci integrációjának elősegítése az ifjúságsegítők képzésének köszönhetően, akik mentorálják a fiatal korosztályt a megfelelő információkhoz és képzésekhez való hozzájutásban, hogy digitális megoldásokat használó, termékek vagy szolgáltatások létrehozására irányuló szociális kreatív vállalkozás indításához szükséges képzéseket nyújtsanak.

I. RÉSZ



MÁSODIK KIADVÁNY – ÁTTEKINTÉS

I. Rész

Második kiadvány – Áttekintés

A *Fiatal kreatív szociális vállalkozás* program második kiadványa, a *Tananyag – Részletes program és képzési anyagok ifjúságsegítők számára* a kreatív ágazat leendő vállalkozóinak készült tanulási segédeszköz, melynek célja, hogy segítse azokat az ifjúságsegítőket, pedagógusokat és egyéb fejlesztési szakembereket, akik fiatalokkal – különösen az oktatásból kimaradt és a kreatív iparágak iránt vállalkozói szempontból érdeklődő fiatalokkal – foglalkoznak.

Az ifjúságsegítők a tananyag segítségével megtanulják, hogyan tudnak hatékonyabban együtt dolgozni a fiatalokkal, s ezáltal pozitívan befolyásolni döntéseiket, viselkedésüket és önbecsülésüket. A kiadvány egyik újítása, hogy foglalkozik az érzelmi aspektussal is, vagyis magában foglalja az érzelmi intelligenciának az IO1 módszertanban kidolgozott megközelítésmódjait és ismeretét, a pozitív hozzáállás fenntartása érdekében. Például amikor egy sikertelen helyzetet a győztes szemszögéből szemlél, tanulási tapasztalattá alakítja azt át. Amellett, hogy a tananyag elsősorban ifjúságsegítőknek szóló új ismereteket és készségeket mutat be, a program az alábbiakra fókuszál:

- *alacsonyán teljesítő fiatalok, korai iskolaelhagyók és NEET-fiatalok mint végső célcsoport;*

- *gyakorlati vállalkozói helyzetek bemutatása, nem formális és informális oktatási módszerekkel;*
- *a fiatalok helyzetbe hozása és felhatalmazása;*
- *kapcsolódás a közösséghez és a társadalmi környezethez;*
- *az új technológiák (digitális eszközök) korszerű használata;*
- *tartalmi rugalmasság, mely különböző ifjúsági csoportokhoz és a kevert kortárs tanácsadás feltételeihez igazítható;*
- *fiatalos SPIRIT (készségek, személyiség, intelligencia, reflexió, érdeklődés, kitartás).*

Az ifjúságsegítőknek szóló tananyag innovatív, a következő elemeknek köszönhetően:

1. cselekvésalapú Módl: közel áll a valós élet problémáihoz, kísérletező és a cselekvés általi tanulásra összpontosít;
2. kapcsolódik a digitális eszközökhöz; és
3. a jövőképre, a legfontosabb feladatok meghatározására és a reflexióra összpontosít.

A tananyag nagymértékben alkalmazható készségek kifejlesztésére gyakorlatilag minden ágazatban (felnőttoktatás, iskolai oktatás, felsőoktatás, munkahelyi tanulás stb.).

I. Rész

Második kiadvány – Áttekintés

Minden modul elvégzésével konkrét tanulási eredményeket lehet elérni, amelyek célja az ismeretek, készségek és attitűdök fejlesztése. A különböző modulok és tananyagok együtt és külön-külön is használhatók. A fiatalokkal dolgozó pedagógusok is adaptálhatják őket különböző helyzetekhez.

[HOME](#)[ABOUT](#)[PARTNERSHIP](#)[RESULTS](#)[E-LEARNING](#)[NEWS](#)[NEWSLETTER](#)

Skills for Young Social entrepreneurs

[DISCOVER MORE](#)

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

II. RÉSZ



KOMPETENCIAKERET

II. Rész

Kompetenciakeret

Követelmények gyakorló ifjúságsegítők számára: kompetenciakeret

Modulok	A modul címe
1. modul	Vállalkozás indítása: A Disney-féle kreatív stratégia
2. modul	Piacelemzés
3. modul	Szervezeti felépítés
4. modul	Szolgáltatási és termékpályák a digitális korszakban
5. modul	A kreatív szociális vállalkozás üzleti terve

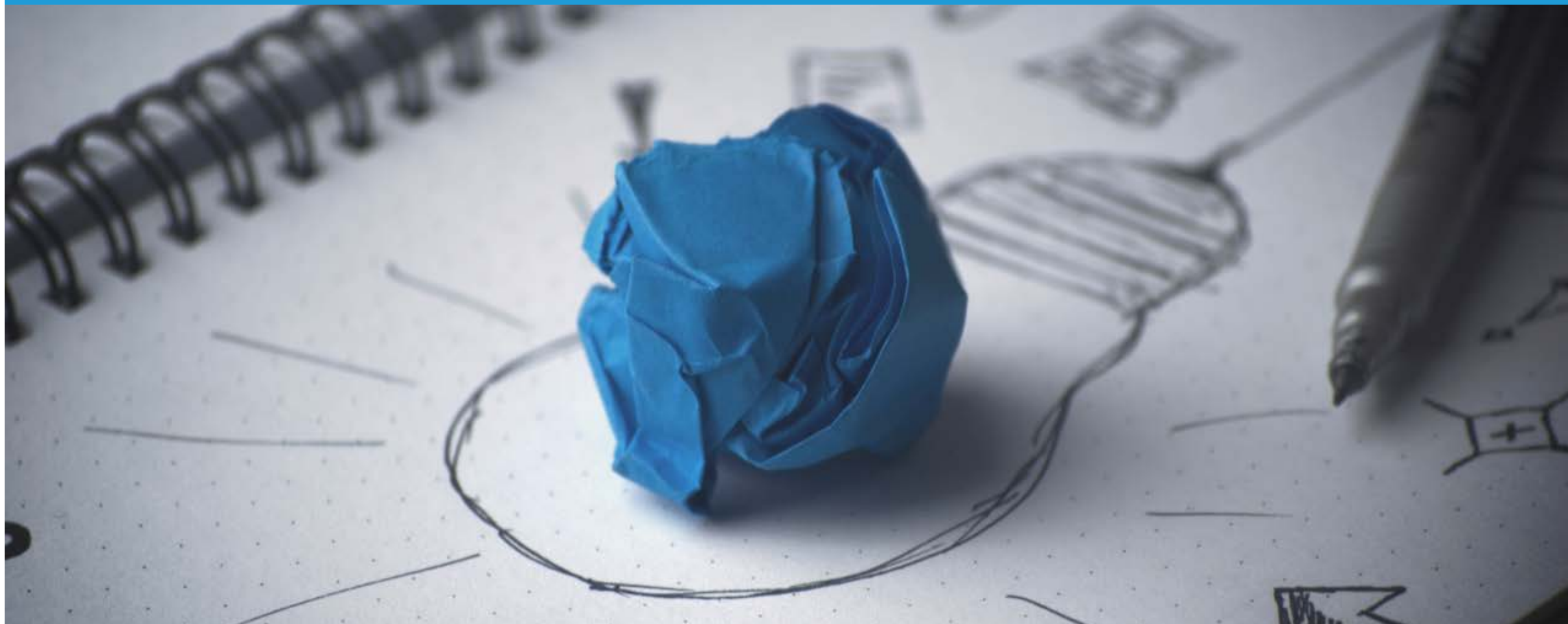
II. Rész

Kompetenciakeret

1- ábra – Modulok gyakorló ifjúságsegítők számára – Készségfejlesztés



III. RÉSZ



A TANANYAG

III. Rész

A tananyag

Az YKSE IO2 egy részletes program és képzési anyag ifjúságsegítők számára, melynek célja az ifjúságsegítők szakmai készségeinek és kompetenciáinak fejlesztése a szociális vállalkozói tevékenység és a vállalkozás mint a fiatalok előtt álló egyik fejlődési út terén.

A tananyag mozgósítja a kulcsfontosságú tanulási módszereket, továbbá alapvető meghatározásokat és elméleteket kínál, de eligazít a modulok felépítését tekintve is. Ugyancsak részét képezi egy gyakorlati útmutató, valamint tanulási segédanyagok és módszertanok, nyomon követési és értékelési módszerek és eszközök, és természetesen a tananyag öt interaktív tanulási modulja, amelyek a vállalkozói, azon belül is a társadalmi vállalkozói kompetenciákra összpontosítanak.

A tananyagot úgy állítottuk össze, hogy alkalmas legyen tapasztalt ifjúságsegítők és az ifjúsági ágazatban még új szakemberek számára is. Emellett alapvető ismereteket kínál az ifjúságsegítők készségeinek és kompetenciáinak fejlesztéséhez a társadalmi vállalkozói tevékenység terén, amely tudás a fiatal korosztályok támogatására is felhasználható.

A tananyag digitalizálásra kerül, ez képezi majd az YKSE IO3 KreatívEnterprise e-learning platform alapját.

TElméleti háttér és a legfőbb témakörök

1. Modul: A vállalkozás elindítása

Egy szociális vállalkozás elindítása óriási kihívást jelentő feladatnak tűnhet, amihez megfelelő személyes adottságok, rengeteg pénz és speciális készségek szükségesek. Sokan úgy vélik, ahhoz, hogy egy vállalkozó bármilyen területen sikeres startupot tudjon alapítani és működtetni, mindenképpen rendkívüli képességekkel és belső tulajdonságokkal kell rendelkeznie.

Bruce R. Barringer (2008) szerint azonban „nincs semmilyen tudományos bizonyíték arra, hogy bizonyos típusú személyiséggel rendelkező emberek hajlamosabbak lennének vállalkozást indítani, vagy sikeresebb cégtulajdonosok lennének, mint bárki más.” Ez azt jelenti, hogy a megfelelő, megtanítható és elsajátítható tudással és háttérrel bárki vállalkozást alapíthat, ha megtanul bizonyos technikákat, és ehhez nem kell különféle veleszületett adottságokkal vagy jellemvonásokkal rendelkeznie. Ellentétben tehát a közkeletű elképzeléssel, a szociális vállalkozás elindításához, illetve az ez irányú képzéshez az embernek valójában csak egy konkrét cselekvési tervet és az ehhez kapcsolódó készségeket kell elsajátítania.

III. Rész

A tananyag

Egy vállalkozás beindításához nyilvánvalóan több dologra is szükség van. Legelőször is – a Taylor MacLellan Cochrane ügyvédi iroda szerint – gazdasági társasági (azaz vállalkozási) formát kell kiválasztani. Ezután el kell döntenünk, hogy ezek melyik típusa lenne a legmegfelelőbb a konkrét vállalkozás estében. Az első típus a „tulajdonosi forma”, amikor minden egy kézben van: valaki egyénileg hoz létre és működtet egy vállalkozást. A második típus a „partnerség”, amikor két vagy több személy együttműködve, egy cégnév alatt folytat üzleti tevékenységet. A harmadik vállalkozási típus pedig a „társaság”, amikor általában egy vagy több ember végzi az üzleti tevékenységet, de személyi felelősségük kisebb a meglévő vállalkozásban. (Business, 2007)

Ha áttekintjük Fritz Heider attribúció-elméletét (ismerteti: Shaver et al. 2001), egy vállalkozás elindítása egyéni döntés kérdése, amely külső vagy belső okokra vezethető vissza, és még ha minden embernél ugyanazok a pszichológiai előfeltételek állnának is fenn a vállalkozásfejlesztéshez, egyesek ehhez jobban kihasználják az adott lehetőségeket, mint mások.



Akik valóban vállalkozásra adják a fejüket, azok általában jobban tisztában vannak a képességeikkel, a lehetőségeikkel és azok felhasználási módjaival, illetve jobban hasznosítják korábbi tapasztalataikat, mint az egyéb hivatást űzők. Az attribúció-elmélet szerint így a vállalkozó szelleműek nagyobb eséllyel fognak vállalkozást indítani és vállalkozói tevékenységet folytatni, mint mások, amiben szerepet játszanak személyes tulajdonságaik, képességeik és készségeik, valamint az általuk befektetett erőfeszítés, az adott feladat összetettsége és a szerencse is. Összefoglalva, egy sikeres vállalkozás elindítása nem a véletlen műve, hanem szerepe van benne a múltbeli tapasztalatoknak és tevékenységeknek, valamint az egyéni erőfeszítésnek is, amelyek idővel meghozzák gyümölcsüket és egy sikeres vállalkozást eredményeznek.

III. Rész

A tananyag

2. modul: Piacelemzés

A piacelemzés egy olyan folyamat, amely kellő alapot és keretet biztosít a vállalkozók és/vagy a már működő vállalkozások számára a piac meghatározásához, a piaci igények felméréséhez, valamint a versenytársak azonosításához és megértéséhez. Olyan bemeneti információként szolgál tehát, amely segíti a vállalkozót, illetve az induló és/vagy már működő vállalkozást a marketingcélok meghatározásában, valamint a marketingstratégiák és -tervek kijelölésében. Bár a struktúra és a kiszámíthatóság olyan tényezők, amelyek fontosak lehetnek egy már működő vállalkozás esetében, és a részvényesek és hitelezők igénylik is a meglétüket, egy induló vállalkozás piaci elemzéséhez azonban általában ritkán nyújtanak használható adatokat és ismereteket. Ha szociális vállalkozói tevékenységről van szó, ez hatványozottan így van.



A piacelemzés hagyományosan a vállalkozás átfogóbb stratégiai irányításának és marketingjének a része. Olyan bevált módszertani eszközök használatát értjük alatta, mint a makrokörnyezet elemzését célzó PESTEL-módszer, az iparág dinamikáját és vonzerejét feltáró Porter-féle öt hatóerő, illetve a piaci lehetőségek és veszélyek egyértelmű azonosítását célzó, a marketingtrendek és versenytársak helyzetét elemző kvantitatív módszerek. Egy olyan elemzésről van tehát szó, amely mintegy pillanatfelvételt készít az időben, logikus, ugyanakkor inkább szubjektív előfeltevések alapján. Ez a fajta elemzés nem feltétlenül működik szociális vállalkozói tevékenységek esetében, melyek fókuszában nem a piaci lehetőségek, hanem a piaci zsákutcák állnak.

A piaci zsákutca fogalmán egyszerűen azt a helyzetet értjük, amikor a profittermelő szervezetek nem érdekeltek a piaci igények kielégítésében, mert csekélyek a profitlehetőségek. Ennek megfelelően a tágabban értelmezett szociális vállalkozás esetében a piacelemzés elsősorban a kielégítetlen piaci igények azonosítására összpontosít, illetve az ezen igények kielégítését célzó szolgáltatások és termékek kifejlesztéséhez szükséges erőforrásokat igyekszik feltárni.

III. Rész

A tananyag

A versenytársakkal és a meglévő termékekkel vagy szolgáltatásokkal viszont nemigen foglalkozik. A kreatív iparágak és a kulturális ágazatok termékeny talajt jelentenek a szociális vállalkozások számára, mivel a profitorientált szervezeteket ezek kevésbé érdeklik.

Emiatt aztán a kreatív és kulturális ágazatban tevékenykedő szociális vállalkozó piacelemzése túlnyomórészt a PESTEL-tényezők makroelemzésére fókuszál, különös tekintettel a társadalomban végbemenő változások társadalmi-demográfiai és technológiai mozgatórugóira. Ezt a piaci igények feltérképezése követi, bevett kutatási módszerekkel – fókuszcsoporthoz, interjúkkal, felmérésekkel, megfigyelésekkel stb. Az utóbbi kutatásból egyértelműen kiderül, kik is az ügyfelek és mik az igényeik, így a vállalkozó nem fog olyasmit fejleszteni, amire valójában senki sem vágyik (még akkor sem, ha határidőre és a költségvetés keretein belül tudná ezt megvalósítani). A folyamat során a piacelemzés ún. „lean” elveit [minél nagyobb értéket minél kevesebb erőforrásból létrehozni] kell alkalmazni, adaptálva azokat a kreatív és kulturális ágazatokban tevékenykedő szociális vállalkozás jellegéhez.

3. modul: Szervezeti felépítés

A többféleképpen értelmezett meghatározás szerint a szervezeti felépítés általánosságban azt írja le, milyen módon épül fel egy csapat, illetve milyen rendszer szerint működik, hogy elérje rendeltetését. A szervezeti felépítés általában 3 fő pilléren nyugszik:

- a szervezet működési szabályai
- a szervezeten belüli szerepek
- a szervezeten belüli feladatok és köteleességek

Ez a hagyományos meghatározás azonban gyorsan változó korunkban átalakulóban van, mert az induló vállalkozások a régi fogalmak és struktúrák helyett újak mellett teszik le a garast: a projektmenedzserből terméktulajdonos lesz, szabályok helyett pedig manapság inkább konvenciókat követnek.

Ezekben a gyorsan változó időkben fontos megérteni, hogy a mai világban a csapat egyre fontosabb szerepet játszik, miközben a szervezet másodlagossá válik.

III. Rész

A tananyag

Mit jelent az, hogy csapat?

A csapat olyan emberek csoportja, akiket egy közös küldetés, érték vagy cél köt össze.

A szervezeti menedzsment kétfajta Módl alapján valósulhat meg:

1. Hagyományos Módl:

- vertikális menedzsment: 1-2 döntéshozó
- bürokrácia
- törekvés a meglévő helyzet fenntartására
- az erő megőrzése
- egyirányú kommunikáció: fentről lefelé

2. Horizontális módszer:

- nincsenek osztályok, sem osztályvezetők
- a dolgozók döntenek el, mely projektekbe kapcsolódnak be
- a dolgozók maguk is kezdeményezhetnek új projekteket
- nagyon kedvező kis és közepes vállalkozások esetében
- teljes körű alkalmazása nagy kihívást jelent

Amikor manapság menedzsmentről beszélünk, legtöbbször az „Agile” módszert értjük alatta [amelyet szoftverfejlesztők egy csoportja alkotott meg 2001-ben].

Az agilitás [Agile: ügyesség, fürgeség] egy olyan készség a tervezés és a munka terén, amelyben mindig képesek vagyunk az aktuálisan felmerülő kihívásokra és igényekre reagálva cselekedni. Az agilis megközelítés alapvetően pragmatikus: követi a tervet, de elég rugalmas ahhoz, hogy szükség esetén változtatni tudjon.



Miért pont az Agile:

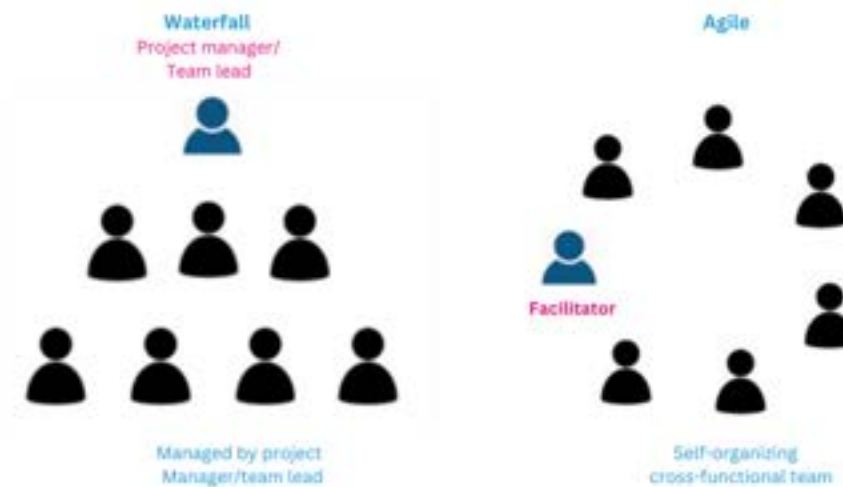
- csapatfejlesztés
- vállalati fejlesztés
- ügyesség, fürgeség (agilitás)

A termékfejlesztést folyamatosan tesztelik és ellenőrzik, így kevesebb veszteséggel, jobb eredményt lehet elérni.

Egy ábrába sűrítve, íme, a legfőbb különbség a vertikális (azaz vízesésszerű) szervezeti tervezés és az Agile módszer szerinti tervezés között:

III. Rész

A tananyag



8. ábra: Vízesés és agilis [5]

Amikor vállalkozói tevékenységről beszélünk, figyelembe kell vennünk, hogy a vállalkozói környezet a természetes ökoszisztémákhoz hasonlóan kaotikusan fejlődik. A vállalkozói léttel kacérkodó vezetőknek fel kell készülniük arra, hogy a természetes ökoszisztémákhoz hasonlóan a fejlődés során nekik is el kell viselniük némi káoszt.

4. modul: Szolgáltatási és termékpályák a digitális korszakban

Ahogy a 2. modulban már kifejtettük, a szociális vállalkozók a piaci tökéletlenségben, illetve a piaci zsákutcákban találják meg a lehetőségeket. A lehetőség kiválasztása és az üzleti Módl megtervezése (1. modul) után a következő lépés a lehetőség kereskedelmi formába öntése, ami a legtöbb esetben a szociális vállalkozás terméke vagy szolgáltatása lesz.

De miként is alakítja át a digitális korszak a szociális vállalkozók által kínált szolgáltatási és termékpályákat, s hogyan teszi lehetővé számukra a fenntartható üzleti tevékenységet és a nagyobb társadalmi hatást?

A digitális világ alapjaiban változtatja meg a hagyományos marketing egyszerű különbségtételét a fizikai termékek és szolgáltatások között. Digitális áruk egész tárházát teremti meg, szoftverek, hírek, zenék, fotók, tőzsdei árfolyamok, horoszkópok, sporteredmények és egészségügyi tanácsok formájában. Ezenkívül a digitális platform csökkenti a digitális termékek és szolgáltatások előállításának és terjesztésének határköltségét is. A digitális és nem digitális termékek tömeges testre szabását is lehetővé teszi, ami a hagyományos marketingben nem létezett. Az online vásárlók pl. számos kombináció közül választhatnak az interneten vásárolt személyi számítógépeikhez, de személyre szabhatják új autójukat is. Az e-kereskedők, mint az Amazon vagy az e-Bay online rendszerei a vásárlói preferenciák alapján konkrét könyv- és más termékajánlásokat generálnak. Ugyanez igaz az olyan keresőmotorokra is, mint a Google és a Yahoo.

III. Rész

A tananyag

A még radikálisabb technológiák, mint a blokklánc, a dolgok internetje, a mesterséges intelligencia és a 3D nyomtatás hatása szintén nagyon fontos. Nemcsak a termékkínálat típusában tapasztalunk változást, hanem a gyártás és a szállítás módjában is. Ezek a technológiák magukban hordozzák annak lehetőségét, hogy jelentősen javítsák az emberiség jólétét és a környezet állapotát, és a nagyobb társadalmi hatás ígérete miatt a szociális vállalkozók számára is vonzóak lehetnek.



Bár az új technológiák által a szociális vállalkozások üzleti Módljére és stratégiájára gyakorolt hatás még gyerekcipőben jár, a kezdeti tapasztalatok azt mutatják, hogy a mesterséges intelligencia és a gépi tanulási technológiák kezdik átformálni, amit a technológia alkalmazhatóságáról gondolunk a súlyos társadalmi kihívások kezelése terén.

A legtöbb szociális vállalkozás és friss vállalkozó azonban még nincs tisztában azzal, micsoda változásokat eredményeznek ezek az új technológiák, ezért a fiatalokat arra kell ösztönözni, hogy fedezzék fel ezek felhasználását a kreatív és kulturális ágazatokban, és tapasztalják meg az életminőséget javító hatásukat.

A 4.1. táblázat azokat a legfontosabb új technológiákat sorolja fel, amelyek valamennyi ágazatban, azon belül is a kreatív és kulturális ágazatban, hatnak a szociális vállalkozások termék- és szolgáltatáskínálatára. F

ontos, hogy a fiatalok megismerjék ezeket a technológiákat, hogy aztán a nagyobb társadalmi hatás érdekében bevezethessék és hasznosíthassák őket a kreatív vállalkozásokban, és így maximálisan kamatoztatni tudják tehetségüket a kulturális és kreatív szektorban.

4.1. táblázat: Példák a szociális vállalkozások termék-/szolgáltatáskínálatára ható technológiákra			
Felhőalapú számítástechnika	Blokklánc-technológia	3D nyomtatás	A dolgok internetje (IoT)
Gépi tanulás	Robotika	VR és AR	Mesterséges intelligencia

9. ábra: A technológiák táblázata

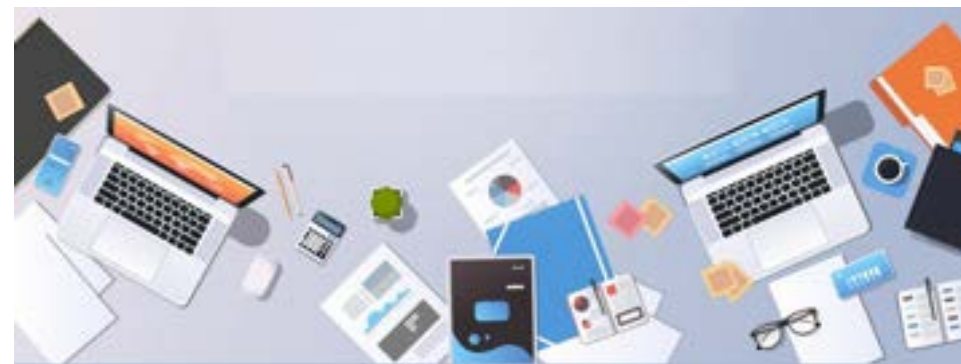
III. Rész

A tananyag

5. Modul: A kreatív szociális vállalkozás üzleti terv

Mit jelent az, hogy „kreatív szociális vállalkozás”?

Napjainkban egy új „osztály” van születőben, mégpedig a fiatal munkavállalókból álló kreatív szociális vállalkozóké, akik úgy generálnak piaci keresletet áruik és szolgáltatásaik iránt, hogy közben a kulturális fenntarthatóság, a társadalmi igazságosság és a gazdasági fejlődés ügyéért is tesznek világszerte. Olyan kreatív szakemberekről van szó, akik ugyanazok iránt a célok iránt lelkesednek, mint a szociális vállalkozók – a fenntartható városok ügyétől a jólétén át a befogadásig.



Mivel konkrét gazdasági ágazatokról, azaz a szociális vállalkozói tevékenységről, valamint a kreatív és kulturális iparágakról van szó, kezdjük a szociális vállalkozások tág spektrumának „szakszerű” meghatározásával, amely a gazdasági tevékenységet folytató nonprofit szervezetektől a szövetkezeteken át a szociális célú kölcsönös és korlátolt felelősségű társaságokig sokféle

szervezetet felölel.



10. ábra: Üzleti modellek spektruma [6]

A kreatív és kulturális ipar (KKI) pedig olyan gazdasági tevékenységeket takar, amelyek a kulturális és kreatív inputot kulturális és gazdasági értéket egyaránt megtestesítő árukká és szolgáltatásokká alakítják.



11. ábra: A kultúra és a kulturális iparágak

[6] Source: <https://impactenterprises.org/impact-stories/can-social-entrepreneurship-succeed/>

III. Rész

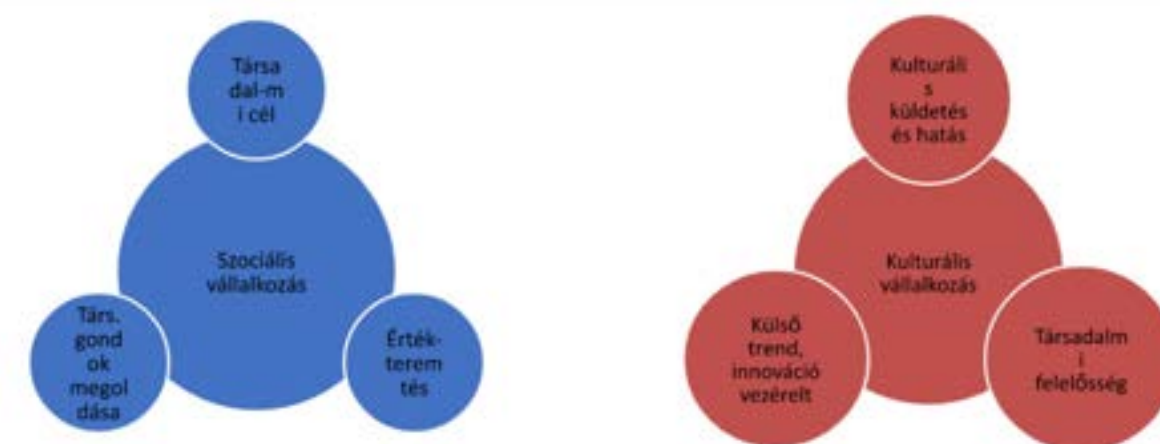
A tananyag

Vállalkozói” szempontból a szociális vállalkozás három kulcsfontosságú tényező kombinációja: 1) üzlet, 2) társadalmi szerepvállalás és 3) társadalmi célú beruházás, mégpedig a harmadik szektor, a szolidáris gazdaság, az alternatív gazdaság, a civil és a nonprofit szektor, valamint az önkéntes szektor részvételével. A jogi formák és a terminológia országonkénti különbségei ellenére a szociális gazdasági vállalkozások gerincét ugyanazok az értékek alkotják: szolidaritás, társadalmi kohézió, az egyén elsőbbsége a tőkével szemben, társadalmi felelősségvállalás és demokratikus irányítás.

A kulturális vállalkozás (más néven kultúraközvetítés vagy művészeti vállalkozás) olyan vállalkozási forma, amelynek révén a kulturális munkavállalók kreativitásukat és autonómiájukat érvényre juttatva és alkalmazkodóképességüket folytonosan fejlesztve arra törekszenek, hogy művészeti, s egyúttal gazdasági és társadalmi értéket teremtsenek. (Throsby, 2001).

In other words, culture represents a medium to achieve specific entrepreneurial goals while also promoting the culture as a whole as support for local socioeconomic growth through art, handloom, handicraft, language, literature.

Más szóval, a vállalkozás a kultúra révén igyekszik elérni konkrét vállalkozói céljait, miközben támogatja is a kultúra egészét mint a helyi társadalmi-gazdasági növekedés motorját, a képzőművészetet, a kézimunkázást, a kézművességet, a nyelvápolást és az irodalmon keresztül.



12. ábra: Társadalmi vállalkozások és kulturális vállalkozások

A szociális vállalkozások (SZV) és a kreatív-kulturális iparágak (KKI) hozzájárulnak a társadalmi jóléthez a társadalmi és gazdasági kohézió, az okos és integráló növekedés, valamint a sokrétű és rugalmas piacgazdaság kiépítése révén.

Mindkettő elősegíti a gazdasági növekedést, a munkahelyteremtést, az innovációnak, valamint az intelligens és integráló területfejlesztésnek köszönhetően:

III. Rész

A tananyag

- a KKI-k segítik a fenntartható fejlődést a versenyképesség, a fiatalok foglalkoztatása, az ágazatok közötti termékeny kapcsolatok, valamint a városi és szociális fejlesztés fellendítése által,
- az SZV-k célzottabb hatást gyakorolnak a közösségekre és ezek területeire, mivel valódi szükségleteiket igyekeznek kielégíteni, és integrált megközelítéssel, együttműködve keresik a megoldásokat.

Erős területi kötődésüknek köszönhetően mindkettő kedvezően hat a lokális fejlődésre.

Szociális vállalkozók

- Kreatív vállalkozások (termék vagy szolgáltatás) egy társadalmi probléma megoldására
- Törekedj az üzleti sikerre és a társadalmi változásra, mert mindkettő fontos.

Kulturális vállalkozók

- Hozz létre olyan kulturális termékeket (képzőművészet, zene, film stb.), amelyek rávilágítanak a társadalmi problémákra
- Határozd el, hogy te is hozzájárulsz a globális változáshoz

13. ábra: Társadalmi vállalkozások és kulturális vállalkozások

A modul szerkezete & gyakorlati kézikönyv

Tananyag: Oktatási anyag és módszertan

A tanterv a partnerek által korábban megtervezett kompetenciakeretre épül, és abban segít, hogy az ifjúságsegítők minden szükséges készséget elsajátíthassanak ahhoz, hogy támogassák a fiatalokat a szociális vállalkozások indításában és fejlesztésében.

Az európai vállalkozói kompetenciakeret (EntreComp) a vállalkozói kompetenciák 3 fő dimenzióját határozza meg:

- Ötletek és lehetőségek
- Erőforrás-mobilizálás
- Megvalósítás

Az EntreComp 3 fő dimenziója mellett a tanterv figyelembe veszi e szellemi teljesítmény társadalmi vonatkozásait is, amelyeket kifejezetten a leendő fiatal társadalmi vállalkozókat fejlesztő ifjúsági munkásoknak, valamint a tanulási program társadalmi vállalkozási vonatkozásait is.

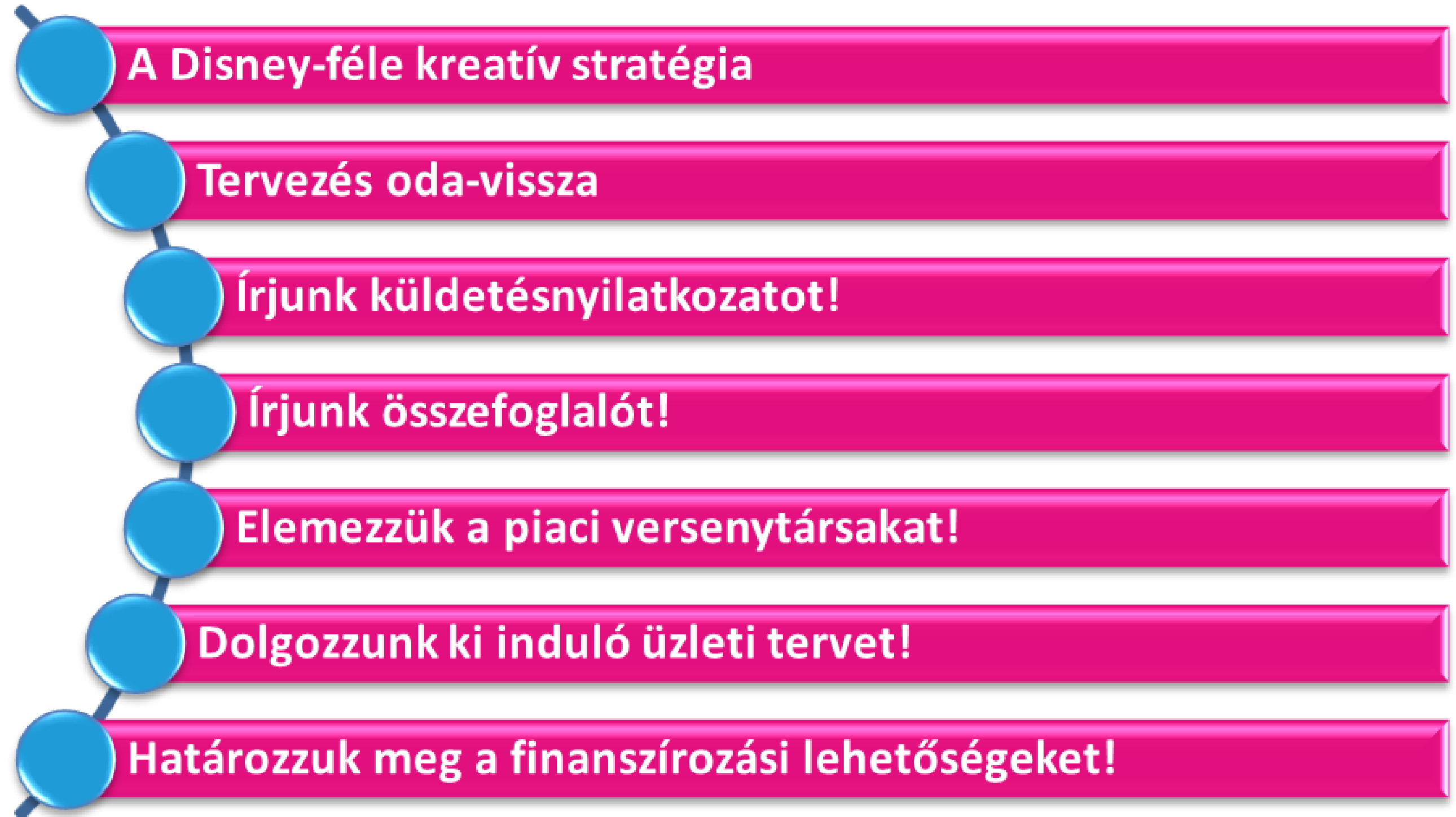
A tanterv ezt a 3 fő dimenziót és a társadalmi vállalkozói követelményeket 5 fő témára fordítja le, amelyeket az ifjúsági szakemberek igényelnek:

1. Vállalkozás indítása (ötletek és lehetőségek)
2. Piacelemzés (ötletek és lehetőségek/erőforrás-mobilizálás)
3. Szervezeti struktúra (erőforrás-mobilizáció)
4. Szolgáltatás- és termékvonal a digitális korszakban (megvalósítás)
5. A szociális kreatív üzleti terv (megvalósítás/erőforrás-mobilizáció)

1. Modul

A vállalkozás elindítása

Az 5 modul támogatja az ifjúságsegítő szakembereket és a fiatalokat abban, hogy az elméletet a gyakorlatba ültessék át, miközben fejlesztik készségeiket, megértésüket és szélesebb körű kompetenciáikat a társadalmi vállalkozói tevékenység terén.



1. Modul

A vállalkozás elindítása

A Disney-féle kreatív stratégia	
Modul	A vállalkozás elindítása
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végére a tanulók elsajátítják, hogyan lehet egy kreatív vállalkozásindítási ötletet kidolgozni és szociális vállalkozóként fejlődni.
Alapok	Ebben a tevékenységben a tanuló szociális vállalkozóként kreatív gondolkodásmódjára támaszkodva üzleti ötletet dolgoz ki.
A gyakorlat célja	Walt Disney arról volt ismert, hogy a fantáziát valósággá változtatta, a kreativitást pedig üzleti stratégiává tette. A Disney-féle kreativitási stratégia célja, hogy a Walt Disney-hez hasonló sikeres emberek gondolkodási stratégiáit Mődllezze. Ebben a feladatban három szerepet kell eljátszani.
Mód	Személyes (online is lehetséges)
Tanulók száma	Bármennyi számú tanuló

1. Modul

A vállalkozás elindítása

Rövid ismertetés	A gyakorlat háromféle ötletelési alapállást mutat be: • Álmodozó – Engedjük szabadjára a képzeletünket, és álljunk elő a legragyogóbb ötlettel, ami csak tőlünk telik! Ebben a szerepben nincsenek korlátok. Merjünk nagyot álmodni, a valóság ne szabjon a fantáziánknak határt! • Realista – Induljunk ki abból a fantasztikus ötletből, amivel Álmodozóként előrukkoltunk, és próbáljuk meg azt a valósághoz igazítani. Vegyük sorra az ötlet képtelennek tűnő elemeit, és találjuk ki, hogyan alakíthatnánk át úgy, hogy működőképpessé és praktikussá váljon. Ezután szabjunk időkeretet ennek az immár reális elképzelésnek, és bontsuk szakaszokra, hogy mérni tudjuk a haladást. • Kritikus – Állapítsuk meg, hogy mi az, ami nem működik a Realista elképzelésében. A Kritikus ízeire szedi az ötletet, megvizsgálja, hogyan lehetne javítani rajta, illetve milyen hibalehetőségeket rejt magában.
Források	https://www.onsightapp.com/blog/simple-creative-exercises-business-minded-individual
Eszköz	Papír és toll, flipchart
Időtartam	30 - 60 perc
Hivatkozás	https://www.onsightapp.com/blog/simple-creative-exercises-business-minded-individual

1. Modul

A vállalkozás elindítása

Tervezés oda-vissza	
Modul	A vállalkozás elindítása
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végére a tanulók megtanulják: • azonosítani az értékrendjüket és számba venni a céljaikat; • megtervezni, hogyan integrálják a számukra fontos értékeket és célokat az üzleti tervbe és a magukról mint szociális vállalkozóról kialakítandó képbe.
Alapok	In this activity, a learner will develop a business idea as a social entrepreneur relying upon her or his creative mindset
A gyakorlat célja	A gyakorlat egy adott startupot elképzelve, annak jövőbeli üzleti céljaira, értékeire és társadalmi következményeire fókuszál, hogy meg tudja határozni a fejlődéshez szükséges lépéseket, valamint a vállalkozás hatását egyéni és társadalmi szinten.
Mód	Személyes (online is lehetséges)
Tanulók száma	Bármennyi tanuló lehet

1. Modul

A vállalkozás elindítása

Rövid ismertetés	A gyakorlat 2 részből áll: • A diákokat arra kérjük, hogy a végcélt szem előtt tartva fogjanak hozzá a gyakorlathoz. Más szóval, ahelyett, hogy a szokásos módon az elejétől látnának hozzá a tervezéshez, a végén, azaz az elérni kívánt céllal kezdik. Ezáltal könnyebben maguk elé tudják képzelni üzleti céljaikat és értékeiket, és meg tudják állapítani társadalmi vállalkozásuk hatásait. • Ezután a diákoknak visszafelé is meg kell tervezniük ugyanazt. A módszer talán furcsának tűnik, de a diákok így könnyebben tudják majd friss szemszögből látni a dolgokat, továbbá a találgatást is ki tudják küszöbölni a tervezésből, mert már tudják, hová szeretnének eljutni.
Források	https://www.onsightapp.com/blog/simple-creative-exercises-business-minded-individual
Eszköz	Papír és toll, flipchart
Időtartam	30 – 60 perc
Hivatkozás	https://www.onsightapp.com/blog/simple-creative-exercises-business-minded-individual

1. Modul

A vállalkozás elindítása

Írjunk küldetésnyilatkozatot!	
Modul	A vállalkozás elindítása
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végére a tanulók megtanulják: • hogyan foglalhatják össze tömören a teljes üzleti tervet; • hogy olyan hiányzó lépésekkel is számoljanak, amelyekre korábban nem is gondoltak.
Alapok	Ebben a feladatban a diákok képet alkothatnak arról, hogy miért teszik azt, amit tesznek, hiszen mi mással lehetne ezt jobban megfogalmazni, mint egy jól megírt küldetéssel? A küldetés segít a vállalkozás helyes irányba terelésében, de szerepet játszik abban is, hogy megalapozott, a bevételek szempontjából előnyös döntéseket hozzanak. Az a vállalkozás, amelynek nincs küldetésnyilatkozata, nehezebben látja a jövőt, és ezért nem tud tervezni.
A gyakorlat célja	A gyakorlat célja, hogy általa a diákok könnyebben megértsék: • Milyen üzenetet akarnak magukról közvetíteni? • Hogyan szeretnének a vállalkozásukkal hatni másokra? • Mi miatt döntöttek úgy, hogy vállalkozásba fognak?
Mód	Személyes (online is lehetséges)

1. Modul

A vállalkozás elindítása

Tanulók száma	Bármennyi lehet
Rövid ismertetés	A gyakorlat 3 részből áll: • Tanácsoljuk a tanulóknak, hogy böngésszék az internetet, és olvassák el az általuk csodált és tisztelt vállalatok, valamint azonos iparágban tevékenykedő konkurensaik küldetésnyilatkozatait. Figyeljünk oda, hogy ne csak lemásolják, amit a cégek mondanak, hanem valóban képet alkossanak arról, mi működik, és mi nem. • Segítsünk a tanulóknak meghatározni, kit akarnak megcélózni a küldetésnyilatkozattal (ügyfeleket, alkalmazottakat, üzleti befektetőket), hogy minden célközönség megtalálja benne a neki szóló üzenetet. • Fontos, hogy a tanulók megértsék, a küldetésnyilatkozat a vállalkozás fejlődése során mindig módosítható.
Források	<u>Link</u> .
Eszköz	Papír és toll, flipchart
Időtartam	Legalább 60 perc
Hivatkozás	<u>https://www.createcultivate.com/blog/business-plan-exercises/</u>

1. Modul

A vállalkozás elindítása

Írjunk összefoglalót!

Modul	A vállalkozás elindítása
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végére a tanulók megtanulják: • tömören összefoglalni az egész üzleti tervet; • átgondolni a hiányzó lépéseket, amelyekre korábban nem is gondoltak.
Alapok	Ebben a tevékenységben a tanuló üzleti tervet dolgoz ki, amely mintaként szolgál az egész vállalkozásindításhoz.
A gyakorlat célja	Az üzleti terv összefoglalásának kidolgozásával a gyakorlat célja az, hogy pontosan meg tudjuk határozni azokat a lépéseket, amelyeket a korábban kidolgozott üzleti ötlet megvalósításához meg kell tenni, hiszen az összefoglalás az egész üzleti terv veleje.
Mód	Személyes (online is adaptálható)
Tanulók száma	Bármennyi lehet

1. Modul

A vállalkozás elindítása

Rövid ismertetés	A gyakorlat 3 részből áll: • A szociális vállalkozóknak – azaz a tanulóknak – rengeteg tényezőt kell meghatározniuk, mielőtt nekilátnak megírni az összefoglalást. A lényeg az, hogy végül pontosan meg tudják határozni, mit fog nyújtani a vállalkozásuk másoknak, s ezt vegyék kiindulási alapnak. • A tanulóknak azt is meg kell tudni állapítaniuk, hogy mire lesz szükségük a vállalkozás sikeres működéséhez (személyzet, pénzügyi támogatás, eszközök stb.), és miért. • Az összefoglalás megírásához a tanulóknak maguk elé kell képzelniük a majdani ügyfeleiket is.
Forrás	https://www.createcultivate.com/blog/business-plan-exercises/
Eszköz	Papír és toll, flipchart
Időtartam	30 - 60 perc
Hivatkozás	https://www.createcultivate.com/blog/business-plan-exercises/

1. Modul

A vállalkozás elindítása

Elemezzük a piaci versenytársakat!

Modul	A vállalkozás elindítása
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végére a tanulók: • megismerkednek az iparáguk piaci trendjeivel, és megtudják, hogy ezek állandóak, vagy folyamatosan változnak-e; . • megértik, milyen erőforrásokra lesz szükségük ahhoz, hogy ki tudják szolgálni ezt a piacot; • azonosítani és elemezni tudják a vállalkozásuk jelenlegi versenytársait.
Alapok	E tevékenység során a tanuló megérti a választott terület piacát és annak elemzését.
A gyakorlat célja	A piaci elemzés minden üzleti tervhez elengedhetetlen. Miután a tanulóknak sikerült meghatározniuk, kik jelentik a piacukat, meg kell állapítaniuk a további lehetséges piacokat is. Fontos továbbá felmérniük a piacuk volumenét, hogy megértsék, milyen erőforrásokra van szükségük, hogy kiszolgálhassák ezt a piacot.
Mód	Személyes (online is adaptálható)
Tanulók száma	Bármennyi lehetséges

1. Modul

A vállalkozás elindítása

Rövid ismertetés	A gyakorlat 3, a tanulók által végrehajtandó részből áll: • utána kell nézniük a kiválasztott iparáguk helyzetének; • azonosítaniuk kell a célközönségüket és annak vásárlási szokásait; • meg kell határozniuk, hogy kik a vállalkozás jelenlegi versenytársai, majd elemezniük kell azok viselkedését, kampányait, marketingeszközeit, közösségimédia-felületeit, és így tovább. Mit csinálhatnának másként a tanulók? Mit csinálhatnának jobban? Erről itt mind szó lesz.
Forrás	https://www.businessnewsdaily.com/15751-conduct-market-analysis.html
Eszköz	Papír és toll, flipchart
Időtartam	30–60 perc
Hivatkozás	https://www.createcultivate.com/blog/business-plan-exercises/

1. Modul

A vállalkozás elindítása

Dolgozzunk ki induló üzleti tervet!	
Modul	A vállalkozás elindítása
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végére a tanulók: • megtanulnak kidolgozni egy induló üzleti tervet; • megismerik a vállalkozásfejlesztéshez szükséges összes eszközt; • megértik, mit jelent egy vállalkozás léptéke és súlya; • megtanulják kiszámítani a szociális vállalkozás működésének költségvetését.
Alapok	Minden pénzkereseti potenciállal rendelkező induló üzleti kezdeményezést mindig jól felépített, teljes üzleti tervnek kell kísérnie a sikeres tőkebevonás érdekében.
A gyakorlat célja	A gyakorlat célja az, hogy egy jól előkészített, szilárd üzleti terv elkészítésével jelentősen növelje a tanulók lehetőségeit arra, hogy pénzügyi támogatást szerezzenek induló üzleti vállalkozásukhoz.
Mód	Személyes (online is lehetséges)
Tanulók száma	Bármennyi tanuló lehet

1. Modul

A vállalkozás elindítása

Rövid ismertetés	A gyakorlat 3, a tanulók által végrehajtandó részből áll: • A tanulók részletesen beszámolnak az addigi tanulmányaikról és a képzettségükről, és elmagyarázzák, hogy a képességeik milyen hozzáadott értéket képviselnek a vállalkozásukban, majd minden részletet számításba véve megértik, mennyi külső és belső erőforrásra van szükség egy szociális vállalkozás elindításához. • A tanulók utánanéznék az adott ország vállalkozás indítására vonatkozó jogszabályainak, vagy szakemberek, például ügyvédek vagy könyvelők segítségét kérik a konkrét szociális vállalkozás üzleti tervének kidolgozásához. • A tervnek tartalmaznia kell egy pénzügyi kimutatást is.
Forrás	https://www.onsightapp.com/blog/simple-creative-exercises-business-minded-individual
Eszköz	Papír és toll, flipchart
Időtartam	Minimum 60 perc
Hivatkozás	https://www.glennlouisparker.com/three-exercises-for-the-startup-business-owner.html

1. Modul

A vállalkozás elindítása

Határozzuk meg a finanszírozási lehetőségeket!	
Modul	A vállalkozás elindítása
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végére a tanulók megtudják: • milyen finanszírozási lehetőségek léteznek; • honnan szerezhetnek finanszírozást induló vállalkozásukhoz.
Alapok	Ebben a tevékenységben a tanuló felismeri a különböző finanszírozási forrásokat, és gondosan megpróbál megfelelni a kívánt feltételeknek.
A gyakorlat célja	A finanszírozás fontos része az üzleti terv megírásának, de a költségvetés ismerete még fontosabb. Sok vállalkozás azért bukik meg, mert vagy nincs bevétele, vagy nem tudja ellenőrizni, mire megy el a pénz. Egyik helyzet sem ideális, pontosan ezért van szüksége egy szociális vállalkozónak költségvetésre. Ez a gyakorlat abban fog a diákoknak segíteni, hogy megértsék, hogyan kell kidolgozni egy költségvetést.
Mód	Személyes (online is lehetséges)
Tanulók száma	Bármennyi tanuló lehet

1. Modul

A vállalkozás elindítása

Rövid ismertetés	A gyakorlat a tanulók induló vállalkozásainak finanszírozási lehetőségeit veszi sorra, amelyek a következők: • egyéni finanszírozás • kockázati tőke-befektetés – ennél a típusnál a befektető(k) finanszíroz(nak), cserébe az induló vállalkozásban való tulajdonrészért • befektetői finanszírozás • baráti, családi finanszírozás • hitelfelvétel – banki vagy kormányzati kölcsön • kormányzati finanszírozás, kisvállalkozások fejlesztésének támogatása.
Források	https://www.glennlouisparser.com/three-exercises-for-the-startup-business-owner.html
Eszköz	Papír és toll, flipchart
Időtartam	30–60 perc
Hivatkozás	https://www.glennlouisparser.com/three-exercises-for-the-startup-business-owner.html

2. Modul

Market Analysis



A makrokörnyezet és a változás
mozgatórugói

A közösségek megismerése

Interjúzás

2. Modul

Piacelemzés

A makrokörnyezet és a változás mozgatórugói	
Modul	Piacelemzés
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végére a tanulók megtudják: • a kreatív és kulturális ágazati makrokörnyezet mozgatórugóinak megértése helyi, regionális és országos szinten; • a szociális vállalkozás lehetőségeinek azonosítása és feltárása az ágazatban, a helyi közösségen belül.
Alapok	Ez a tevékenység egy átfogó piacelemzés kidolgozásának egyik alapját képezi. A hangsúlyt az érintett ágazat tendenciáinak megértésére helyezik egy adott földrajzi kontextusban, valamint az új termékek és szolgáltatások fejlesztésére lehetőségeket nyitó hajtóerők azonosítására.
A gyakorlat célja	A gyakorlat résztvevőiben tudatosul, hogy mi a makrokörnyezet, illetve képesek átlátni a kreatív és kulturális ágazat dinamikáját és könnyen felismerik a változások mozgatórugóit, ami segíti őket abban, hogy értékes termékeket és szolgáltatásokat fejlesszenek ki.
Mód	Személyes (online is lehetséges)
Tanulók száma	6–20 tanuló, 2–4 fős csoportokban

2. Modul

Piacelemzés

Rövid ismertetés

A gyakorlat során a hagyományos PESTEL-elemzést fogjuk alkalmazni a kreatív és kulturális ágazat makrokörnyezetének feltérképezésére, egy előre meghatározott földrajzi környezetben, ami lehet a képzésen részt vevők szűkebb közössége, a régió vagy az ország. A PESTEL egy betűszó, az angol „Political, Economic, Socio-cultural, Technological, Environmental, Legal environment” (politikai, gazdasági, társadalmi-kulturális, technológiai, természeti és jogi környezet) szavakból.

- Politikai tényezőknek nevezzük többek közt a kormányzati politikában és működésben tapasztalható tendenciákat, különösen az odaítélt támogatásokat és a közpénzek felhasználását a kulturális és kreatív ágazatok termékeinek és szolgáltatásainak előmozdítására;
- Gazdasági tényezők alatt a jelenlegi és a várható gazdasági növekedést; az inflációt és a kamatlábakat; a munkahelyek számát és a munkanélküliséget; valamint a felhasználható jövedelmet értjük. A magasabb infláció és az alacsony foglalkoztatási ráta különösen a kreatív és kulturális ágazatok felhasználható jövedelmét sújtja;
- Társadalmi tényezők például a demográfiai mutatók (kor, nem, faj, családméret); a fogyasztói magatartások, vélemények és vásárlási szokások; a népességnövekedés üteme és a foglalkoztatási szokások; a társadalmi-kulturális változások; az etnikai és vallási trendek; az életszínvonal. Ezek közül azok a legfontosabbak, amelyek a kulturális és kreatív ágazatban változást idéznek elő, azaz generációváltást eredményeznek a kultúrafogyasztásban.
- A technológiai tényezők a kreatív és kulturális ágazatok által kínált szolgáltatásokra és árukra hatnak. Befolyásolják továbbá e szolgáltatások elosztását, valamint a helyi közösségekkel és a célpiacokkal való kommunikációt.
- A környezeti tényezők több szempontból is fontosak, így az egyre szűkösebb nyersanyagkészletek, a szennyezés csökkentése, a vállalat etikus és fenntartható működése, valamint a szén-dioxid-kibocsátási célok elérése miatt.

2. Modul

Market Analysis

Rövid ismertetés	A jogi tényezők közé tartozik a szellemi tulajdon védelme, az esélyegyenlőség; a hirdetési normák betartása.
Források	Handout 1 - PESTEL Analysis
Eszköz	Papír és toll, flipchart
Időtartam	45–50 perc
Hivatkozás	

2. Modul

Piacelemzés

A közösségek megismerése	
Modul	Piacelemzés
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végére a tanulók megtudják: • A közösségen belüli különböző kisebb közösségek feltérképezése • Szükségleteik dokumentálása megfigyelés útján • Egy olyan közösség kijelölése, amelyet egy minimálisan megvalósítható termék kifejlesztésével meg lehet célozni.
Alapok	E tevékenység célja a piac szűkítése a megcélzott közösségekre.
A gyakorlat célja	Ennek a gyakorlatnak a célja, hogy a résztvevőket arra készítse, ismerjék meg behatóbban azokat a közösségeket, amelyekkel kapcsolatba kerülnek, vagy amelyekhez tartoznak, figyeljék meg őket és jegyezzék fel az igényeiket, majd válasszák ki, hogy ezek közül melyik közösséget, azaz piacot szeretnék megcélozni a szociális vállalkozásukkal.
Mód	Személyes (online is lehetséges)
Tanulók száma	6–20 tanuló, 2–4 fős csoportokban

2. Modul

Piacelemzés

Rövid ismertetés

A közösség olyan emberek csoportja, akikben van valami közös. Ez a közös pont lehet a megegyező lakóhely, a hasonló érdeklődési kör stb. Ilyen értelemben beszélhetünk lakóhely, érdeklődési kör, identitás vagy vallás alapján szerveződő közösségekről. Fontos, hogy megismerjük a közösség igényeit. Ezt úgy lehet elérni, ha legalább négy különböző közösségben, amelyhez magunk is tartozunk, ötletbörzét tartunk.

A további elemzéshez két közösségre összpontosítunk, és mindegyikre vonatkozóan dokumentáljuk a következő jellemzőket: életkor, anyanyelv, kultúra és hagyomány, érdeklődési kör. Kiválasztjuk az egyik közösséget, és további adatokat és információkat gyűjtünk róla, majd ezeket kiértékeljük, hogy jobban megértsük az igényeit. A kiválasztott közösséget megfigyeljük, azaz jegyzeteket készítünk róla és utánajárunk az őt érintő, kevésbé nyilvánvaló dolgoknak is. Miután dokumentáltuk az általunk tapasztalt magatartásformákat, nem árt elgondolkodni a következő kérdéseken:

- Mi volt számunkra a legmeglepőbb a közösségben?
- Várnak-e a közösségre különleges kihívások? Ha igen, kiket érint, és hogyan?
- Mire van szüksége a közösségnek ahhoz, hogy meg tudja oldani ezeket a problémákat? Kinek a dolga lenne változtatni, és hogyan? Hogyan lehetne a közösség igényeit a technológia segítségével kielégíteni?

Források

Handout 2 - [Understanding Communities](#)

Eszköz

Papír és toll, flipchart

Időtartam

45–50 perc

2. Modul

Piacelemzés

Interjúzás	
Modul	Piacelemzés
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végére a tanulók megtudják: • az interjúzás mint a végfelhasználóktól való adatgyűjtés egyik eszközének megismerése • az ügyfelek visszajelzéseinek sokrétű felhasználása a működés és a szolgáltatások javítására.
Alapok	A tevékenység egy általános módszert nyújt arra vonatkozóan, hogy miként lehet megközelíteni az interjúk fejlesztését, és hogyan lehet reflektálni az ügyfelektől kapott adatokra, felhasználva azokat a termék/szolgáltatás kínálatának továbbfejlesztése során. Ez egy olyan tevékenység, amelyet az új vállalkozások termék- és szolgáltatásfejlesztésének folyamatában kell alkalmazni.
A gyakorlat célja	Eszközöket adni a leendő vállalkozó kezébe a célpiaccal való kapcsolatteremtéshez, egyszerű lépéseken keresztül megmutatva, hogyan figyeljen a megcélzott piac igényeire és miként értelmezze azokat, egy mintaajánlat példáján keresztül.
Mód	Személyes (online is lehetséges)
Tanulók száma	2–4 fő, ideális esetben egy induló vállalkozás fiatal csapata

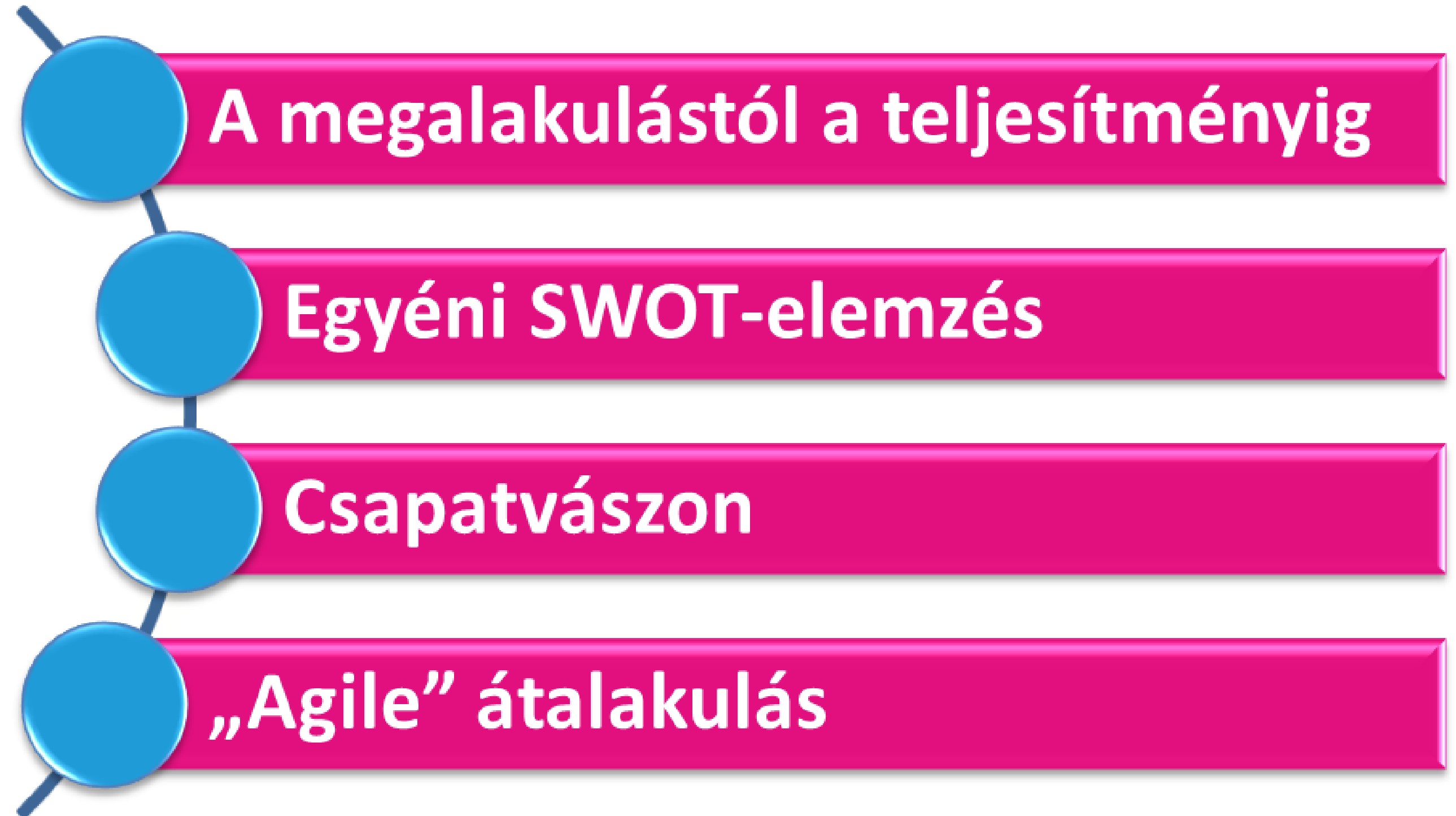
2. Modul

Piacelemzés

Rövid ismertetés	A 2.3 gyakorlatot trénerok és mentorok fogják végrehajtani, amikor olyan vállalkozókkal dolgoznak együtt, akik már meghatározták és kifejlesztették az első „minimálisan megvalósítható terméküket”. A leendő vállalkozót arra kérjük, hogy gondolja át, hogyan készítené interjút a megcélzott piac képviselőivel, hogy megtudja, milyen értéket képvisel a termék vagy szolgáltatás az ügyfelek számára. Az 1. mellékletben csatolt segédletben az interjúkhoz szükséges mintakérdéseket találunk, amelyeket a tanfolyam résztvevői további, a saját megoldásuk szempontjából releváns kérdésekkel egészíthetnek ki, és amelyek alapján megvitathatják a lehetőségeket a trénerekkel, a csapattal vagy a többi résztvevővel.
Források	Handout 3 - <u>Conducting Interviews</u>
Eszköz	pl. moderációs kártyák, papír és toll, flipchart
Időtartam	20 perc.
Hivatkozás	

3. Modul

Szervezeti
felépítés



3. Modul

Szervezeti felépítés

A megalakulástól a teljesítményig	
Modul	Szervezeti felépítés
Tanulási célkitűzések	A résztvevők megismerik önmagukat és jobban meg tudják határozni erősségeiket.
Alapok	A tevékenység során a tanulók új ismereteket szereznek a csapatmunkáról és a csapatépítésről.
A gyakorlat célja	A résztvevők az elméleti oldalról közelítsék meg a csapat szerkezetének kialakítását.
Mód	Személyes (online is lehetséges)
Tanulók száma	15 - 25 tanuló

3. Modul

Szervezeti felépítés

Rövid ismertetés

Először is kezdhethetünk ötletbörzével, mégpedig a következő kérdéssel: Szerintetek milyen szakaszokra tagolódik a csapatfejlesztés?

A tréner felírja a válaszokat egy papírra, ami alapján a résztvevők prezentációt készítenek a csapatfejlesztés különböző szakaszairól:

1. szakasz: Megalakulás

Érzések

A csapat megalakulásának szakaszában a csapattagok általában örülnek, hogy a csapat tagjai lehetnek, és izgatottan várják az előttük álló munkát. Általában sok pozitív elvárást támasztanak a csapatélménnyel kapcsolatban. Ugyanakkor szoronghatnak is amiatt, hogy hogyan fognak beilleszkedni a csapatba, és vajon a teljesítményük megfelel-e majd a követelményeknek.

Viselkedésformák

A megalakulás szakaszában megfigyelhető viselkedésformák közé tartozik, hogy a csapattagok részéről sok kérdés merül fel, amelyek egyrészt az új csapattal kapcsolatos izgalmut, másrészt a csapatban elfoglalt helyük miatti bizonytalanságukat vagy szorongásukat tükrözik.

A csapat feladatai

A megalakulás szakaszában a fő feladat egy olyan csapat létrehozása, amely világos struktúrával, célokkal, irányokkal és szerepekkel rendelkezik, hogy a tagokban kialakuljon a kellő bizalom. Egy jó orientációs vagy csapatindító megbeszélés segíthet a tagoknak azonosulni a csapat küldetésével és céljaival, illetve meghatározhatja, mit várhatnak a csapat által létrehozandó termékkel és – ami még fontosabb – a csapat tevékenységével kapcsolatban. A megalakulási szakaszban az energiák nagy része a csapat önmeghatározására összpontosul, így a feladatok teljesítése ekkor még viszonylag alacsony hatásfokú lehet.

3. Modul

Szervezeti felépítés

Rövid ismertetés

2. szakasz: Viharok

Érzések

Ahogy a csapat egyre inkább halad a céljai felé, a tagok rájönnek, hogy a feladat már nem tölti el őket akkora izgalommal, és a csapat nem tud mindenben megfelelni a kezdeti elvárásaiknak. Idővel a figyelmük elterelődhet az aktuális feladatokról, és a dolgok menetével kapcsolatos frusztráció vagy düh kerülhet a középpontba. A tagok elbizonytalanodhatnak abban, hogy tudják-e teljesíteni a csapatcélokat. A viharok szakasza során a tagok megpróbálják kitalálni, hogy a csapat miként fog majd reagálni a nézeteltérésekre, és hogyan fogja kezelni a konfliktusokat.

Viselkedésformák

A viharok szakaszát általában kevésbé udvarias viselkedés jellemzi, mint a megalakulás szakaszát. Ilyenkor a célokkal, elvárásokkal, szerepekkel és felelősségi körökkel kapcsolatos csalódások és nézeteltérések nyíltan kifejezésre juthatnak. A tagok frusztrációt érezhetnek az egyéni előrehaladásukat vagy a csapatét lassító korlátok miatt; ez a frusztráció irányulhat a csapat többi tagja, a vezetőség vagy a csapat anyagi támogatója felé. A viharok szakaszában a csapattagok kétségbe vonhatják vagy bírálhatják a csapat eredeti küldetését vagy céljait.

A csapat feladatai

A csapatfejlesztés során a viharok szakaszában a feladat az, hogy a csapat újult erővel a céljaira összpontosítson, akár úgy is, hogy a nagyobb célokat kisebb, megvalósítható lépésekre bontja. A csapatnak mind a feladattal, mind a csoportfolyamatokkal és konfliktuskezeléssel kapcsolatos készségeit fejlesztenie kell. A célok, szerepek és feladatok újradefiniálása segíthet a csapattagoknak túllépni a viharok szakaszában tapasztalt frusztráción és tanácstalanságon.

3. Modul

Szervezeti felépítés

Rövid ismertetés

3. szakasz: Normateremtés

Érzések

A csapatfejlesztés normateremtési szakaszában a tagok elkezdik áthidalni azt a szakadékot, amelyet egyéni elvárásaik és a csapatélmény valósága között tapasztalnak. Ha a csapatnak sikerül rugalmasabb és átfogadóbb normákat és elvárásokat felállítania, a tagok bátrabban kifejezésre tudják juttatni a „valódi” ötleteiket és érzéseiket. A csapattagok egyre inkább elfogadják majd a többieket, és felismerik, hogy a vélemények és tapasztalatok sokfélesége erősebbé teszi a csapatot és sokszínűbbé a terméket. Az építő kritika lehetséges és üdvözlendő. A tagok egyre inkább a csapat részének érzik magukat, és örömet lelik ebben az együvé tartozásban.

Viselkedésformák

A normateremtés szakaszában a tagok tudatosan törekednek a problémák megoldására és a csoport harmónia elérésére. A csapattagok között gyakoribb és tartalmasabb kommunikáció alakulhat ki, ezzel párhuzamosan megnő a hajlandóság az ötletek megosztására és a segítségkérésre a csapattársaktól. A tagok a kialakított alapszabályokat és gyakorlatokat szem előtt tartva ismét a csapat feladataira összpontosítanak. Gyakori, hogy ebben a fázisban a csapat saját nyelvet (beceneveket) és belső vicceket kezd el használni.

A csapat feladatai

A normateremtés szakaszában a tagok energiájukat a csapat céljaira fordítják, s emiatt mind az egyéni, mind a közös munka során produktívabbá válnak. Elképzelhető, hogy a csapat megfelelőnek érzi ezt az időszakot a csapatfolyamatok és a termelékenység értékelésére.

3. Modul

Szervezeti felépítés

Rövid ismertetés

4. szakasz: Teljesítés

Érzések

A csapatfejlesztés teljesítési szakaszában a tagok elégedettek a csapat fejlődésével. Megosztják egymással a személyes és a csoportfolyamatokra vonatkozó meglátásaikat, és tisztában vannak a maguk (és a többiek) erősségeivel és gyengeségeivel. A tagok kötődnek a csapathoz, ami számukra egy olyan valami, ami „nagyobb, mint részeinek összessége”, és elégedettek a csapat hatékonyságával. Bízhatnak továbbá az egyéni képességeikben és a csapattársaikéban.

Viselkedésformák

A csapattagok képesek megelőzni vagy megoldani a csapatdinamikában és az előrehaladásában felmerülő problémákat. Érezhető a „meg tudjuk csinálni” hozzáállás és jellemző egymás megsegítése. A csapatban a szerepek átjárhatóbbakká válnak, a tagok szükség szerint más-más szerepeket és feladatokat vállalnak el. Eltérő adottságaikat megbecsülik és a csapat teljesítményének növelésére használják.

A csapat feladatai

A teljesítési szakaszban a csapat jelentős előrelépést tesz a céljai felé. A küldetés iránti elkötelezettség magas, csakúgy, mint a csapattagok kompetenciája. A csapattagoknak folyamatosan mélyíteniük kell a tudásukat és a készségeiket, és a csapatépítésen is folyamatosan dolgozniuk kell. A közös munkában és az előrehaladásban elért eredményeket a csapat számontartja és megünnepli.

3. Modul

Szervezeti felépítés

Rövid ismertetés

A „teljesítés” szakaszával vajon véget is ér a folyamat?

Habár egy jól teljesítő csapatban dolgozni igazán élvezetes és fejlődést hozó élmény lehet, ezzel még nem ért véget a csapatfejlesztés. A csapatnak továbbra is a közös munkára és a végeredményre kell koncentrálnia, és adott esetben új célokat kell kitűznie. Ha túl sok a változás, például magas a tagok fluktuációja vagy jelentősen megváltozik a külső környezet, lehet, hogy a csapatnak vissza kell térnie egy korábbi szakaszhoz. Ha ezeket a változásokat – és az ezekből fakadó viselkedésformákat – felismerik és hatékonyan kezelik, a csapat korlátlan ideig a teljesítés szakaszában maradhat.

5. szakasz: Befejezés

Van, hogy a csoport a munka befejeztével vagy a szervezet igényeinek megváltozásával megszűnik. Bár ez Tuckman eredeti Módljének nem része, minden csapat számára fontos, hogy gondoljon a befejezésre, a megszűnés mikéntjére.

Érzések

Előfordulhat, hogy a csapattagok aggódnak amiatt, hogy a csapat a közeljövőben fel fog oszlani. Vagy szoronghatnak, mert bizonytalanok a szerepükkel vagy a jövőbeli feladataikkal kapcsolatban. Esetleg szomorúsággal töltheti el őket a csapaton belül kialakult kapcsolataik felbomlása, amit veszteségként élhetnek meg. Ugyanakkor a csapattagokat mélységes elégedettség is eltöltheti a csapat teljesítménye miatt. Az egyes tagok mindezeket érezhetik egyszerre és felváltva is – a veszteség érzése váltakozhat bennük az elégedettséggel. Ezek ellentmondásos érzések, amelyek miatt változhat az egyének és a csapat hangulata, fordulhat jóra és rosszra is. Valószínű, hogy a tagok adott pillanatban eltérő érzelmeket élnek át a csapat megszűnése kapcsán.

3. Modul

Szervezeti felépítés

Rövid ismertetés	Viselkedésformák A befejező szakasz során előfordulhat, hogy egyes csapattagok kevésbé koncentrálnak a csapat előtt álló feladatokra, s emiatt csökken a hatékonyságuk. A csapat más tagjai viszont gondolhatják azt, hogy a szomorúságukat vagy veszteségérzetüket enyhíti a feladatra való összpontosítás. Ily módon ők a korábbinál hatékonyabban látják el a feladatukat. A csapat feladatai A csapatnak tudomásul kell vennie, hogy közeledik az átmenet, s hogy mint egyének és mint közösség sokféleképpen élheti meg a csapat közelgő feloszlását. Ebben a szakaszban a csapatnak három feladatra kell koncentrálnia: 1.A teljesítendő feladatok befejezése és a csapatmunka lezárása. 2.A csapatmunka és a végtermék értékelése, különös tekintettel a tanulságok leszűrésére és ezek továbbítására a szponzornak és a jövőbeli csapatoknak. 3.Záróünnepség rendezése, amely elismeri a tagok teljesítményét és a csapat eredményeit, és amely hivatalosan is lezárja a csapat működését. A végén a résztvevők feltehetik a témával kapcsolatban felmerült kérdéseiket.
Eszköz	Projektor, laptop, PPT bemutató
Időtartam	60 perc
Hivatkozás	https://hr.mit.edu/learning-topics/teams/articles/stages-development

3. Modul

Szervezeti felépítés

Egyéni SWOT-elemzés	
Modul	Szervezeti felépítés
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végére a tanulók: • Átgondolni saját értékeiket és céljaikat • Megtervezni, hogyan építhetik be személyes értékeiket és céljaikat az üzleti tervbe és az önértékelésükbe mint társadalmi vállalkozók.
Alapok	Ebben a tevékenységben a tanulók elemezni fogják erősségeiket, gyengeségeiket és lehetőségeiket, valamint megnézik, hogyan használhatják azt a munkakeretükbe
A gyakorlat célja	A SWOT-elemzést az teszi különösen hatékonná, hogy némi gondolkodással olyan lehetőségeket fedezhetünk fel általa, amelyeket egyébként nem vettünk volna észre. Ha pedig szembesülünk a gyengeségeinkkel, kezelhetjük és kiküszöbölhetjük azokat a veszélyeket, amelyek egyébként akadályoznák az előrejutásunkat.
Mód	Személyes (online is lehetséges)
Tanulók száma	15 - 25 tanuló

3. Modul

Szervezeti felépítés

Rövid ismertetés

A résztvevők feladata, hogy a SWOT-elemzést elvégezzék magukon:

Ha a SWOT-elemzés segítségével megvizsgáljuk magunkat, el tudjuk különíteni magunkat a társainktól, és továbbfejleszthetjük azokat a különleges adottságainkat és képességeinket, amelyekre a karrierünk elmozdításához szükségünk van.

Erősségek

Gondoljuk át ezeket a saját szemszögünkből és a környezetünk szemszögéből is. Semmiképp ne legyünk szerények vagy szégyenlősek – legyünk annyira objektívek, amennyire csak tőlünk telik.

Ha ez nehezünkre esne, írjunk egy listát a személyes jellemzőinkről. Remélhetőleg kiderül majd néhányról, hogy valójában erősségek!

Gondoljuk át az erősségeinket a környezetünkhöz képest is. Ha például nagyszerű matematikusok vagyunk, de a környezetünkben lévő emberek is kiválóak matematikából, akkor ez nagy valószínűséggel nem erősség lesz a jelenlegi munkakörünkben – hanem alapkövetelmény.

Gyengeségek

Ezeket ugyancsak vizsgáljuk meg személyes/belső és külső szemszögből is. Látnak-e mások olyan gyengeségeket, amelyeket mi nem? A munkatársaink rendre felülmúlnak minket a kulcsfontosságú területeken? Legyünk reálisak – a legjobb, ha minél hamarabb szembenézünk a kellemetlen igazsággal.

Lehetőségek

Remek lehetőségekre bukkanhatunk a következőkben:

- Kapcsolatépítő események, tanfolyamok, konferenciák

3. Modul

Szervezeti felépítés

Rövid ismertetés

- Egy munkatársunk hosszabb szabadságra megy. Lehet, hogy át tudunk venni párat a futó projektjei közül, s ezáltal tapasztalatot szerezhethetünk.
- Új munkakörbe kerülünk, vagy új projekttel bíznak meg, ami miatt új képességeket sajátíthatunk el – például nyilvános szereplés, nemzetközi kapcsolatépítés stb.
- Cégbővülés vagy cégvásárlás. vannak speciális képességeink (például idegennyelvtudás), ami segíthetne a lebonyolításban?

Szintén fontos, hogy vizsgáljuk meg az erősségeinket, és nézzük meg, hogy ezek teremtenek-e lehetőségeket, illetve vizsgáljuk meg a gyengeségeinket, és nézzük meg, hogy ezek kiküszöbölésével nyílnának-e előttünk új lehetőségek.

Fenyegetések

Az elemzés elvégzése gyakran kulcsfontosságú információkkal szolgál - rámutathat arra, hogy mit kell tenni, és perspektívába helyezheti a problémákat.

A feladat személyes elvégzése után a résztvevők párban vagy maximum hármasával (a kiscsoportos létszámok megtartása érdekében a biztonságos tér megtartása érdekében) kicserélhetik személyes SWOT-jukat..

3. Modul

Szervezeti felépítés

Rövid ismertetés

SWOT ANALYSIS WORKSHEET	
STRENGTHS What do you do well? What unique resources can you drawn on? What do others see as your strengths?	WEAKNESSES What could you improve? Where do you have fewer resources than others? What are others likely to see as weaknesses?
OPPORTUNITIES What opportunities are open to you? What trends could you take advantage of? How can you turn your strength into opportunities	THREATS What threats could harm you? What is your competition doing? What threats do your weaknesses expose you to?

Figure 14: SWOT Analysis worksheet

Források

<https://www.businessnewsdaily.com/4245-swot-analysis.html>

Eszköz

Papír és tollak minden résztvevőnek, nyomtatott SWOT-táblázat

Időtartam

30–60 perc

Hivatkozás

<https://hr.mit.edu/learning-topics/teams/articles/stages-development>

3. Modul

Szervezeti felépítés

Csapatvászson	
Modul	Szervezeti felépítés
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végén a tanulók képesek lesznek: • összefoglaló jellemzést adni a csapatukról és annak értékeiről; • felmérni a csapattagok közti kapcsolatokat és lehetőségeket.
Alapok	
A gyakorlat célja	• egy csapat létrehozása; • egy projekt elindítása; • az új csapattag üdvözlése (pl. egy szabadúszó csatlakozik a csapathoz); • a csapat összehangolása.
Mód	Személyes (online is lehetséges)
Tanulók száma	15 - 25 tanuló

3. Modul

Szervezeti felépítés

Rövid ismertetés

A foglalkozás menete

Mutassuk be a csapatvásznat, amely egy a csapattagok összehangolódását, illetve a csapat céljainak, szerepeinek és értékeinek jobb megértését segítő eszköz.

Menjünk végig minden lépésen a csapattal, ügyelve arra, hogy minden rubrika kérdéseit feltegyük. Bátorítsuk a résztvevőket, hogy válaszaikat írják fel cetlikre, és beszéljék meg azokat a csapattal. Győződjünk meg róla, hogy minden téren egyetértés van.

Mérjük az időt az egyes lépéseknél, hogy a csapat valóban a lényegre koncentráljon az egyes szakaszok megbeszélése során.

Ha bizonyos beszélgetések túl hosszúra nyúlnak vagy láthatólag komolyabb témákat érintenek, célszerű ezeket a kérdéseket a csapatvászson foglalkozáson félretenni, és inkább külön megbeszélést szentelni nekik, amikor kifejezetten ezekkel foglalkozunk.

1. Célok [5 perc]

Kérjük meg a csoport tagjait, hogy állapodjanak meg közös célokban, illetve sorolják fel a projekttel kapcsolatos személyes céljaikat is.

Kérdések:

- Mi az, amit csapatként meg akarunk valósítani? Mi a legfontosabb célunk, amely reális, mérhető és határidőhöz kötött?
- Melyek azok a személyes céljaink, amelyeket meg szeretnénk osztani a többiekkel?

Példák:

- 2024-re a régió első számú autómegosztó vállalatává szeretnénk válni.
- 2024 őszére egy 100 milliós vállalatot szeretnénk létrehozni a dolgok internetje terén.

3. Modul

Szervezeti felépítés

Rövid ismertetés

2. Szerepek és készségek [5 perc]

Kérjük meg a résztvevőket, hogy írják fel a nevüket és a szerepkörüket egy cetlire. Ha valakinek több szerepe is van, írjon mindegyikhez külön post-itet.

Kérdések:

- Hogy hívnak?
- Mi a szereped a csapatban?
- Mi a csapatod neve?

Példa:

- Max: ügyvezető igazgató; Marie: dizájner és programozó
- A csapat neve: BoldCar

3. Cél [10 perc]

Kérjük meg a csapatot, hogy egy pillanatra gondolatban lépjenek túl a közös céljukon, és mondják el, miért is csinálják, amit csinálnak.

Kérdések:

- Egyáltalán miért is csináljuk azt, amit csinálunk?
- Mi az a fontosabb dolog, ami miatt erre a közös célra törekszünk?

Példák:

- Pozitív hatást gyakorolni az emberek életére a szociális innováció révén.
- Megkönnyíteni és stresszmentessé tenni az emberek életét a dolgok internetje terén kifejlesztett innovációk által.

3. Modul

Szervezeti felépítés

Rövid ismertetés

4. Értékek [5 perc]

Kérdezzük meg a csapatot, hogy melyek azok az alapvető értékek – a legfontosabb elvek –, amelyeket a csapaton belül fel akarnak vállalni. A csapatnak meg kell egyeznie ezekben az értékekben, hogy mindenki elfogadja a végső listát.

Kérdések:

- Mit akarunk képviselni?
- Milyen irányelveket követünk?
- Melyek azok a közös értékek, amelyek köré a csapatunkat szervezni szeretnénk?

Példák:

- Bizalom
- Kreativitás
- Minőség
- Átláthatóság
- Kölcsönös megértés
- Egyenlőség
- Tisztelet

5. Szabályok és tevékenységek [10 perc]

Kérjük meg a csapatot, hogy állapodjanak meg a közös szabályokról és tevékenységekről. Fogják ezt fel úgy, mint az addigiak eredményét: egy sor konkrét szabályt és tevékenységet, amelyeket csapatként végre akarnak hajtani.

3. Modul

Szervezeti felépítés

Rövid ismertetés

Kérdések:

- Milyen szabályokat szeretnénk bevezetni ez után a foglalkozás után?
- Hogyan fogunk egymással kommunikálni és tájékoztatni egymást a legújabb fejleményekről?
- Mi lesz a döntéshozás menete?
- Miként hajtjuk végre, amit elterveztünk, és miként értékeljük ki, amit elvégeztünk?

Példák:

- A csapaton belül bizalmasan kezeljük az információkat.
- Hetente helyzetjelentést készítünk.
- Slack-en kommunikálunk, hívásra a Skype-ot használjuk.
- Kéthetente közös vacsorát tartunk (Max szervezi).
- Munkanap: 9 és 10 között kezdődik, a megbeszélések pedig 10-től.
- A munkanap 8 órás, kivéve, ha kicsit le kell rövidíteni vagy meg kell hosszabbítani.

Lezárás [5 perc]

A Csapatvászón-workshop lezárásaként kérjük meg a csapattagokat, hogy osszák meg a többiekkel a workshop során szerzett legfontosabb felismerésüket.

A Csapatvászón-foglalkozást ajánlott megismételni, ha új tag csatlakozik a csapathoz.

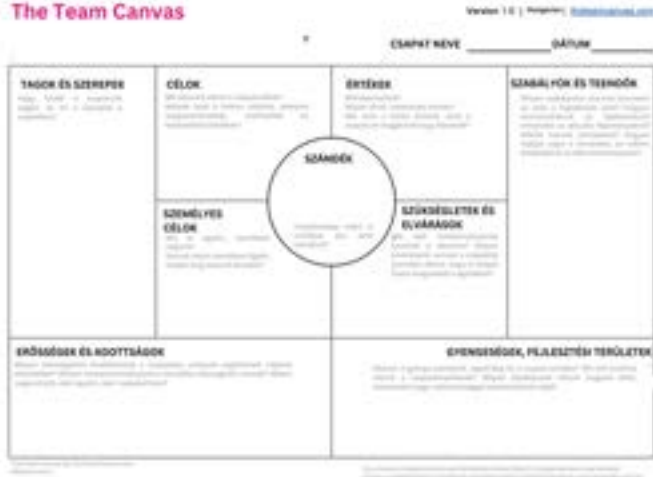
Stratégia

A Csapatvászón alapfoglalkozás 3 fontos részből áll:

- Mi a csapat: szerepek és célok
- Miért csinálja a csapat, amit csinál: szándékok és értékek
- Hogyan fogja a csapat elérni, amit el akar érni: szabályok és tevékenységek.

3. Modul

Szervezeti felépítés

Rövid ismertetés	A foglalkozás Módrátoraként a következő kérdésekre számíthatunk: „Mit kellene válaszolnunk erre a kérdésre? Itt mit vártok tőlünk, mit mondjunk?” stb. Fontos megérteni, hogy a Csapatvászson inkább kontextust teremt a csapat számára, mint tartalmat, ezért minden válasz jó válasz. Óvatosan válaszoljunk az ilyen kérdésekre: „Mit válaszolnál, ha tudnád? Szerinted erre milyen választ kellene adni?”  Figure 15: Team Canvas - Annex 1 Az alapszintű Csapatvászson rövid távú projekteknel és egy új csapat elindításánál használható jól. Ha közös jövőképet szeretnénk kialakítani, vagy konfliktusokat szeretnénk feloldani, esetleg egy hosszabb projekthez szeretnénk erős, összetartó csapatot építeni, a teljes körű Csapatvászson alkalmazása célszerűbb lehet.
Eszköz	Papír, toll, nyomtatott táblázatok
Időtartam	1,5–2 óra
Hivatkozás	http://theteamcanvas.com/

3. Modul

Szervezeti felépítés

Agile transformation	
Modul	Szervezeti felépítés
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végére a tanulók: A résztvevők az Agile-módszer szerinti átalakulást gyakorolják, és közben megértik, hogyan működik
Rationale	In this activity, learners get to know better, what is Agile and how it works.
A gyakorlat célja	A résztvevők eldönthetik, hogy tudják-e hasznosítani az Agile-módszert a munkájuk során, és meg tudják-e valósítani azt a saját szervezetükben.
Mód	Személyes (online is lehetséges)
Tanulók száma	20 - 25 learners

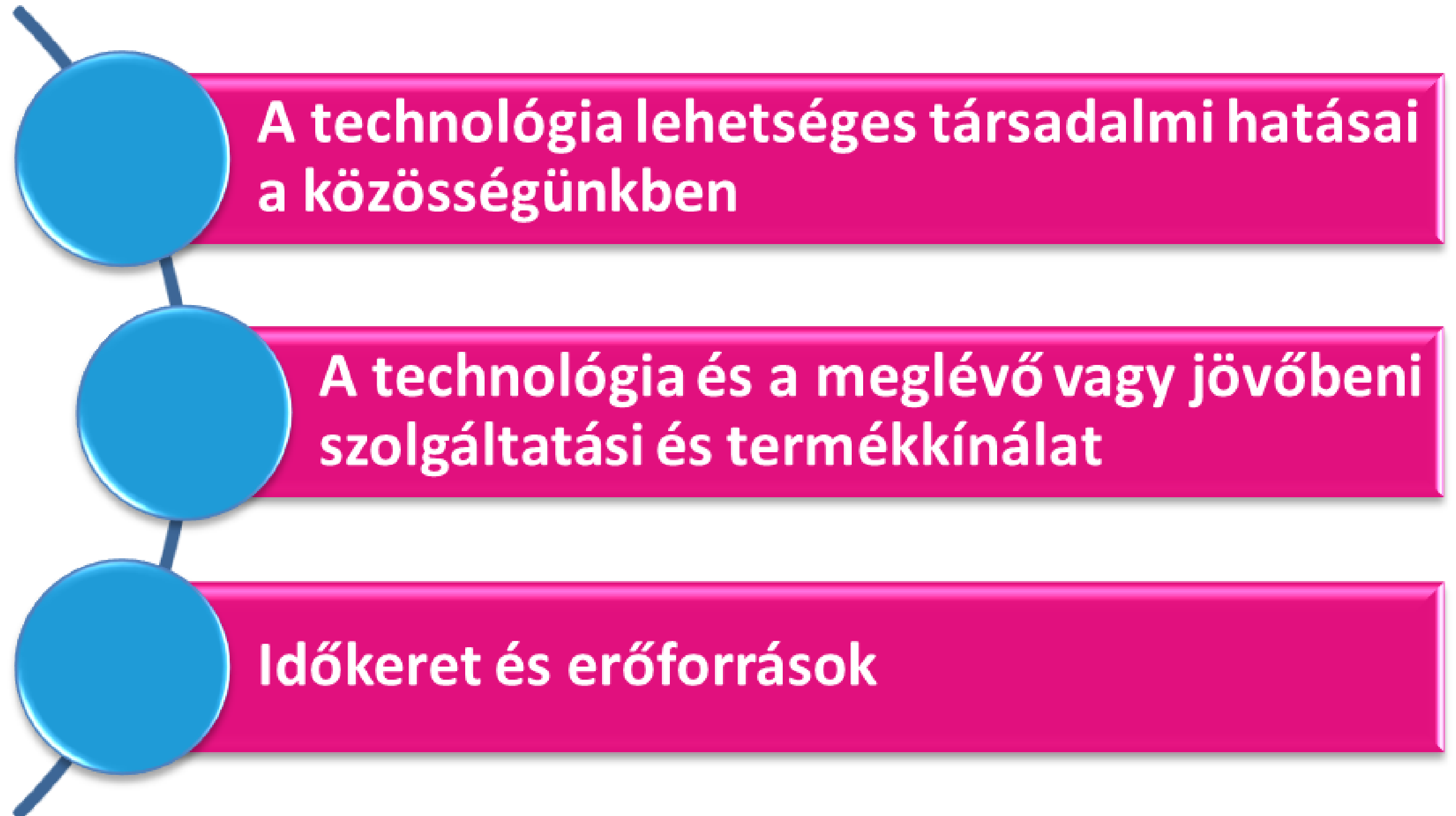
3. Modul

Szervezeti felépítés

Rövid ismertetés	A résztvevők megismerkednek az Agile-módszerrel. Javasoljuk, hogy a prezentációt az alábbi anyagok alapján készítsék elő: https://plan.io/blog/agile-transformation/ Ezt követően a résztvevők kis csoportokban (csapatok vagy szervezetek szerint, vagy a legjobb, ha közös ötletek alapján) végigmennek az Agile ellenőrző listán: https://assets.plan.io/files/Planio-Agile-Transformation-Checklist.pdf Adjunk elég időt a résztvevőknek, hogy végigmeuessenek az ellenőrző listán, és aztán előadhassák az alábbiakat: • meglátások • kihívások • mi ajánlott és mi nem az Agile-módszer szerint • mi az, amit hasznosítani tudnak, mi az, amit nem, és miért.
Források	https://assets.plan.io/files/Planio-Agile-Transformation-Checklist.pdf
Eszköz	Tollak és nyomtatott ellenőrző lista
Időtartam	2-3 óra, a csoport nagyságától függően
Hivatkozás	https://plan.io/blog/agile-transformation/

4. Modul

Szolgáltatási és
termékpályák a
digitális
korszakban



4. Modul

Szolgáltatási és termékpályák a digitális korszakban

A technológia lehetséges társadalmi hatásai a közösségünkben	
Modul	Szolgáltatási és termékpályák a digitális korszakban
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végére a tanulók: • Understanding the opportunities and challenges new technologies bring to tackling critical social challenges (knowledge) • Knowing how to use analytical frameworks for analysing the potential of technology for creating social impact (skill) • Developing excitement and acceptance of new technologies (attitude)
Alapok	Ez a tevékenység egy olyan tevékenység, amely hozzájárul a technológia helyi közösségekre gyakorolt társadalmi hatásának lehetőségeiről szóló átfogó elemzés kidolgozásához.
A gyakorlat célja	A résztvevők megismerkednek a minden ágazatban és iparágban egyaránt gyorsan terjedő új technológiákkal, és megtudják, azok hogyan alkalmazhatók a helyi közösségek előtt álló kihívások megoldására.
Mód	Személyes (online is lehetséges)
Tanulók száma	6–8 tanuló, 2–4 fős csoportokban

4. Modul

Szolgáltatási és termékpályák a digitális korszakban

Rövid ismertetés	A résztvevőket arra kérjük, hogy vizsgálják meg és vitassák meg a 4.1. táblázatban felsorolt technológiák mindegyikét, egyrészt a kulturális és kreatív ágazatban való alkalmazásuk, másrészt a társadalmi hatásuk szempontjából. A résztvevők maguk is készítenek egy táblázatot, amelyben felvázolják a megismert technológiák lehetséges alkalmazását, társadalmi hatásának értékét és az általuk támasztott dilemmákat. A résztvevőket arra kérjük, válasszák ki azt az 1 vagy 2 technológiát, amely könnyen bevezethető a termék- vagy szolgáltatáskínálatukba, könnyen elfogadható a helyi közösség számára, és a legnagyobb társadalmi hatással bír. Az 1. mellékletben csatolt segédanyag tartalmazza a gyakorlatban említett táblázatot, továbbá mintakérdéseket az interjúkhoz, amelyeket a résztvevők további, a saját szempontjukból releváns kérdésekkel egészíthetnek ki, és ami alapján megvitathatják a lehetőségeket a trénerrel, a csapattal vagy a többi résztvevővel.
Források	4. melléklet - <u>Potential Social Impact of Technology in your Community</u>
Eszköz	Papír és toll, flipchart
Időtartam	45 – 50 perc
Hivatkozás	Nincs - a CKM által kifejlesztett tevékenység

4. Modul

Szolgáltatási és termékpályák a digitális korszakban

A technológia és a meglévő vagy jövőbeni szolgáltatási és termékkínálat	
Modul	Szolgáltatási és termékpályák a digitális korszakban
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végére a tanulók: • Annak megismerése, hogy a technológia hogyan használható a termék- és szolgáltatáskínálat fejlesztésében (készség); • Az új technológiák iránti lelkesedés és elfogadás növelése (attitűd).
Alapok	Ez a tevékenység arra összpontosít, hogy a képzésben résztvevők megvizsgálják a 4.1. tevékenység során kiválasztott technológia bevezetését a meglévő vagy leendő termék/szolgáltatás kínálatukban.
A gyakorlat célja	A 4.2. gyakorlat célja, hogy fejlessze a képzésben részt vevők készségeit a technológia bevezetésére a termék- és szolgáltatási kínálatukban.
Mód	Személyes (online is lehetséges)
Tanulók száma	6–8 tanuló, 2–4 fős csoportokban

4. Modul

Szolgáltatási és termékpályák a digitális korszakban

Rövid ismertetés	A résztvevőket arra kérjük, hogy nevezzék meg a már létező vagy a jövőben létrehozandó vállalkozásuk által használni kívánt technológiát, és vázolják fel az ehhez kapcsolódó termék vagy szolgáltatás fejlesztési folyamatát. Az 1. mellékletben csatolt segédanyagban megtalálható a gyakorlathoz szükséges táblázat, ami jó alapot nyújt a lehetőségek megvitatásához a trénerrel, a csapattal vagy a többi résztvevővel.
Források	5. melléklet - <u>Technology and Existing, or To-be, Service/Product offer</u>
Eszköz	Papír és toll, flipchart
Időtartam	45 – 50 perc
Hivatkozás	Nincs - a CKM által kifejlesztett tevékenység

4. Modul

Szolgáltatási és termékpályák a digitális korszakban

Időkeret és erőforrások	
Modul	Szolgáltatási és termékpályák a digitális korszakban
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végére a tanulók: • Az idő- és erőforrás-tervezési sémák használatának ismerete (készségek); • Az új technológiák iránti lelkesedés és elfogadás növelése (attitűd).
Rövid ismertetés	Miután azonosították a termék/szolgáltatás kínálatának technológiai alapjait (4.2. tevékenység), a diákokat arra kérik, hogy vizsgálják meg ezen alapok költségeit és a forrásokat.
A gyakorlat célja	A tevékenység célja, hogy a gyakornokok készségeit fejlessze, miként tudják termékük vagy szolgáltatásuk esetében használni az alapvető technológiákat.
Mód	Személyes (online is lehetséges)
Tanulók száma	6–8 tanuló, 2–4 fős csoportokban

4. Modul

Szolgáltatási és termékpályák a digitális korszakban

Rövid ismertetés	A résztvevőket arra kérjük, hogy vizsgálják meg, vajon megvalósítható-e a 4.2. gyakorlat során azonosított termék- és szolgáltatásfejlesztés az idő és erőforrások tekintetében. Egyúttal bátorítsuk őket arra, hogy vizsgálják meg egy olyan általános technológiai platform (vonal) kifejlesztésének lehetőségét, amely a vállalkozás számos jelenlegi és jövőbeli termékéhez és szolgáltatásához használható lesz. Az 1. mellékletben csatolt segédanyag a gyakorlat formáját adja, és jó alapot nyújt a lehetőségek megvitatásához a trénerrel, a csapattal vagy más gyakorlókokkal.
Források	6. melléklet - <u>Timeline and Források</u>
Eszköz	pl. moderációs kártyák, papír és toll, flipchart
Időtartam	30 perc.
Hivatkozás	Nincs - a CKM által kifejlesztett tevékenység

5. Modul

A kreatív
szociális
vállalkozás
üzleti terve



Értékpályánk

Etikus és fenntartható gondolkodás

Jövőkép- és küldetés-táblázatok

SMART-céljaink

Kreatív projektvászon

5. Modul

A kreatív szociális vállalkozás üzleti terve

Értékpályánk	
Modul	A kreatív szociális vállalkozás üzleti terve
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végére a tanulók: • számba veszik, hogy számukra mi jelent értéket; • megtervezik, hogyan lehet személyes értékrendjüket beépíteni a vállalkozói tevékenységükbe.
Alapok	Ebben a tevékenységben a tanulók elgondolkodnak személyes értékeikről az életben, és arról, hogy ezek hogyan egyesíthetők vállalkozói értékeikkel.
A gyakorlat célja	Az értékrendünk határozza meg, hogy miként cselekszünk és viselkedünk, hogyan döntünk, és mit választunk. Ezért fontos, hogy rangsorolni tudjuk a számunkra értéket jelentő dolgokat, és megértsük, mi az, ami igazán számít a szakmai és a magánéletünkben. Through this exercise, learners will be able to reflect upon and visualise their personal and business values.
Mód	Személyes (online is lehetséges)
Tanulók száma	2–4 fős csoportok

5. Modul

A kreatív szociális vállalkozás üzleti terve

Rövid ismertetés	Mivel az üzleti értékek szorosan kapcsolódnak egymáshoz, és valójában személyes értékekből erednek, ez a gyakorlat két részre oszlik: • Az 1. rész (ez egyéni) a személyes értékek feltérképezéséről és azonosításáról szól. • A 2. rész (amely az előző résztől függetlenül csoportos tevékenységként is elvégezhető) a szakmai és üzleti értékeinek azonosításához kapcsolódik. • Záró feladat: ebben az utolsó részben a tanulók elgondolkodnak személyes és üzleti értékeikről, s közben beillesztik azokat átfogóbb értékpályájukba.
Források	7. melléklet - Module 5 Your values pathway-A1 including detailed instructions További olvasmányok: https://www.mindtools.com/pages/article/newTED_85.htm
Eszköz	Papír és toll, flipchart
Időtartam	30–60 perc
Hivatkozás	Entrepreneurship Források - https://www.ucc.ie/en/entrepreneurship/

5. Modul

A kreatív szociális vállalkozás üzleti terve

Etikus és fenntartható gondolkodás	
Modul	A kreatív szociális vállalkozás üzleti terve
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végére a tanulók: • Értékkeremtő ötletek következményeinek felmérése, valamint a vállalkozói tevékenység célközösségre, piacra, társadalomra és környezetre gyakorolt hatásának értékelése. • Gondolkodjon el azon, hogy a hosszú távú társadalmi, kulturális és gazdasági célok mennyire fenntarthatóak. • A tanuló többet tud meg arról, hogy mit jelent felelősen cselekedni
Alapok	Etikusan és fenntarthatóan gondolkodni azt jelenti, hogy képesek vagyunk felmérni az ötletek, lehetőségek és cselekvések következményeit és hatásait. Az etikus és fenntartható gondolkodás az attitűdök, magatartásformák, értékek és gondolkodásmód kérdése, amelyekkel egy vállalkozónak rendelkeznie kell ahhoz, hogy etikus döntéseket hozzon, valamint fenntarthatóan cselekedjen és gondolkodjon. Az etikusan és fenntarthatóan gondolkodó vállalkozó jellemzően nemcsak a profitot, hanem az embereket és a bolygót is szem előtt tartja. Ezzel a tevékenységgel a tanulók ismereteket szereznek az etikus és fenntartható gondolkodás kompetenciájáról és gyakorolják azt.
A gyakorlat célja	A tevékenység általános célja, hogy segítsen a tanulóknak tudatosítani, mit jelent etikusan és fenntarthatóan gondolkodni, és hogyan tudnak ennek megfelelően cselekedni.

5. Modul

A kreatív szociális vállalkozás üzleti terve

Mód	Személyes (online is lehetséges)
Number of learners	2–4 fős csoportok
Rövid ismertetés	A gyakorlat az alábbi 3 részből áll: • Az 1. rész a vállalkozói kompetenciák közé tartozó etikus és fenntartható gondolkodásba nyújt bepillantást. • A 2. rész a tulajdonképpeni gyakorlat, amely az ismertetett dilemmák közül az egyik elemzésén alapul, kiegészítve a tanulóknak szóló két feladattal: vitassák meg a problémát, válaszoljanak néhány kulcskérdésre, majd egy interjúterv alapján hozzanak döntést. • Az utolsó részben a tanulók lépésről lépésre elgondolkodhatnak saját vállalkozói projektjükön.
Források	8. melléklet - Module 5 Ethical and sustainable thinking-A2 including detailed instructions
Eszköz	Papír és toll, flipchart
Időtartam	45 perc
Hivatkozás	The European Entrepreneurship Competence Framework (EntreComp) . The Entrepreneurship Competence Framework Implementation

5. Modul

A kreatív szociális vállalkozás üzleti terve

Jövőkép- és küldetés-táblázatok	
Modul	A kreatív szociális vállalkozás üzleti terve
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végére a tanulók: • Ismerje meg, hogy mi a jövőkép és a küldetésnyilatkozat, és hogyan kapcsolódnak szorosan az alapértékekhez. • Magyarázza el, hogy ezek miért kulcsfontosságúak egy vállalkozás gazdasági és társadalmi sikere szempontjából. • Hogyan készítsünk jövőkép- és küldetésnyilatkozatot.
Alapok	E gyakorlaton keresztül a tanulók képesek lesznek "megtervezni" üzleti elképzeléseik útját, és látni fogják, hogyan fognak kinézni a következő lépéseik, amikor megpróbálják elérni végső üzleti elképzelésüket. Megtanulják, hogy a küldetés és a jövőkép egyaránt egy szervezet céljára és törekvéseire vonatkozik, és jellemzően valamilyen rövid, írásos formában kommunikálják őket. A küldetésnyilatkozat közli a szervezet létének okát és azt, hogy miként kívánja szolgálni a legfontosabb érdekelt feleket. A jövőképanyilatkozat a szervezet céljának és törekvéseinek szűkebb, jövőorientált nyilatkozata. A küldetés és a jövőkép együttesen irányítja a stratégia kidolgozását, segít kommunikálni a szervezet célját az érdekeltek felé, és tájékoztatja a kitűzött célokat és célkitűzéseket annak meghatározására, hogy a stratégia jó úton halad-e.

5. Modul

A kreatív szociális vállalkozás üzleti terve

A gyakorlat célja	Ennek a tevékenységnek az a célja, hogy a tanulókat támogassa a vállalkozás jövőképének és küldetésének megfogalmazásában az alábbiak átgondolásával: • miért létezik a vállalkozás, melyek az alapvető értékei, céljai és tervei, és milyen képet szeretne kialakítani a vállalkozásról a társadalomban adott idő (3–10, vagy még több év) múlva (jövőkép); • mivel foglalkozik a vállalat, hogyan és miért (küldetés). Néhány példa és konkrét lépés segíti majd a tanulókat e gyakorlat elvégzésében.
Mód	Személyes (online is lehetséges)
Tanulók száma	3-5 fős csoportok
Rövid ismertetés	Ez a tevékenység 2 részből áll: • Az első rész ismereteket nyújt az üzleti jövőkép és küldetés fogalmairól, amelyeket híres jövőkép és küldetésnyilatkozatok példáival integrálunk (pl. https://www.oberlo.com/blog/inspiring-mission-vision-statement-examples). • A 2. rész egy esettanulmányt javasol a megfelelő jövőkép és küldetésnyilatkozatok elkészítéséhez egy megadott sablon alapján, amelyet egy megosztási - megbeszélési idő követ.
Források	9. melléklet - <u>Module 5 Ethical and sustainable thinking-A3 including detailed instructions</u> További olvasmányok:: <u>Economy – Topic n°4 Corporate Social Responsibility</u>.

5. Modul

A kreatív szociális vállalkozás üzleti terve

Források	<u>What is a vision statement</u> <u>What is a mission statement</u>
Eszköz	Papír és toll, flipchart
Időtartam	60 perc, beleértve a feladat megbeszélését
Hivatkozás	<u>How to write a vision statement for your business</u> <u>How to write a mission statement</u>

5. Modul

A kreatív szociális vállalkozás üzleti terve

SMART-céljaink	
Modul	A kreatív szociális vállalkozás üzleti terve
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végére a tanulók: • Értse meg, hogy miért és hogyan kell megvalósítható és pontos személyes/üzleti célt megfogalmazni. • Elmélkedjenek arról, hogy mit szeretnének elérni, és tervezzék meg, hogyan érhetik el ezeket a célokat. • Szerezzenek motivációt a növekedésre, a reflektív gyakorlatra, az önértékelési gyakorlatra és a strukturált elemző gondolkodásra. • Azonosítsák a problémákat, amelyekkel szembesülhetnek, például hogy az időkeretük reális-e, vagy hogy elég konkrétak voltak-e.
Alapok	A célmeghatározás segít az önfejlesztés jövőképének kialakításában. Világos célok nélkül nincs világos és elfogadott irány a siker felé. Ennek az eszköznek köszönhetően a tanulók konkretizálják céljaikat, és tisztázzák azokat a saját fejükben.
A gyakorlat célja	Míg a vállalkozói jövőkép egy jövőt képzel el, addig a vállalkozói célok a kívánt eredményre összpontosítanak. A célok tehát azért fontosak, hogy tudatosuljon bennünk, milyen lépéseket kell megtennünk ahhoz, hogy a víziónkból valóság váljon. Ennek a gyakorlatnak az a célja, hogy segítsen összeállítani a szükséges lépések listáját, amelyek hozzásegítenek majd minket a sikerhez és elképzelésünk megvalósításához. Ehhez úgy kell kitűznünk a céljainkat, hogy „SMART”-ak legyenek – azaz amellet, hogy jól körülhatárolhatóak és világosak, egyúttal konkrétak, mérhetőek, elérhetőek, reálisak és időben is kivitelezhetőek.

5. Modul

A kreatív szociális vállalkozás üzleti terve

Mód	Személyes (online is lehetséges)
Tanulók száma	3-5 fős csoportok
Rövid ismertetés	Ez a gyakorlat 2 részből áll: • Az 1. rész ismereteket nyújt arról, hogy mi az az "okos" cél, valamint tippeket és tanácsokat ad arra vonatkozóan, hogy hogyan lehet kitűzni. • A 2. rész egy munkalapot javasol, amelyet a tanulók használhatnak az intelligens cél(ok) meghatározásához.
Források	10. melléklet - <u>Module 5 Your SMART goals-A4 including detailed instructions</u> További olvasmányok: • <u>5 SMART Goal Example For Business Development</u> • <u>How to write SMART Goals v2.pdf</u>
Eszköz	Papír és toll, flipchart
Időtartam	kb. 20 perc, illetve további 15 perc a megbeszélésre. (A teljes időtartam attól függ, hogy hány további kérdést teszünk fel a csoportnak a gyakorlat keretében).
Hivatkozás	<u>Entrepreneurial Vision and Goals</u>

5. Modul

A kreatív szociális vállalkozás üzleti terve

Kreatív projektvászson	
Modul	A kreatív szociális vállalkozás üzleti terve
Tanulási célkitűzések	A gyakorlat végére a tanulók: • Gondolkodjon el egy vállalkozói projekt/vállalkozás különböző aspektusairól. • Tudja meg, hogyan lépjen kapcsolatba azokkal az emberekkel, akik látni, bevonni vagy részt venni kívánnak a projektben. • Vizualizálják, részletezzék a projektet és készítsenek hatékony cselekvési tervet. • Határozza meg a projekt lehetséges hatását különböző nézőpontokból. • A projekt gazdagítása néhány új ötlettel vagy megközelítéssel.
Alapok	A Kreatív projekt canvas (CPC) kulcsfontosságú eszköz a feltörekvő és új vállalkozók, startupok, művészek, kreatívok, facilitátorok, oktatók, mentorok, magán- és állami szervezetek és sokan mások számára. Használható: a) egyéni reflexiós eszközként a saját vállalkozói ötlet/projekt feltárására, vizualizálására és fejlesztésére; b) csoportos reflexiós eszközként, amely minden tagot segít a közös vállalkozói projekt/ötlet minden fő szempontjának feltárásában, tervezésében és irányításában. A CPC egy vállalkozói reflexiós eszköz, amely 4 fő részből áll, beleértve 9 témát/blokkot, beleértve a projekt tisztázását és reflexióját segítő kérdéseket.

5. Modul

A kreatív szociális vállalkozás üzleti terve

Alapok

- A központi téma az ÉRTÉK, amely leírja, hogy "mit csinálsz";
- A bal oldali 3 téma, amely a projekt gyakorlati részét írja le, azaz "ki segít, hogyan csinálod, mire van szükséged";
- A jobb oldali 3 téma, amely a projekted külső-érzékelési részét írja le, azaz "hogyan lépsz kapcsolatba, ki segíthet neked, és hogyan éred el a célközönségedet";
- A 2 alsó téma, amely leírja a projekted jövőbeli terveit, és válaszol a vonatkozó kérdésekre, azaz "mit nyerhetsz és veszíthetsz a közeljövőben" és "milyen jutalmakat nyerhetsz a következő jövőben".

Az egyes témakörökben felsorolt kulcskérdések megválaszolásával a tanulók felépítik saját kreatív projektvázsonjukat, és megjelenítik kreatív projektjük/ötletük rövid, de világos és egyértelmű tervét. A Kreatív projekt canvas az 1. mellékletben található.

Ezért a tanulóknak el kell kezdeniük gondolkodni:

- Az Érték téma, amely a projekt lényege, és írják le a vonatkozó kérdésekre adott válaszaikat,
- Ezután térjenek át a bal oldali 3 témára (Hálózatokhoz való tartozás - Tevékenységek és munka - Eszköz, Anyagok és idő), és válaszoljanak a vonatkozó kérdésekre,
- Ezután lépjenek a jobb oldali 3 témakörhöz (Bajnokok és kritikusok - Hozzáférés mások számára - Visszajelzés szerzése), és írják le válaszaikat a vonatkozó kérdésekre,
- Végül lépjenek a 2 alsó témára (Rövid távú nyereségek és veszteségek - Hosszú távú jutalmak), amelyek a projekt közvetlen és jövőbeli terveit tükrözik, és írják le a vonatkozó kérdésekre adott válaszaikat.

5. Modul

A kreatív szociális vállalkozás üzleti terve

A gyakorlat célja	A gyakorlat célja a Materahub nevű szervezet által kifejlesztett módszer bemutatása és használata. A „kreatív projektvaszon” nevű módszer a leendő és már meglévő vállalkozókat kívánja segíteni a vállalkozói gondolkodás elsajátításában, de úgy, hogy azt „társadalmi” szemlélettel ötvözi, ami újabb szempontokat és útmutatást nyújt a vállalkozóknak ahhoz, hogy egy projekt kidolgozásánál a társadalmi hatást és a fenntartható megközelítést is figyelembe vegyék.
Mód:	Személyes (online is lehetséges)
Tanulók száma	3-5 fős csoportok
Rövid ismertetés	Ez a tevékenység 2 részből áll: • Az 1. rész egy esettanulmány forgatókönyvét tartalmazza a csoportos tevékenységhez (ha egyéni, akkor minden tanuló a saját üzleti/projekt kihívásából indulhat ki) a kreatív projektvaszon felépítéséhez. • A 2. részben a tanulóknak 45 perc áll rendelkezésükre, hogy megépítsék a kreatív projektvasznot, majd bemutassák azt a társaiknak, és megosszák egymással a visszajelzéseket és véleményeket.

5. Modul

A kreatív szociális vállalkozás üzleti terve

Források	Handout 11 - <u>Module 5 Your Creative Project Canvas-A5 including detailed instructions</u> Handout 12 - <u>Module 5 Your Creative Project Canvas blank-A5</u> This tool is implemented by Materahub. Az eredeti Kreatív projekt canvas és a vonatkozó iránymutatások a következő címen érhetők el https://www.creativeprojectcanvas.com/
Eszköz:	Papír és toll, flipchart
Időtartam	60–80 perc, megbeszéléssel együtt
Hivatkozás	Creative Project Canvas, July 2022, https://www.creativeprojectcanvas.com/

IV. RÉSZ



MELLÉKLETEK

Section IV.

1. melléklet: The Team Canvass

The Team Canvas

Version 1.0 | Hungarian | theteamcanvas.com

e CSAPAT NEVE _____ DÁTUM _____

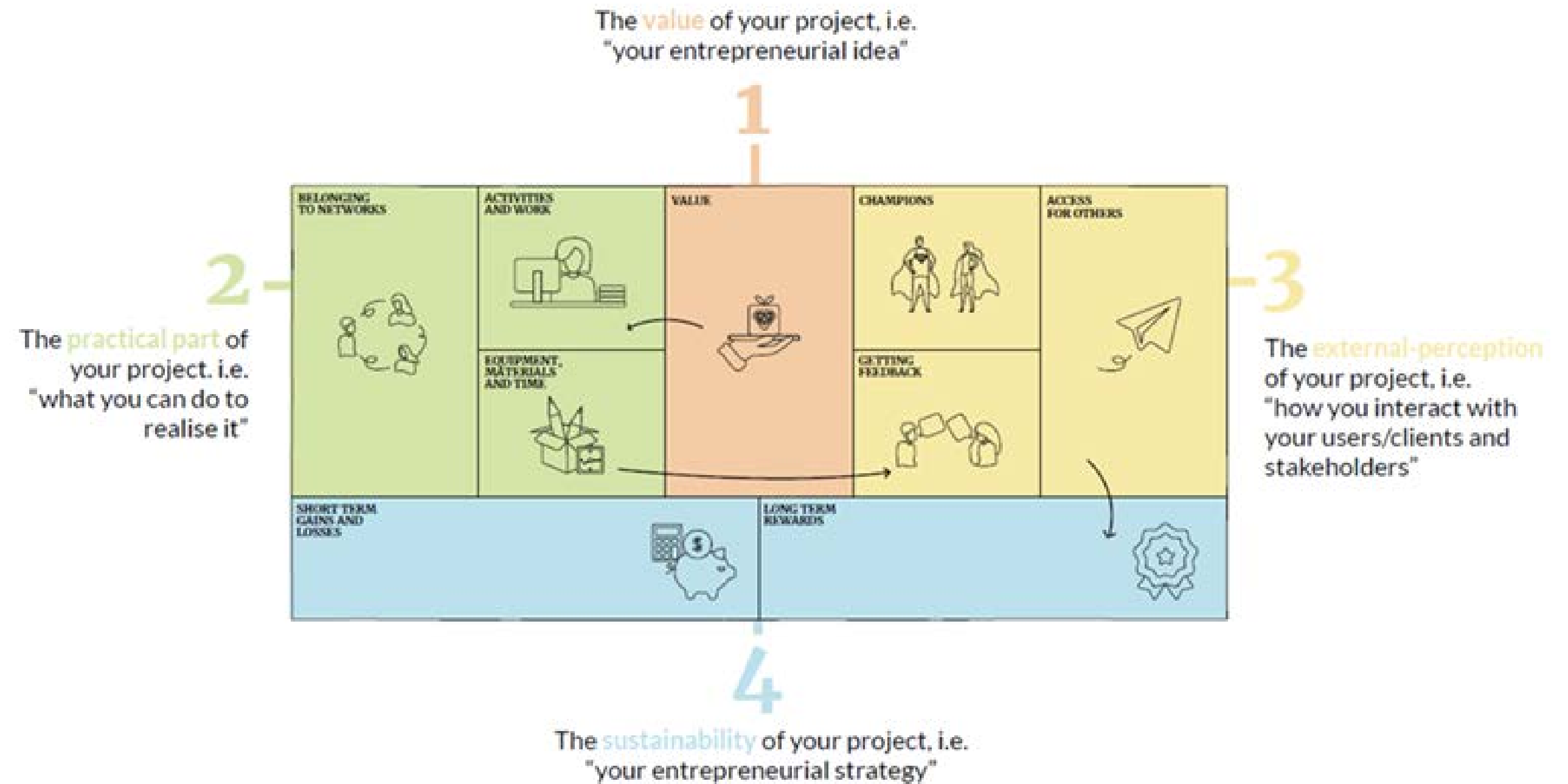
TAGOK ÉS SZEREPEK Hogy hívják a csapatunk tagjait, és mi a szerepük a csapatban?	CÉLOK Mit akarunk elérni a csapatunkkal? Melyek azok a fontos céljaink, amelyek megvalósíthatóak, mérhetőek és határidőhöz kötöttek?	ÉRTÉKEK Mit képviselünk? Milyen elvek vezérelnek minket? Mik azok a közös értékek, amik a csapatunk magját kell hogy képezzék?	SZABÁLYOK ÉS TEENDŐK Milyen szabályokat akarunk bevezetni ez után a foglalkozás után? Hogyan kommunikálunk és tájékoztatunk mindenkit az aktuális fejleményekről? Miként hozunk döntéseket? Hogyan hajtjuk végre a terveinket, és miként értékeljük ki az elért eredményeket?
	SZEMÉLYES CÉLOK Mik az egyéni, személyes céljaink? Vannak olyan személyes ügyek, amiket meg akarunk beszélni?	SZÁNDÉK Tulajdonképp miért is csináljuk azt, amit csinálunk?	SZÜKSÉGLETEK ÉS ELVÁRÁSOK Mit kell mindannyiunknak tennünk a sikerhez? Milyen elvárásaink vannak a csapattal szemben ahhoz, hogy ki tudjuk hozni magunkból a legtöbbet?
ERŐSSÉGEK ÉS ADOTTSÁGOK Milyen készségekkel rendelkezünk a csapatban, amelyek segíthetnek céljaink elérésében? Milyen interszónális/puha (szociális) készségeink vannak? Miben vagyunk jók, akár egyéni, akár csapatszinten?		GYENGESÉGEK, FEJLESZTÉSI TERÜLETEK Melyek a gyenge pontjaink, egyénileg és a csapat szintjén? Mit kell tudniuk rólunk a csapattársainknak? Milyen akadályokat látunk magunk előtt, amelyekkel nagy valószínűséggel szembesülünk majd?	

The Team Canvas by TheTeamCanvas.com
Alexey Ivanov

Ez a munka a Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported licenc alá tartozik.
A licenc megtekinthető a következő weboldalon: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>

Section IV.

2. melléklet: Kreatív Projekt Canvas



I02. Tananyag – Részletes program és képzési anyag ifjúságsegítők részére - Social Creative Enterprises for Youth Workers

Fiatal kreatív szociális vállalkozások ösztönzése a digitális készségek és a kultúraközi párbeszéd kiaknázása révén

KA2 Strategic partnership project - 2020-1-UK01-KA227-YOU-094485

Methodology and content created by:



anthro p o l i s

Document designed by: Emina Hasanagić
Images by: Freepik.com

A tananyag az Európai Unió támogatásával készült.

Ez a kiadvány a szerzők véleményét tükrözi, az Európai Uniót nem terheli felelősség a benne foglalt információk felhasználásának következményeiért.

Az YKSE: Young Kreatív Social Enterprises through the mobilisation of Digital skills and Inter-cultural dialogue kiadvány magyar fordítását Németh Orsolya (Anthropolis Egyesület) készítette.

Az YKSE: Young Kreatív Social Enterprises through the mobilisation of Digital skills and Inter-cultural dialogue kiadvány a Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY ND NC 4.0) licenc alapján készült. Ez a licenc lehetővé teszi az újrafelhasználók számára az anyag másolását és terjesztését bármilyen hordozón vagy formátumban, kizárólag nem kereskedelmi célokra, és csak akkor, ha a fenti címet adják meg az alkotók..