



IO2. Едукативна програма со практичен водич и модули за младински работници - Social Kreative Enterprises for Youth Workers

Young Kreativ Општествени Претпријатија преку мобилизација на дигитални вештини и меѓукултурен дијалог



СОДРЖИНА

- Вовед03
- Опис на проектот.....04
- Дел 1: Преглед на вториот интелектуален резултат05
- Дел 2: Рамка на компетенции08
 - Стандарди за младинските раборници: рамка на компетенции.....09
- Дел 3: Едукативна Програма11
 - Теоретска рамка12
 - Структура на модулите и прирачник.....22

Вовед

Вториот резултат на проектот Young Kreativ општествени претпријатија: - Едукативна програма со практичен водич и модули за младински работници е педагошки состав наменет за младински работници и други едукатори кои работат со млади со слаб училишен успех, рано го напуштаат образованието, како и млади луѓе заинтересирани за креативно општествено претприемништво.

Едукативната програма вклучува два клучни дела:

- Практичен водич
- Детална модуларна програма

Практичен водич: го опишува пристапот за младинските работници што им овозможува да го применат и постават моделот на основниот пристап и да го приспособат на контекстот и потребите на младите. Се состои од практични алатки, методи за дијагностика на потребите, техники и ресурси, утврдени во детални водилки за имплементација на оваа едукативна програма, како и за евалуација на резултатите од учењето.

Модуларна едукативна програма е составена

од сет од 5 модули. Тоа е едукативната програма стандардизирана преку целите за учење, исходите од учењето и педагошките содржини, како и чекор-по-чекор пристап кон имплементација на методологијата за учење, инкорпорирајќи вежби, студии на случај и структурирана во согласност со клучните компетенции.

Петте модули се:

- Основање на бизнис
- Пазарна Анализа
- Организациска структура
- Услуги и производи во дигиталната ера
- Бизнис план за општествено претпријатие

Наставната програма нуди сеопфатна програма за знаење и информации за младинските работници за вештините и компетенциите кои се потребни за да ги водат Millennials и Generation Z.

Дополнително, партнерите на YKSE создадоа Рамка на компетенции за поддршка на развојот на IO2, која е вклучена во овој документ за референца.

Опис на проектот

Интелектуален резултат 2 Наставна програма – Детална програма и материјали за обука за млади работници беа развиени во рамките на Еразмус+ проектот - Младите Креативни Социјални Претпријатија преку мобилизација на дигитални вештини и меѓукултурен дијалог. Истиот е проект на стратешко партнерство кој има за цел да го поттикне креативното општествено претприемништво на младите преку усовршување и зајакнување на младинските работници, едукаторите и менторите како чинители за професионалниот развој на младите.

Проектот YKSE се спроведува од партнерство, составено од 4 организации од ОК, Унгарија, Италија и Република Северна Македонија со комплементарни вештини и претходно знаење или искуства во областа на проектот.

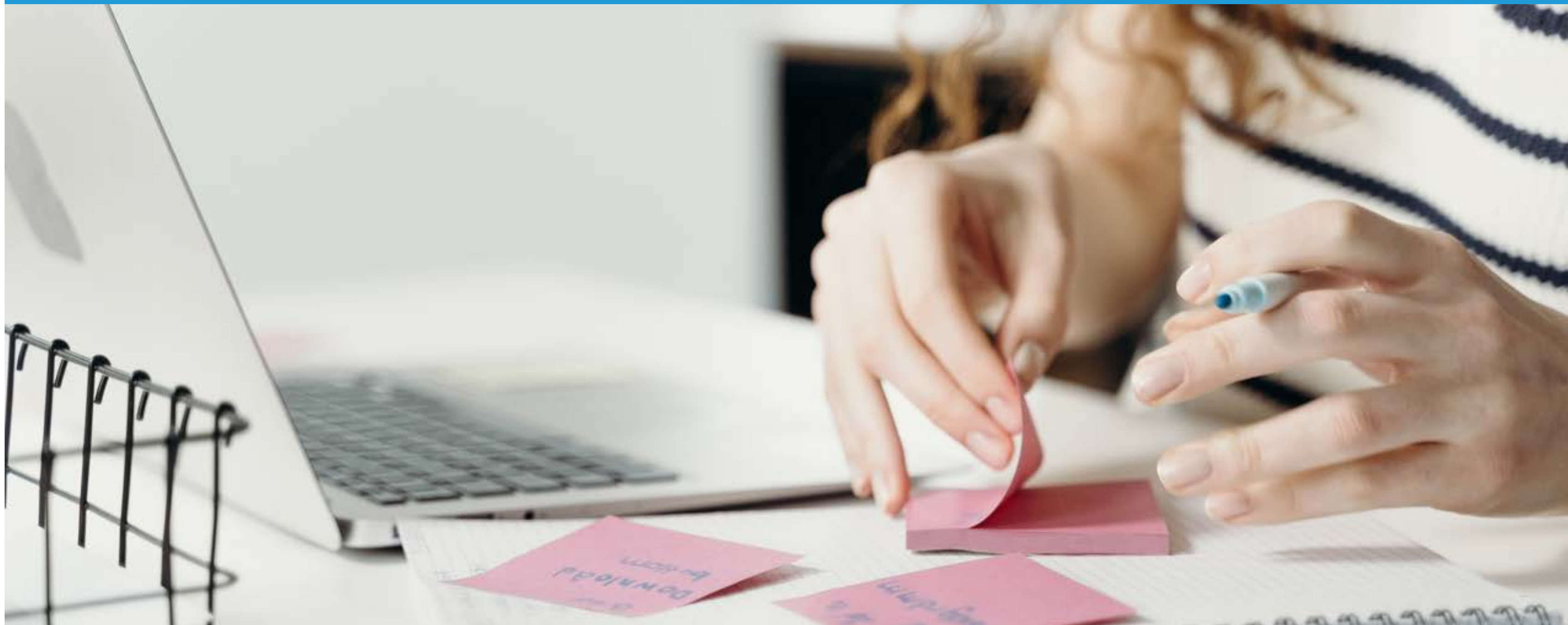
Партнерите се:

- Asfar CIC, Обединетото Кралство
- Антропол, Унгарија
- Матерахуб, Италија
- ЦКМ, Северна Македонија

Главните цели на проектот YKSE се:

- да се создаде збир на дигитални алатки за зајакнување и поттикнување на креативното социјално претприемничко учење на младите , преку зајакнување и унапредување на младинските работници, едукаторите и менторите како примарни чинители за професионалниот развој на младите луѓе.
- да се избегне зголемувањето на стапките на NEET, поддршка на младинските ментори со онлајн/мешана методологија и патека што обезбедува стекнување претприемачки вештини на студентите кои се изложени на ризик од напуштање и NEET, со цел да се зголеми нивниот ангажман во образованието и нивната вработливост во новата динамичен и дигитален пазар на труд.
- да се олесни интеграцијата на пазарот на трудот за младите луѓе без вработување и образование (NEETS) или во ризик од напуштање, благодарение на развојот на обука за младински работници кои ќе ги менторираат младите за пристап до вистинските информации и обука за да започнат општествено креативно претпријатие кое користи дигитални решенија за создавање производи или услуги.

ДЕЛ I.



ПРЕГЛЕД НА ВТОРИОТ ИНТЕЛЕКТУАЛЕН РЕЗУЛТАТ

Дел 1.

Преглед на вториот интелектуален резултат

Програмата Young Kreativ Општествени Претпријатија Интелектуален резултат 2 - Едукативна програма – Детална програма и материјали за обука за младински работници е дизајнирана како алатка за претприемничко учење на креативниот сектор за да им помогне на младинските работници, едукаторите и другите професионалци кои ги поддржуваат младите луѓе, особено оние кои се исклучиле од образованието.

Младинските работници со помош на Едукативната програма ќе научат како поефективно да работат со младите луѓе, имајќи позитивно влијание врз нивниот избор, однесување и самодоверба. Една од иновациите на овој резултат е тоа што ќе го интегрира емотивниот дел, пристапите и знаењата за Емоционалната интелигенција развиени во методологијата IO1, за да се одржи позитивен став. На пример, како со преземање победничка перспектива неуспешна ситуација да се трансформира во искуство за учење. Покрај тоа што едукативната програма е посветена на младинските работници преку стекнување на нови знаења и нови вештини, самата програма се фокусира на:

- младите со ниски перформанси, оние кои рано го напуштаат образованието и NEET како крајна целна група;
- практични претприемачки ситуации, користејќи неформални образовни методи;
- помагање за оспособување и зајакнување на младите;
- поврзување со заедницата и социјалниот контекст;
- современа употреба на нови технологии (дигитални алатки);
- флексибилност за приспособување на содржината на различни младински групи и за комбинирано образување врсници;
- ДУХОТ (вештини, личност, интелигенција, размислување, интерес, издржливост) на младоста.

Иновативната Едукативна програма за младински работници ги вклучува следните елементи:

1. Модел заснован на акција: близок до реалниот живот, експериментален и ориентиран кон учење ореку правење;
2. Поврзан со дигитални алатки;
3. Фокусиран на визија, приоритизација и рефлектирање.

Дел 1.

Преглед на вториот интелектуален резултат

Едукативната програма има огромен потенцијал за преносливост во секој сектор (образование за возрасни, училишно образование, високо образование, учење на работното место итн.).

Секој модул обезбедува специфични резултати од учењето дизајнирани да ги подобрат знаењата, вештините и ставовите. Различните модули и материјали за учење може да се користат заедно или одделно. Тие, исто така, можат да бидат приспособени од различни едукатори кои работат со млади за различни поставки.

[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

ДЕЛ II.



РАМКА НА КОМПЕТЕНЦИИ

Дел II.

Рамка на компетенции

Стандарди за младинските раборници: рамка на компетенции

Модули	Наслов
Модул 1	Основање на бизнис
Модул 2	Пазарна анализа
Модул 3	Организациска структура
Модул 4	Производи и услуги во дигиталната ера
Модул 5	Бизнис план за општествено претпријатие

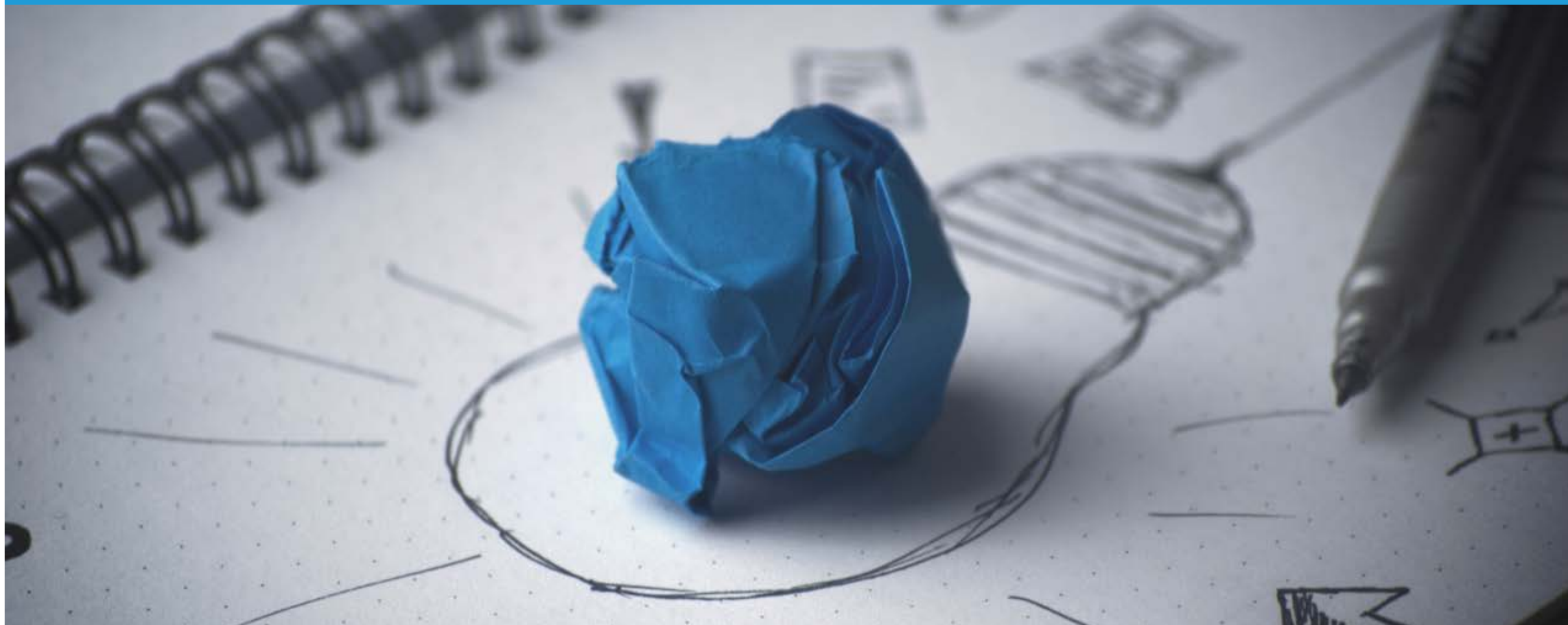
Дел II.

Рамка на компетенции

Граф 1 - Модули за младински работници – Развој на вештини



ДЕЛ III.



ЕДУКАТИВНА ПРОГРАМА

Дел III.

Едукативна Програма

Едукативната програма YKSE IO2, е детална програма наменета за младински работници создадена со цел да помогне во развојот на професионалните вештини на младинските работници и компетенци во однос на општествени претпријатија како пат за развој на младите.

Мобилизирање на клучните методи за учење и нудење суштински дефиниции, теории, насоки за структура на модулите, практичен водич, материјали за учење и методологии, методи и алатки за следење и евалуација, и секако, 5 интерактивни модули кои се фокусираат на општественото претприемништво и компетенциите на претпријатијата. претприемништво и компетенциите на претпријатијата.

Тој е дизајниран да биде погоден и за искусни младински работници и за нови професионалци во младинскиот сектор. Дополнително, едукативната програма обезбедува суштински материјал за учење и за развивање на вештините и компетенциите на младинските работници во општествено претприемништво и кои за возврат може да се мобилизира за поддршка на младите луѓе. претприемништво и кои за возврат може да се мобилизира за поддршка на младите луѓе.

Наставната програма ќе биде дигитализирана и ќе стане основа на KreativEnterprise платформата за учење која е дел од третиот интелектуален резултат.

Теоретска рамка

Модул 1: Започнување на бизнис за општествено претприемништво

Започнувањето бизнис како општествен претприемач може да звучи како голем предизвик кој бара огромни ресурси на лични карактеристики, големи суми пари и поседување посебни вештини. Многу луѓе веруваат дека претприемачите кои можат да се занимаваат и да постигнат успешен стартап во која било сфера треба да имаат нешто необично во себе.

Но, според Барингер (2008), „Нема научни докази што покажуваат дека луѓето со одредени личности имаат поголема веројатност да започнат бизнис или да бидат поуспешен сопственик од кој било друг“. Тоа значи дека со парче соодветно знаење што може да му се обезбеди на ученикот, поединецот може да започне бизнис без да поседува различни родени атрибути и карактеристики.

Дел III.

Едукативна Програма

Така, спротивно на популарното верување, во реалноста, за да започнете општествен бизнис или да ги научите луѓето како да започнат бизнис, едно лице треба да научи специфичен план за процедура и сродни вештини.

За почеток, започнувањето на бизнис вклучува неколку процеси. Најпрво, според Тејлор Меклелан Кокрејн, треба да се избере предметот или опбласти на бизнисот. Откако ќе се направи изборот, треба да се одлучи за најпогодниот тип за одреден бизнис. Првиот тип е „Сопственик“, тоа е кога едно лице одлучува да создаде и да носи бизнис само. Вториот тип е „Партнерство“, кое вклучува соработка на две или повеќе лица за да се спроведе бизнис. И третиот тип на бизнис е „Корпорација“, која обично вклучува едно или повеќе луѓе кои го носат бизнисот, но со помала одговорност во постојниот бизнис. (Бизнис, 2007).



Гледајќи низ „Теоријата на атрибуција“ опишана од Shaver et al (2001), започнувањето бизнис е индивидуален избор на една личност што може да се заснова на надворешни или внатрешни причини. Иако сите луѓе имаат исти психолошки предуслови за развој на бизнисот, некои повеќе од другите ги искористуваат дадените шанси за развој на бизнисот.

Така, претприемачите имаат тенденција да имаат подобро разбирање за нивните способности, минати искуства, можности и како да ги користат во споредба со луѓето од други кариери.

На пример, според „Теоријата на атрибуција“, претприемачите имаат поголеми шанси да започнат бизнис и да се вклучат во активности за започнување бизнис, за разлика од другите поради таквите квалитети како посветеност, способности и вештини на една личност, сложеноста на дадената задача и среќа. Како заклучок, започнувањето успешен бизнис не зависи од среќата, туку од посветеноста, придонесот на минатите постапки, активности и напори на поединецот кои со текот на времето ќе доведат до успешен бизнис.

Дел III.

Едукативна Програма

Модул 2: Анализа на пазарот

Анализата на пазарот е процес дизајниран да обезбеди одредена структура во тоа како претприемачите и/или воспоставените бизниси пристапуваат кон дефиницијата на пазарот, ги разбираат потребите на пазарот и ја идентификуваат и разбираат конкуренцијата. Служи како влез кој го води претприемачот, почетниот и/или воспоставениот бизнис, во идентификување на маркетинг целите и поставување на маркетинг стратегии и планови. Иако структурата и предвидливоста до одреден степен можат да функционираат за воспоставените бизниси и се бараат од акционерите и доверителите, генерално тие ретко даваат добра база на податоци и знаење кога станува збор за анализа на пазарот на стартапите. Предизвиците се зголемуваат доколку се работи за општествено претприемништво.



Традиционално, анализата на пазарот е дел од поголем стратегиски менаџмент и маркетинг на претпријатието. Ја опфаќа употребата на воспоставените алатки и методолошки рамки како што е алатката PESTEL за анализа на макро опкружувањето, употребата на Петте сили на Портер за да се разбере динамиката на индустријата и нејзината атрактивност и опфаќа квантитативна идентификација на маркетинг трендовите и пејзажите на конкурентите за да се идентификуваат јасно можности и закани на пазарот. Тоа е анализа која дава снимка во времето. Се поигрува со претпоставките, кои иако се логични можеби се субјективни, и не функционираат во контекст на социјално претприемништво, каде што главната цел е да се насочат областите на неуспех на пазарот, а не пазарни можности.

Неуспехот на пазарот е концепт, кој со едноставни зборови објаснува ситуација во која ентитетите кои остваруваат профит не се заинтересирани да ги задоволат барањата на пазарот поради слаб потенцијал за профит. Како резултат на тоа, анализата на пазарот во концептот на поголемото социјално претприемништво е претежно фокусирана на незадоволените пазарни потреби и истражување

Дел III.

Едукативна Програма

на расположливите ресурси за развој на услуги или производи за задоволување на тие потреби. Нема специфичен фокус на конкурентите и постоечките производи и услуги. Креативните индустрии и културните сектори се плодна почва за социјалните претприемачи поради слабиот интерес на субјектите кои бараат профит.

Како резултат на тоа, анализата на пазарот на социјален претприемач во креативниот и културниот сектор е доминантно водена од макро анализа на двигателите на PESTEL, особено фокусирајќи се на социо-демографските и технолошките двигатели на промените во општеството, проследено со истражување на потребите на пазарот спроведено со стандардни истражувачки методи како фокус групи, интервјуа, анкети и набљудувања.

Последново овозможува јасна идентификација на клиентот и артикулирање на потребите на клиентите, така што претприемачот нема да најде дека развива нешто што никој не го сакал. Во тој случај, што е важно дали го направил тоа на време и со буџет. Во тој процес, треба да се применат посните принципи на анализа на пазарот имајќи го предвид нивното прилагодување кон контекстот на природата на

социјалното претприемништво во креативниот и културниот сектор.

Модул 3: Организациска структура

Со повеќекратно толкување на дефиницијата, организациската структура општо го опишува начинот на кој начин се формира тимот и кој систем е избран за организацијата да ја постигне својата мисија.

Вообичаено, организациската структура вклучува 3 главни столба:

- Правила на организацијата
- Улоги во организацијата
- Одговорности и обврски во организацијата

Оваа традиционална дефиниција се менува, иако, како што влегуваме во период на агилност, при што почетните компании избираат да ги избегнуваат старите термини и структури во корист на новите: проектниот менаџер станува сопственик на производот и наместо да ги следи правилата, тие ги следат конвенции.

Дел III.

Едукативна Програма

Во оваа ера на агилност, станува важно да се разбере дека во денешниот свет, тимот игра сè поважна улога, бидејќи организацијата станува секундарна.

Што е тим?

Тим е група на луѓе собрани со заедничка мисија, вредност или цел.

Кога зборуваме за организациски менаџмент, се повикуваме на 2 модели:

1. Традиционален модел:

- Вертикално управување: 1-2 носители на одлуки
- Бироократија
- Одржување на статус кво
- Одржување на силата
- Само една насочена комуникација: одозгора надолу

2. Хоризонтален режим::

- Нема одделенија, ниту раководители на сектори
- Работниците се вклучени во проекти во кои избираат да бидат вклучени
- Работниците можат самите да иницираат нови

- проекти
- Многу добро за мали и средни претпријатија
- Многу е предизвик целосно да се усвои хоризонталниот модел

Кога зборуваме за менаџмент во денешно време, зборуваме за „Агилен“.

Агилноста е вештина за планирање и работа во која секогаш сте способни да дејствувате како одговор на предизвиците и потребите. Во суштина, Agile е прагматичен пристап: го следите планот, но сте доволно агилни за да го промените планот доколку е потребно.



Зошто агилност:

- Развој на тимот
- Развој на компанијата
- Агилност

Дел III.

Едукативна Програма

Создавањето производ постојано се тестира и следи, па затоа се зголемува веројатноста за подобар резултат со помалку отпад.

Опишано на една слика, ова е главната разлика помеѓу вертикално (познато како водопад) организациско планирање наспроти агилно планирање:

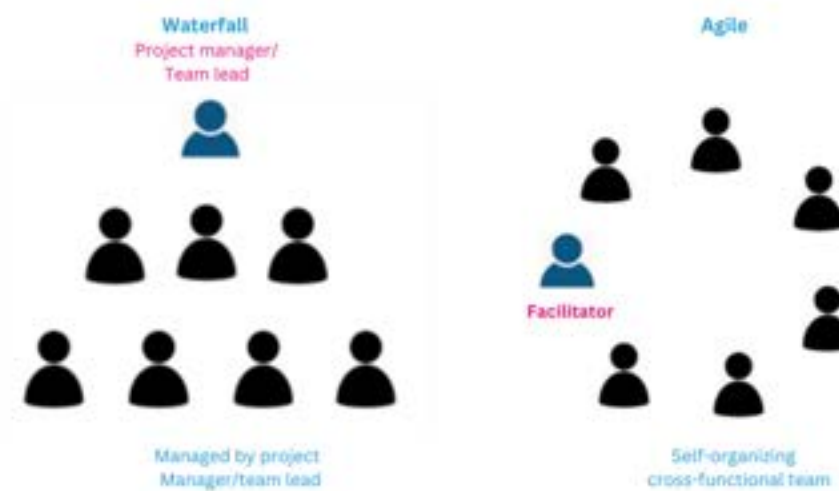


Figure 8: Waterfall vs Agile [5]

Кога зборуваме за претприемништво, размислуваме дека претприемачкиот екосистем се развива хаотично, многу слично како и природните екосистеми. Како и природните екосистеми, како што се случува развојот, менаџерите кои се обидуваат да нурнат длабоко во претприемачкиот живот треба да бидат подготвени да прифатат одреден хаос.

Модул 4: Услуги и производни линии во дигиталната ера

Како што веќе беше дискутирано во Модул 2, социјалните претприемачи наоѓаат можности во несовршеност на пазарот или неуспеси на пазарот. Откако ќе се избере можноста и ќе се дизајнира бизнис модел (Модул 1), следниот чекор е да се развие комерцијална верзија на можноста која во повеќето случаи е или производ или услуга на социјалното претпријатие.

Сепак, како дигиталната ера ги трансформира овие линии на производи/услуги на социјалните претприемачи, овозможувајќи им одржлив бизнис и поголемо социјално влијание?!

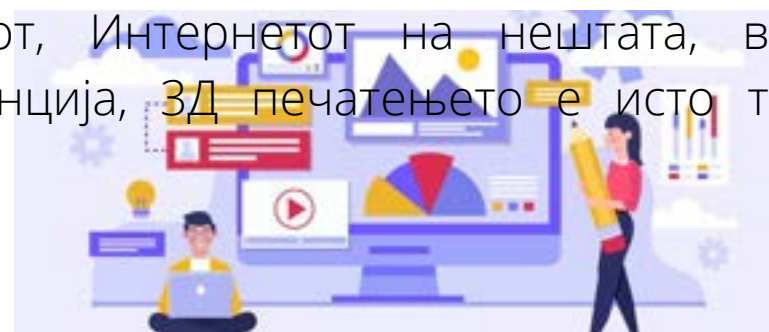
Дигиталниот свет недвосмислено ја менува едноставната диференцијација во традиционалниот маркетинг на физички производи и услуги. Го воведува дигиталното добро направено од низа софтвери, вести, музика, фотографии, цитати за акции, хороскопи, спортски резултати и здравствени совети. Понатаму, дигиталната платформа ги намалува маргиналните трошоци за производство и дистрибуција на дигитални производи/услуги. Исто т

Дел III.

Едукативна Програма

ака, овозможува нивоа на масовно прилагодување на дигитални и недигитални производи невидени во традиционалниот маркетинг. Онлајн клиентите можат да изберат различни комбинации за персоналните компјутери купени преку интернет или да го прилагодат своето ново возило. Онлајн системот на електронски кажувачи како Amazon, или eBay, генерира конкретни препораки за книги или други производи врз основа на преференциите на клиентите. Истото важи и за пребарувачите како Google и Yahoo.

Влијанието на порадикалните технологии како што е блокчејнот, Интернетот на нештата, вештачката интелигенција, 3Д печатењето е исто така многу важно.



Не само што доживуваме промена во видот на понудата на производот, туку гледаме и промени во начинот на кој се произведува и испорачува. Овие технологии имаат потенцијал за радикално подобрување на благосостојбата на луѓето и

животната средина во светот и се „мека“ за социјалните претприемачи, поради потенцијалот за поголемо социјално влијание. Влијанието на новите технологии врз деловните модели и стратегии на социјалните претпријатија се уште е во прелиминарна фаза на раст. Раните знаци покажуваат дека вештачката интелигенција и технологиите за машинско учење веќе го трансформираат самиот концепт на употреба на технологија во справувањето со критичните општествени предизвици. Сепак, повеќето социјални претпријатија и нови претприемачи не се свесни за промените што ги носат овие нови технологии, па затоа младите луѓе треба да бидат мотивирани да ги истражуваат овие технологии во креативниот и културниот сектор и како истите влијаат на квалитетот на животот во нивните заедници.

Табела 4.1. дава пример за најважните нови технологии кои ја обликуваат понудата на производи/услуги на социјалните претпријатија во сите сектори и во креативниот и културниот сектор.

Знаењето како да се препознаат, воведат и да се искористат овие технологии во креативните претпријатија за поголемо социјално влијание е

Дел III.

Едукативна Програма

важно за поддршка на младите луѓе да ги развијат своите таленти и вредности во културата и креативниот сектор.

Табела 4.1 пример на технологии кои ја редуфинираат понудата на производи/услуги во социјалните претпријатија			
Cloud computing	блокчејн технологија	3D печатење	Интернет на нештата (IoT)
машинско учење	Роботика	VR и AR	Вештачка интелигенција

Модул 5: Вашиот Општествен Креативен Бизнис план

Што подразбираме под „социјален креативен бизнис“?

Во денешно време, се појавува нова „класа“ на социјални креативни претприемачи како млади работници кои генерираат побарувачка на пазарот за нивните стоки и услуги, а истовремено придонесуваат за динамична промена во културната одржливост, социјалната правда и економскиот развој ширум светот. Станува збор за креативни професионалци кои се посветени на истите цели кои ги поттикнуваат социјалните претприемачи, од одржливи градови до благосостојба и инклузија.

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

Бидејќи станува збор за специфични економски сектори, т.е. социјално претприемништво и креативни и културни индустрии, да започнеме со „техничка“ идентификација на спектарот на социјалните претпријатија, вклучувајќи различни организации од непрофитни кои вршат економски активности, до задруги, заеднички или организации со ограничена одговорност со социјални цели.

The business model spectrum revisited

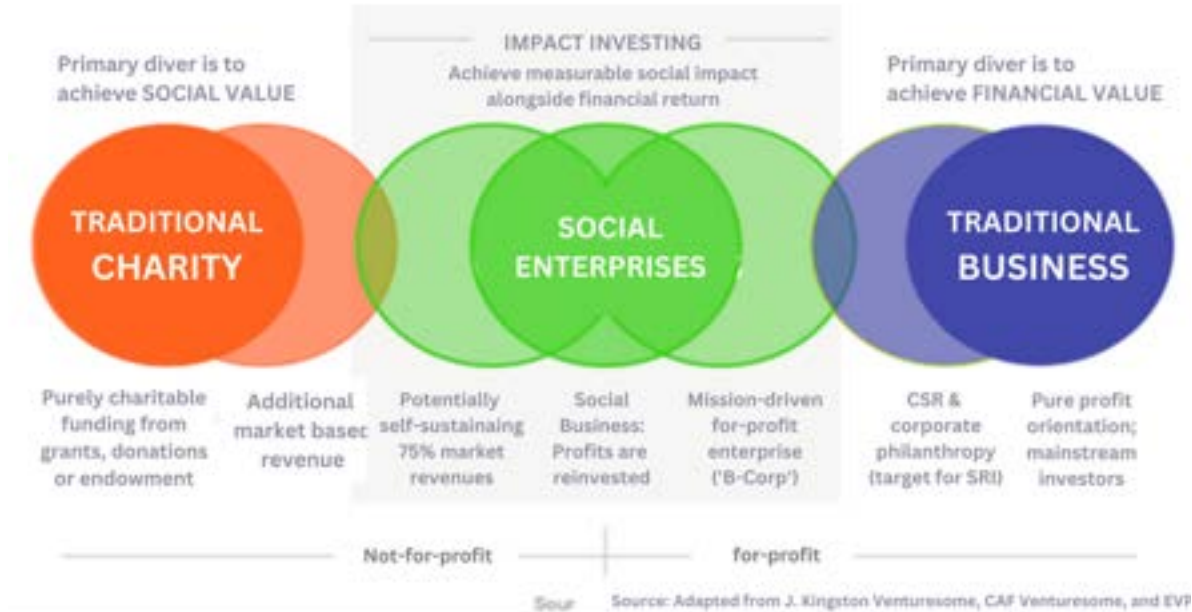


Figure 10: Business Model Spectrum[6]

Од друга страна, Креативните и културните индустрии (ККИ) се однесуваат на низа економски активности, кои ги трансформираат културните и креативните инпути во добра и услуги што ги отелотворуваат и културните и економските вредности.

Дел III.

Едукативна Програма

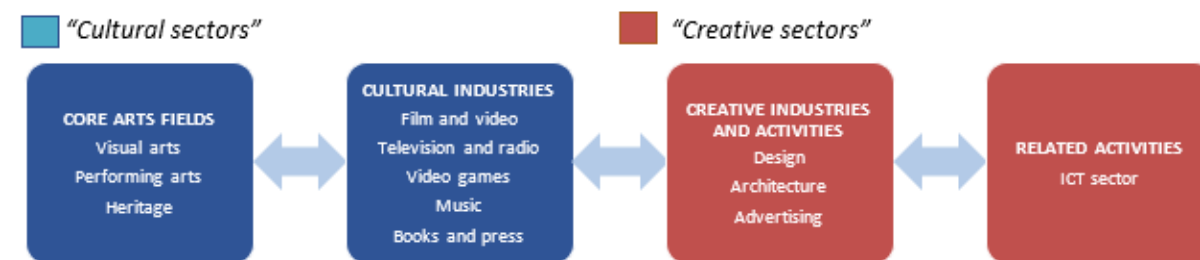
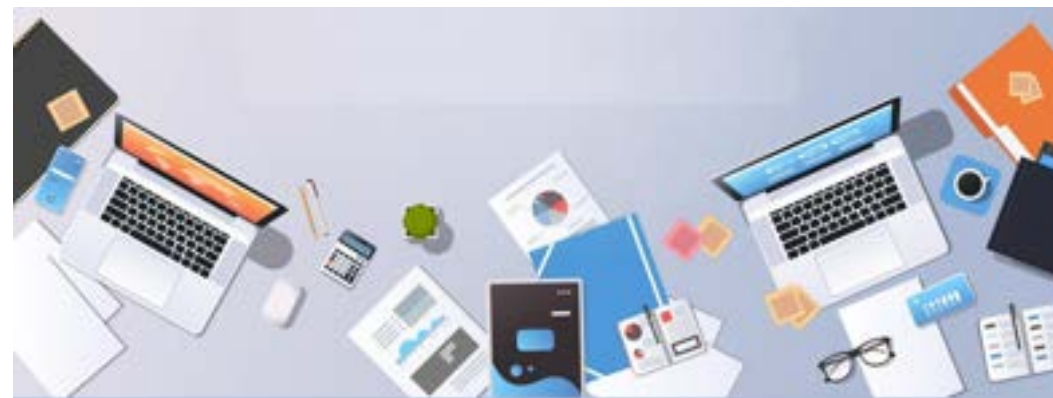


Figure 11: Cultural and Creative Industries

Од „претприемничка“ гледна точка, социјалното претприемништво е комбинација од три клучни пресвртници: бизнис, социјален ангажман и социјален потфат кој го вклучува третиот сектор, солидарна економија, алтернативна економија, непрофитен сектор, непрофитен сектор и доброволно сектор. И покрај националните разлики во правните форми и терминологијата, сите претпријатија од социјалната економија се инспирирани од истите вредности, а тоа се солидарноста, социјалната кохезија и доминацијата на поединецот над капиталот, општествената одговорност и демократското управување.



Културно претприемништво (исто така познато како културно претприемништво или уметничко претприемништво) – е процес на управување преку кој културните работници се обидуваат да ја поддржат нивната креативност и автономија, да гоунапредат својот капацитет за приспособливост и да создадат уметничка, како и економска и социјална вредност. (Трозби, 2001).

Со други зборови, културата претставува медиум за постигнување специфични претприемачки цели, истовремено промовирајќи ја културата како целина како поддршка за локалниот социо-економски раст преку уметност, рачен разбој, ракотворби, јазик, литература.

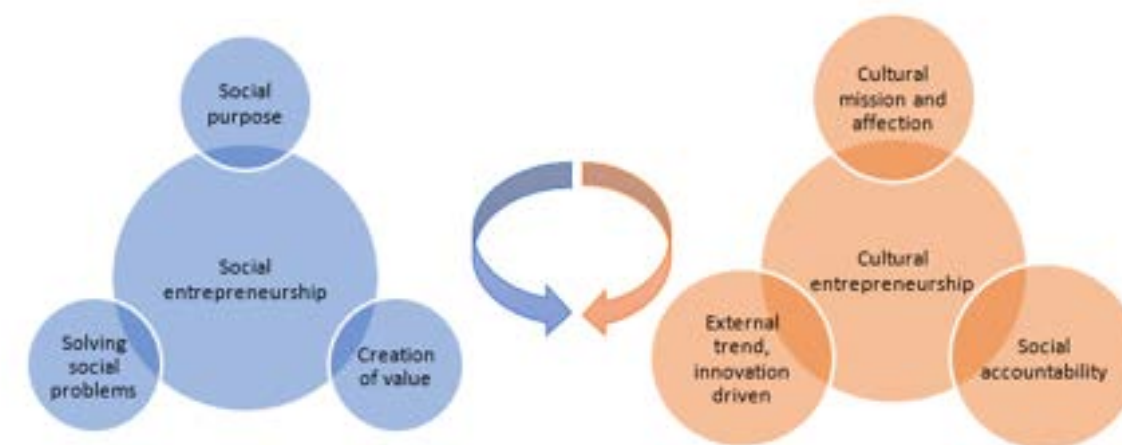


Figure 12: Social Entrepreneurship vs Cultural Entrepreneurship

Дел III.

Едукативна Програма

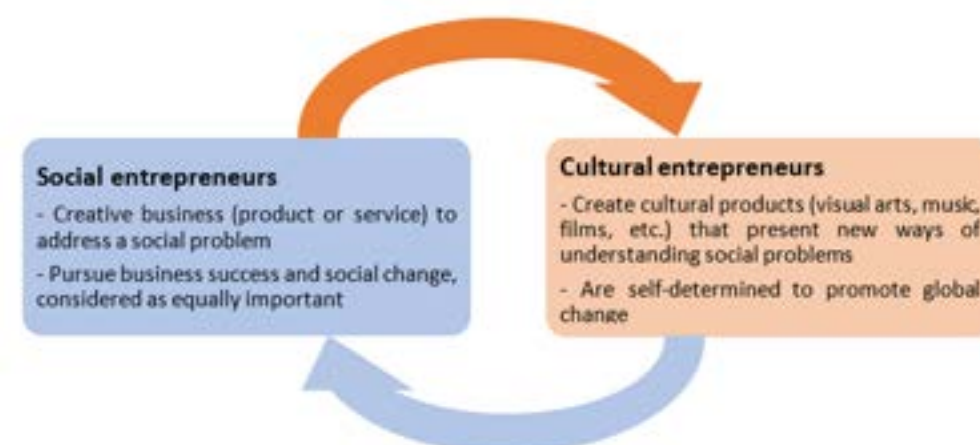


Figure 13: Social Entrepreneurship vs Cultural Entrepreneurship

Бизнисите на социјалните претпријатија (СП) и ССИ (Креативни и културни индустрии)

придонесуваат за социјалната благосостојба преку зајакнување на социјалната и економската кохезија, паметниот и инклузивен раст и преку градење на мешана и еластична пазарна економија.

И двете поттикнуваат економски раст преку создавање работни места, иновации, паметен, инклузивен и територијален развој:

- ЦГИ придонесуваат за одржлив развој преку зајакнување на конкурентноста, вработувањето на младите, меѓусекторското оплодување, урбаниот и социјалниот развој,
- СП имаат повеќе насочено влијание врз заедниците и нивните територии со тоа што се

грижат за нивните реални потреби и бараат решенија преку интегриран пристап и на кооперативен начин.

И двете придонесуваат за локалниот развој благодарение на нивната силна територијална димензија.

Дел III.

Едукативна Програма

Module structure & practical guide

Curriculum: Learning materials and methodology

The Curriculum is based around the competency framework designed by partners in Section 2 and is designed in a way, that youth workers can develop all necessary skills to support young people to start and develop social businesses. The European Entrepreneurship Competency Framework (EntreComp) identifies 3 main dimensions of entrepreneurial competencies:

- *Ideas and opportunities*
- *Resource mobilisation*
- *Into Action*

As well as EntreComp's 3 main dimensions, the curriculum also takes into account the social aspects of this intellectual output, designed specifically for youth workers developing future young social entrepreneurs and the social enterprise aspects of the learning programme.

The curriculum translates these 3 main dimensions and social entrepreneurship requirements into 5 main topics, that youth practitioners require:

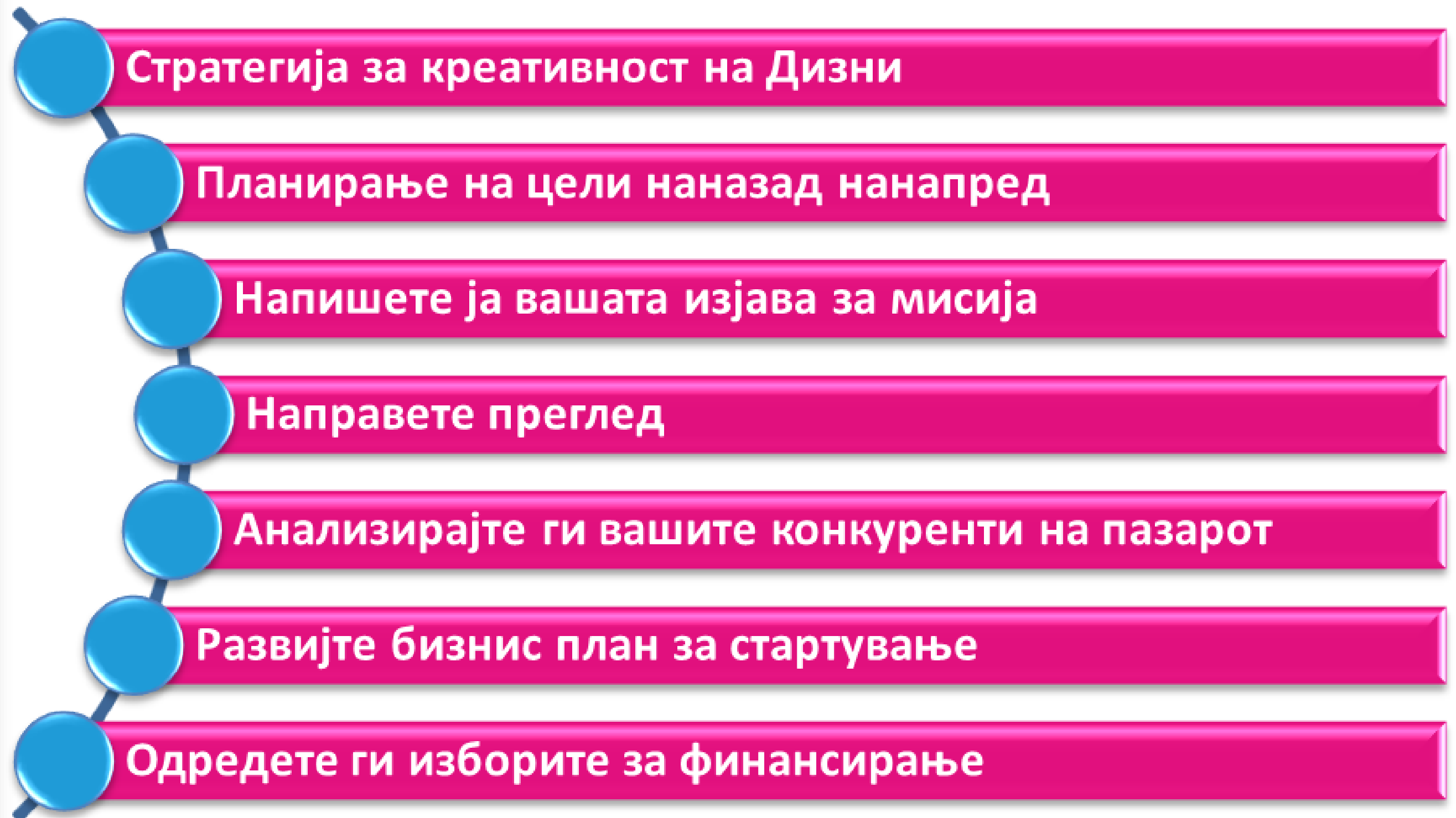
- Основање на бизнис (Ideas and opportunities)
- Пазарна Анализа (Ideas and opportunities/Resource mobilisation)
- Организациска структура (Resource mobilisation)
- Услуги и производи во дигиталната ера (Into Action)
- Бизнис план за општествено претпријатие (Into Action/Resource Mobilisation)

The 5 modules support youth worker practitioners and young people, to put theory into practice, while developing their skills, understanding and wider competencies in social entrepreneurship.



Модул 1

Започнување бизнис



Модул 1

Започнување бизнис

Стратегија за креативност на Дизни

Модул	Започнување бизнис
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учениците ќе можат да развијат креативна идеја за стартување бизнис и да растат како социјални претприемачи. develop a creative business startup idea and grow as social entrepreneurs.
Образложение	In this activity, a learner will develop a business idea as a social entrepreneur relying upon her or his creative mindset
Цел на активноста	Волт Дизни беше добро познат по тоа што ги претвори фантазиите во реалност и ја направи креативноста деловна стратегија. Стратегијата за креативност на Дизни има за цел да ги моделира стратегиите за размислување на успешните луѓе како што е Волт. Во оваа вежба треба да преземете три улоги.
Мод	Лице в лице (исто така приспособливо како онлајн)
Број на ученици	Can be any number of learners.

Модул 1

Започнување бизнис

Краток опис	Оваа вежба се состои од 3 тактики за развој на идеја: • Сонувач - Пуштете ја вашата имагинација слободно да тече и смислете ја најфантастичната идеја што можете да ја смислите. Нема граници во оваа улога. Тоа е како мечтаење и не треба да се заснова на реалноста. • Реалист - Земете ја фантастичната идеја што ја имавте додека бевте во улогата на Сонувачот и обидете се да ја заземете во реалноста. Земете ги компонентите на идејата што изгледаат смешни и размислете за начини да ја претворите во нешто што всушност може да функционира и е практично. Сега дајте на оваа пореална идеја временски рамки и пресвртници за да го мапирате напредокот. • Критичар - Побарајте ги сите работи што не се во ред со идејата на реалистот. Критичарот отвора дупки во идејата, разгледува начини како да ја подобри и прашува што би можело да тргне наопаку.
Ресурси	https://www.onsightapp.com/blog/simple-creative-exercises-business-minded-individual
Опрема	Paper and pens, flipchart
Времетраење	30 - 60 минути
Референци	https://www.onsightapp.com/blog/simple-creative-exercises-business-minded-individual

Модул 1

Започнување бизнис

Планирање на цели наназад нанапред	
Модул	Започнување бизнис
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учениците ќе можат: • Размислете за некои лични вредности и цели • Планирајте како да ги интегрирате нивните лични вредности и цели во идејата за бизнис план и во самопроценката како социјални претприемачи
Образложение	In this activity, a learner will develop a business idea as a social entrepreneur relying upon her or his creative mindset
Цел на активноста	Целта на оваа вежба е да се фокусира на идните деловни цели, вредности и општествени последици од одреден стартап со цел да се проценат неговите развојни чекори и личното и социјалното влијание.
Мод	Лице в лице (исто така приспособливо како онлајн)
Број на ученици	Can be any number of learners.

Модул 1

Започнување бизнис

Краток опис	Оваа вежба се состои од 2 дела: • Од студентите ќе биде побарано да започнат со крајот на ум. Со други зборови, наместо да планирате нешто од вообичаената точка (почетокот), почнете од крајот или со целта што сакате да ја постигнете. Ова ќе им помогне на студентите да ги визуелизираат своите деловни цели и вредности и ќе им помогне да го проценат неговото влијание врз социјалното претприемништво, • Потоа учениците треба да го испланираат обратно. Можеби изгледа чудно, но може да им помогне на учениците да ги согледаат работите од нова перспектива и ги вади нагаѓањата од планирање затоа што веќе знаете каде сакате да завршите.
Ресурси	https://www.onsightapp.com/blog/simple-creative-exercises-business-minded-individual
Опрема	Paper and pens, flipchart
Времетраење	30 - 60 минути
Референци	https://www.onsightapp.com/blog/simple-creative-exercises-business-minded-individual

Модул 1

Започнување бизнис

Напишете ја вашата изјава за мисија	
Модул	Започнување бизнис
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учениците ќе можат: • Направете преглед на целиот бизнис план • Размислете за чекорите што недостасуваат за кои учениците не размислувале порано
Образложение	Во оваа вежба, ученикот ќе развие идеја зошто го прави тоа што го прави бидејќи моќната изјава за мисија е најдобриот начин да се прикаже тоа. Изјавите за мисијата се начин да се насочи бизнисот во вистинската насока и тие играат улога во помагањето на бизнисот да донесе добри одлуки кои можат да бидат корисни за приливот на приходи. Без изјава за мисијата, бизнисите може да се борат кога станува збор за планирање за иднината.
Цел на активноста	Целта на оваа вежба е да им помогне на учениците да разберат: • Каква порака сакаат да испратат? • Како би сакале да влијаат на другите преку нивниот бизнис? • Што ги натера да започнат бизнис?
Мод	Лице в лице (исто така приспособливо како онлајн)

Модул 1

Започнување бизнис

Број на ученици	Can be any number of learners.
Краток опис	Оваа вежба се состои од 3 дела: • Навигирајте го ученикот да оди на интернет и да чита изјави за мисијата на компаниите на кои им се восхитуваат и ги почитуваат, како и на оние во истата индустрија. Погрижете се учениците да не го копираат само она што го кажува вашата конкуренција, туку да добијат добро чувство за тоа што функционира, а што не функционира. • Помогнете им на учениците да разберат кој е цел на изјавата за мисијата (клиенти, вработени, деловни инвеститори) со цел да се вклучат поени за целата целна публика. • Учениците треба да разберат дека изјавите за мисијата секогаш може да се менуваат во текот на процесот на развој на бизнисот.
Ресурси	<u>Link</u> .
Опрема	Paper and pencil, flipchart
Времетраење	Најмалку 60 минути
Референци	<u>https://www.createcultivate.com/blog/business-plan-exercises/</u>

Модул 1

Започнување бизнис

Направете преглед	
Модул	Започнување бизнис
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учениците ќе можат: • Направете преглед на целиот бизнис план • Размислете за чекорите што недостасуваат за кои учениците не размислувале порано
Образложение	In this activity, a learner will develop a business plan that will serve as a template for the whole business start-up.
Цел на активноста	Целта на оваа вежба е прецизно да се разгледаат чекорите што треба да се направат за да се постигне развиена претходна деловна идеја преку развивање преглед на бизнис план бидејќи преглед се смета за месо и коски на целиот бизнис план.
Мод	Лице в лице (исто така приспособливо како онлајн)
Број на ученици	Can be any number of learners.

Модул 1

Започнување бизнис

Краток опис	Оваа вежба се состои од 3 дела: • Општествените претприемачи, учесниците, со други зборови, треба да одредат многу фактори пред да продолжат и да го напишат прегледот. Клучот овде е конечно да се запише што нивната идеја ќе им обезбеди на другите, а потоа да продолжат понатаму. • Учесниците, исто така, треба да одредат што ќе им треба за да може бизнисот успешно да работи (персонал, финансиска поддршка, алатки, итн.) и зошто. • Со цел да се развие преглед, учесниците исто така треба да ги визуелизираат своите клиенти.
Ресурси	https://www.createcultivate.com/blog/business-plan-exercises/
Опрема	Хартија, пенкала и флипчарт
Времетраење	30 - 60 минути
Референци	https://www.createcultivate.com/blog/business-plan-exercises/

Модул 1

Започнување бизнис

Анализирајте ги вашите конкуренти на пазарот	
Модул	Започнување бизнис
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учесниците ќе можат: • Запознајте се со пазарните трендови во вашата индустрија и дали тие се постојани или постојано се менуваат. • Разберете ги ресурсите што ви се потребни за да му служите на тој пазар • Определете ги и анализирајте ги тековните конкуренти на бизнисот
Образложение	In this activity, a learner will develop an understanding of the market of the chosen field and how to analyse it.
Цел на активноста	Анализата на пазарот е клучна точка на секој бизнис план. Откако ученикот ќе утврди кој е нивниот пазар, ќе треба да ги одреди и сите други потенцијални пазари. Тие, исто така, ќе треба да го измерат вашиот пазар, за да ги разберат ресурсите што ќе ви бидат потребни за да му служите на тој пазар.
Испорака	Лице в лице (исто така приспособливо за онлајн средина)
Број на ученици	Can be any number of learners.

Модул 1

Започнување бизнис

Краток опис	Оваа вежба се состои од 3 дела кои учениците треба да ги направат: • Истражете ја состојбата на избраната индустрија. • Идентификувајте ги целните клиенти и навиките за купување. • Определете кои би биле тековните конкуренти на вашиот бизнис и анализирајте ги сите нивни однесувања, кампањи, маркетинг алатки, сметки на социјалните медиуми и многу повеќе. Што можат учениците да направат поинаку? Што можат подобро да направат учениците? Сето тоа овде влегува во игра.
Ресурси	https://www.businessnewsdaily.com/15751-conduct-market-analysis.html
Опрема	Paper and pens, flipchart
Времетраење	30 - 60 минути
Референци	https://www.createcultivate.com/blog/business-plan-exercises/

Модул 1

Започнување бизнис

Развијте бизнис план за стартување	
Модул	Започнување бизнис
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учениците ќе можат: • Развијте бизнис план за стартап • Разберете ги сите потребни алатки за развој на бизнисот • Разберете ги размерите и тежината на бизнисот • Пресметајте го буџетот за бизнис план за социјално претприемништво
Образложение	Each start-up business initiative with money-making potential should always be accompanied by a well-constructed, complete business plan so as to successfully raise capital.
Цел на активноста	Целта на оваа активност е во голема мера да ги зајакне можностите на учениците да добијат финансиска поддршка за нивното стартување бизнис претпријатие преку креирање на добро подготвен, солиден бизнис план.
Испорака	Лице в лице (исто така приспособливо за онлајн средина)
Број на ученици	Can be any number of learners.

Модул 1

Започнување бизнис

Краток опис	Оваа вежба се состои од 3 дела кои учениците треба да ги направат: • Учениците треба да дадат детали за нивното образование и квалификации, да објаснат како нивната вештина може да додаде вредност на вашиот потфат и да се фокусираат на секој детал за да разберат колку надворешни и внатрешни ресурси се потребни за започнување бизнис како социјален претприемач. • Побарајте законски правила во одредена земја за почеток на бизнис или побарајте помош од професионалци како адвокати или сметководители, за дополнително да развиете прецизен план за социјално претприемништво. • Во планот треба да се вклучи финансиски работен лист.
Ресурси	https://www.onsightapp.com/blog/simple-creative-exercises-business-minded-individual
Опрема	Хартија и пенкала, флипчарт
Времетраење	минимум 60 минути
Референци	https://www.glennlouisarker.com/three-exercises-for-the-startup-business-owner.html

Модул 1

Започнување бизнис

Одредете ги изборите за финансирање	
Модул	Започнување бизнис
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учесниците ќе можат: • Каков вид на финансирање постои • Каде можат да добијат средства за нивните стартапи
Образложение	Во оваа активност, учесникот ќе ги препознае различните извори на финансирање и внимателно ќе се обиде да ги исполни бараните услови.
Цел на активността	Финансирањето е важен дел од пишувањето на бизнис планот, но познавањето на буџетот е уште поважно. Многу бизниси пропаѓаат затоа што или не заработуваат пари или немаат контрола врз тоа каде одат. Двете ситуации се неидеални и токму затоа на социјалните претприемачи им треба буџет. Така, оваа вежба ќе им помогне да разберат како да ја постигнат.
Испорака	Лице в лице (исто така приспособливо за онлајн средина)
Број на ученици	секој број на учесници

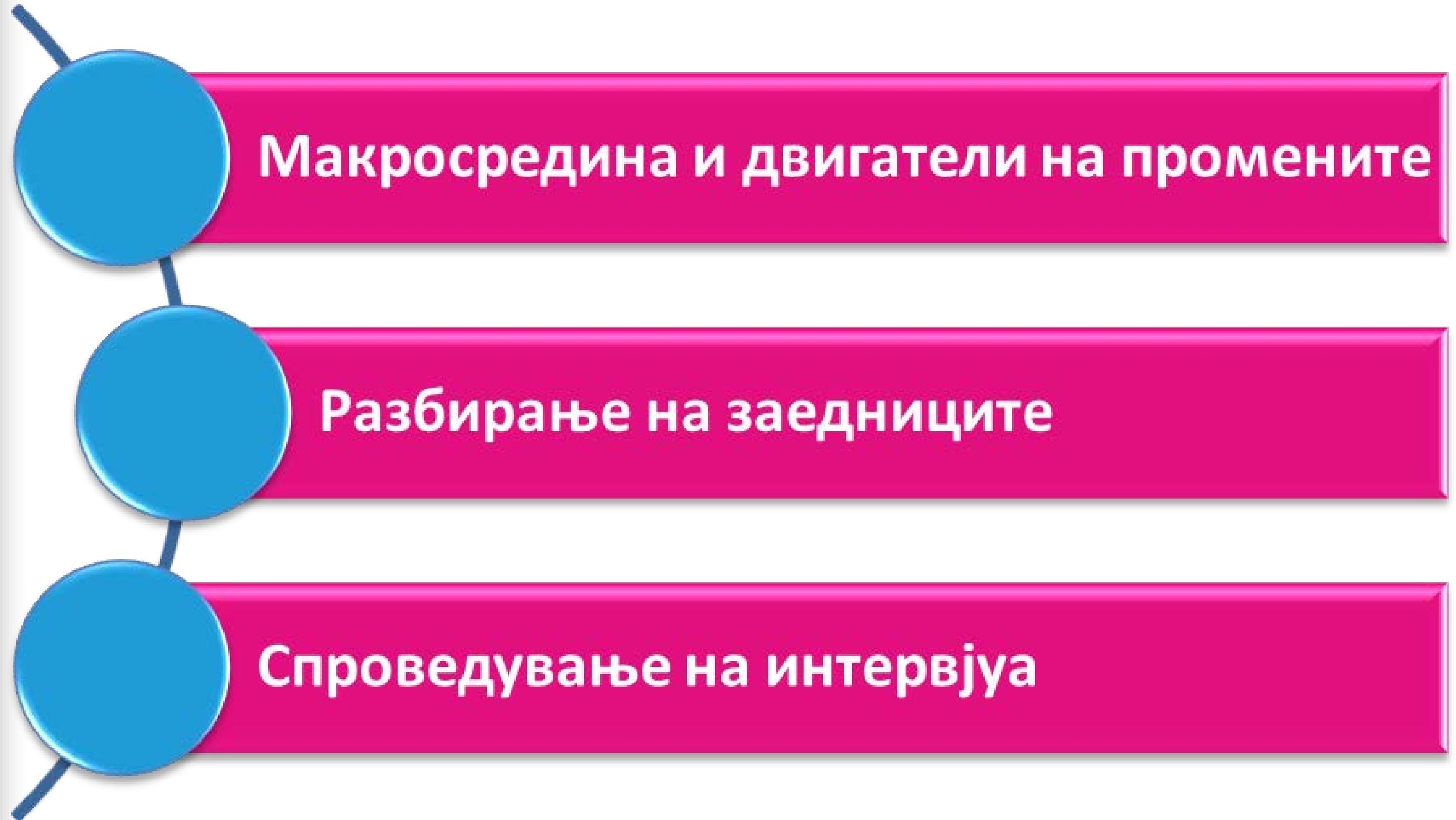
Модул 1

Започнување бизнис

Краток опис	Оваа вежба се ги опишува изворите на финансирање за почетни бизниси на учесниците, кои вклучуваат: • Лично финансирање. • Финансирање со капитал. • Разменува капитал за сопственички удел во стартап бизнисот. • Финансирање од инвеститорите. • Пријатели и семејство. • Финансирање преку долг - заем од банка или државна агенција. • Владино финансирање и потенцијална помош за развој на малиот бизнис.
Ресурси	https://www.glennlouisarker.com/three-exercises-for-the-startup-business-owner.html
Опрема	Хартија и пенкала, флипчарт
Времетраење	30 - 60 минути
Референци	https://www.glennlouisarker.com/three-exercises-for-the-startup-business-owner.html

Модул 2

Анализа на
пазарот



Модул 2

Анализа на пазарот

Макросрединa и двигатели на промените	
Модул	Анализа на пазарот
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учениците ќе можат: • Разбирање на движечките сили во макро контекст на креативниот и културниот сектор на локално/регионално/национално ниво; • Идентификувајте и истражете ги можностите во секторот за социјално претпријатие во вашата заедница.
Образложение	This activity is an input for developing a comprehensive market analysis. The focus is placed on understanding the trends in the concerned sector within a specific geographic context and identifying driving factors which open opportunities for developing new products and services.
Цел на активнoста	Учесниците развиваат свест за макро опкружувањето и се способни да ја видат динамиката во креативниот и културниот сектор, лесно да ги идентификуваат двигателите на промените кои можат да им помогнат во развојот на вредни производи и услуги.
Испорака	Лице в лице (исто така приспособливо за онлајн средина)
Број на ученици	6 – 20 ученици, групи од 2 – 4 лица

Модул 2

Анализа на пазарот

Краток опис

Активноста предвидува употреба на традиционалната алатка PESTEL за скенирање на макро контекстот на креативниот и културниот сектор во однапред дефиниран географски контекст. Тоа може да биде локалната заедница на специјализантите, регионот или нацијата. PESTEL е акроним за политичко, економско, социо-културно, технолошко, еколошки и правно опкружување.

- Политичките фактори ги вклучуваат трендовите во владините политики и механизми, особено фокусирајќи се на употребата на грантови и јавни пари за поддршка на производи и услуги во културата и креативниот сектор;
- Економските фактори вклучуваат тековен и проектиран економски раст; инфлација и каматни стапки; раст на работните места и невработеност; расположливиот доход на заедниците. Повисоката инфлација и пониските стапки на вработеност особено го погодија расположливиот доход за услуги во креативниот и културниот сектор;
- Социјалните фактори вклучуваат демографија (возраст, пол, раса, големина на семејството); ставови, мислења и модели на купување на потрошувачите; стапка на раст на населението и модели на вработување; социо-културни промени; етнички и верски трендови; животниот стандард. Идентификувајте ги оние кои се сила на промена во културата и креативните сектори, односно генерациските промени во начинот на кој се троши културата.
- Технолошките фактори влијаат на обезбедувањето услуги и добра во креативниот и културниот сектор. Како тие влијаат на нив, како влијаат на дистрибуцијата на овие услуги и на комуникацијата со заедниците и целните пазари.
- Факторите на животната средина се важни поради зголемениот недостиг на сировини; цели за загадување; водење бизнис како етичка и одржлива компанија; цели на јаглеродниот отпечаток.
- Правни фактори заштита на интелектуалната сопственост, еднакви можности; стандарди за рекламирање

Модул 2

Анализа на пазарот

Ресурси	Материјал 1 - PESTEL Analysis
Опрема	Хартија и пенкала, флипчарт
Времетрае ње	45 – 50 минути
Референци	Подготвено од страна на Центарот за управување со знаење за потребите на проектот

Модул 2

Анализа на пазарот

Разбирање на заедниците	
Модул	Анализа на пазарот
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учениците ќе можат: • Идентификувајте различни заедници во заедницата • Документирајте ги нивните потреби преку почитување • Идентификувајте заедница на која треба да се фокусирате во понатамошниот развој на минимално вреден производ.
Образложение	This activity aims at narrowing the market to targeted communities.
Цел на активноста	Оваа активност има за цел да ги поттикне слушателите да ги истражат заедниците на кои комуницираат, или исто така припаѓаат, да ги набљудуваат и документираат нивните потреби и да идентификуваат која заедница, или целен пазар, би сакале да ја таргетираат со нивното социјално претпријатие.
Испорака	Лице в лице (исто така приспособливо за онлајн средина)
Број на ученици	6 – 20 ученици, групи од 2 – 4 лица

Модул 2

Анализа на пазарот

Краток опис	Заедницата е група на луѓе кои имаат нешто заедничко. Тоа може да бидат луѓето кои живеат на истото место или група која споделува слични интереси како заедниците базирани на локација, заедниците засновани на интереси, заедниците базирани на идентитет и заедниците базирани на религијата. Важно е да се разберат потребите на заедницата. Ова може да се постигне со бура на идеи за најмалку четири различни заедници на кои и припаѓаме. Понатамошната анализа треба да се фокусира на две заедници со документација на следните карактеристики за секоја: возраст, јазик, култури или традиции, интереси. Се избира една заедница за понатамошните чекори на анализата, односно собирање податоци и информации за заедницата за да може подобро да се разберат нејзините потреби. Активноста понатаму опфаќа набљудување на избраната заедница преку запишување и барање помалку очигледни работи. Откако ќе се документираат однесувањата, добро е ако се размисли за следниве прашања: • Што ве изненади најмногу во заедницата? • Дали има некои специфични предизвици кои влијаат на заедницата? Ако е така, на кого и како тоа влијае? • Што и е потребно на оваа заедница за да помогне во решавањето на проблемот/ите? Кој би бил одговорен за таа промена и како? Како може потребите на заедницата да се решат со технологија?
Ресурси	Материјал 2 - <u>Како да се разбере локалната заедница</u>
Опрема	Хартија и пенкала, флипчарт

Модул 2

Анализа на пазарот

Времетрае ње

45 – 50 минути

Референци

Подготвено од страна на Центарот за управување со знаење за потребите на проектот

Модул 2

Анализа на пазарот

Спроведување на интервјуа	
Модул	Анализа на пазарот
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учесниците ќе бидат во можност да: • Разберат како да ги користат интервјуа за собирање податоци од крајните корисници • знаат како да ги применат повратните информации од клиентот за подобрување на процесот и услугите
Образложение	Активноста дава генерички модел за тоа како да се пристапи кон развој на интервју и како да се размислува за добиените податоци од клиентите, користејќи ги истите во натамошниот развој на понудата на производот/услугата. Тоа е активност која треба да се користи во процесот на развој на производи и услуги на нови претпријатија.
Цел на активноста	Активноста има за цел создавање на алатки за поврзување на идниот претприемач со неговиот/нејзиниот целен пазар, обезбедувајќи едноставни чекори за тоа како да се слушаат и разберат потребите на целниот пазар во светлина на прототип на понуда.
Испорака	Лице в лице (исто така приспособливо за онлајн средина)
Број на ученици	2-4 лица, идеално почетен тим од млади луѓе

Модул 2

Анализа на пазарот

Краток опис	Обучувачите и менторите треба да ја користат оваа активност кога се работи со претприемачи кои го идентификувале и развиле првиот минимален остварлив производ. Од идниот претприемач треба да се побара да размисли како да спроведе интервјуа со претставници на неговиот целен пазар за да може да ја научи вредноста на производот/услугата за клиентите.
Ресурси	Материјал 3 - <u>Conducting Interviews</u>
Опрема	на пример карти за модерација, хартија, пенкала и флипчарт
Времетраење	20 мин.
Референци	Подготвено од страна на Центарот за управување со знаење за потребите на проектот

Модул 3

Организациска
структура

Презентирање: Формирање до изведување

Лична SWOT анализа

Тимски канвас

Агилна трансформација

Модул 3

Организациска структура

Презентирање: Формирање до изведување	
Модул	Организациска структура
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учесниците: учат за себе и можат подобро да ги позиционираат своите силни страни
Образложение	Во оваа активност, учениците ќе развијат нови знаења за тимска работа и формирање тим.
Цел на активноста	Да им се овозможи на учесниците да почнат да работат на тимските структури преку теоретскиот дел
Испорака	Лице в лице (исто така приспособливо за онлајн средина)
Број на ученици	15 - 25 ученици

Модул 3

Организациска структура

Краток опис

Прво, можеме да отвориме дискусија со бура на идеи со прашањето: кои мислите дека се фазите на формирање тим?

Тренерот ги пишува одговорите на хартија, а потоа тие прават презентација за фазите на формирање на тимот:

Фаза 1: Формирање

Чувства

За време на фазата на формирање на тимскиот развој, членовите на тимот обично се возбудени што ќе бидат дел од тимот и желни за работата што претстои. Членовите често имаат високи позитивни очекувања за тимското искуство. Во исто време, тие исто така може да почувствуваат некаква вознемиреност, прашувајќи се како ќе се вклопат во тимот и дали нивните перформанси ќе се измерат.

Однесување

Однесувањето забележано во фазата на Формирање може да вклучува многу прашања од членовите на тимот, како одраз на нивната возбуда за новиот тим и несигурноста или вознемиреноста што можеби ја чувствуваат за нивното место во тимот.

Тимски задачи

Основната работа за тимот за време на фазата на Формирање е да се создаде тим со јасна структура, цели, насока и улоги, така што членовите ќе почнат да градат доверба. Добриот процес на ориентација/почеток може да помогне да се приземјат членовите во однос на мисијата и целите на тимот и може да воспостави тимски очекувања и за производот на тимот и, уште поважно, за процесот на тимот. За време на фазата на Формирање, голем

Модул 3

Организациска структура

Краток опис

дел од енергијата на тимот е фокусирана на дефинирање на тимот, така што исполнувањето на задачите може да биде релативно ниско.

Фаза 2: Бура

Чувства

Како што тимот почнува да се движи кон своите цели, членовите откриваат дека тимот не може да ги исполни сите нивни рани возбуждања и очекувања. Нивниот фокус може да се префрли од задачите кои се при рака кон чувствата на фрустрација или гнев поради напредокот или процесот на тимот. Членовите може да изразат загриженост дека не можат да ги исполнат целите на тимот. За време на фазата на бура, членовите се обидуваат да видат како тимот ќе одговори на разликите и како ќе се справи со конфликтот.

Однесување

Однесувањето за време на фазата на Бура може да биде помалку учтиво отколку во фазата на Формирање, при што отворено се изразуваат фрустрации или несогласувања за целите, очекувањата, улогите и одговорностите. Членовите може да изразат фрустрација поради ограничувањата што го забавуваат нивниот поединец или напредокот на тимот; оваа фрустрација може да биде насочена кон другите членови на тимот, раководството на тимот или спонзорот на тимот. За време на фазата на бура, членовите на тимот може да се расправаат или да станат критични за првичната мисија или цели на тимот.

Тимски задачи

Тимските задачи за време на фазата на развој на Бура го повикуваат тимот повторно да се

Модул 3

Организациска структура

Краток опис

фокусира на своите цели, можеби разложувајќи ги поголемите цели на помали, остварливи чекори. Тимот можеби ќе треба да развие и вештини поврзани со задачи и вештини за групни процеси и управување со конфликти. Редефинирањето на целите, улогите и задачите на тимот може да им помогне на членовите на тимот да ја надминат фрустрацијата или конфузијата што ја доживуваат за време на фазата на Бура.

Фаза 3: Нормализација

Чувства

За време на нормативната фаза на развојот на тимот, членовите на тимот почнуваат да го решаваат несогласувањето што го чувствуваат помеѓу нивните индивидуални очекувања и реалноста на искуството на тимот. Ако тимот е успешен во поставувањето пофлексибилни и повклучувачки норми и очекувања, членовите треба да искусаат зголемено чувство на удобност при изразувањето на нивните „вистински“ идеи и чувства. Членовите на тимот чувствуваат зголемено прифаќање на другите во тимот, препознавајќи дека разновидноста на мислења и искуства го прави тимот посилен и неговиот производ побогат. Конструктивната критика е можна и добредојдена. Членовите почнуваат да се чувствуваат дел од тимот и можат да уживаат во зголемената групна кохезија.

Однесување

Однесувањето за време на фазата на нормирање може да вклучува членови што прават свесен напор да ги решат проблемите и да постигнат групна хармонија. Може да има почеста и позначајна комуникација меѓу членовите на тимот и зголемена подготвеност да споделуваат идеи или да побараат помош од соиграчите. Членовите на тимот повторно се

Модул 3

Организациска структура

Краток опис

фокусираат на воспоставените правила и практики на тимот и го враќаат својот фокус на задачите на тимот. Тимовите може да почнат да развиваат свој јазик (прекари) или внатрешни шеги.

Тимски задачи

За време на фазата Нормирање, членовите ја префрлаат својата енергија кон целите на тимот и покажуваат зголемување на продуктивноста, и во индивидуалната и во колективната работа. Тимот може да открие дека ова е соодветно време за евалуација на тимските процеси и продуктивност.

Фаза 4: Изведување

Чувства

Во фазата на изведба на развојот на тимот, членовите чувствуваат задоволство од напредокот на тимот. Тие споделуваат сознанија за личниот и групниот процес и се свесни за сопствените (и едни со други) силни и слаби страни. Членовите се чувствуваат приврзани за тимот како нешто „поголемо од збирот на неговите делови“ и чувствуваат задоволство од ефективноста на тимот. Членовите се чувствуваат сигурни во своите индивидуални способности и во способностите на нивните соиграчи.

Однесување

Членовите на тимот се способни да спречат или решат проблеми во процесот на тимот или во напредокот на тимот. Ставот „може да направи“ е видлив како и понудите да си помагаме еден на друг. Улогите во тимот можеби станаа потечни, при што членовите

Модул 3

Организациска структура

Краток опис

преземаа различни улоги и одговорности по потреба. Разликите меѓу членовите се ценат и се користат за подобрување на перформансите на тимот.

Тимски задачи

Во фазата на изведба, тимот бележи значителен напредок кон своите цели. Посветеноста кон мисијата на тимот е висока, а висока е и компетентноста на членовите на тимот. Членовите на тимот треба да продолжат да ги продлабочуваат своите знаења и вештини, вклучително и да работат на континуирано подобрување на развојот на тимот. Достигнувањата во тимскиот процес или напредокот се мерат и слават.

Дали фазата „Изведување“ е крајот на процесот?

Иако работата на тим со високи перформанси може да биде навистина пријатно и растечко искуство, тоа не е крајот на развојот на тимот. Сè уште има потреба тимот да се фокусира и на процесот и на производот, поставувајќи нови цели како што е соодветно. Промените, како што се доаѓањето или заминувањето на членовите или големите промени во надворешното опкружување, може да го наведат тимот да се врати назад во претходната фаза. Ако овие промени - и нивното како резултат на однесување - се препознаат и се решат директно, тимовите може успешно да останат во фазата на изведба на неодредено време.

Модул 3

Организациска структура

Краток опис

Фаза 5: Престанок/Крај

На некои тимови им доаѓа крајот, кога нивната работа ќе заврши или кога ќе се променат потребите на организацијата. Иако не е дел од оригиналниот модел на Такман, важно е секој тим да обрне внимание на процесот на завршување или крај на тимската работа.

Чувства

Членовите на тимот може да се загрижени за претстојното распаѓање на тимот. Можеби чувствуваат некаква вознемиреност поради неизвесноста за нивната индивидуална улога или идните одговорности. Тие може да чувствуваат тага или чувство на загуба поради промените што доаѓаат во нивните тимски односи. Во исто време, членовите на тимот може да почувствуваат чувство на длабоко задоволство од достигнувањата на тимот. Поединечните членови може да ги почувствуваат сите овие работи во исто време, или може да чувствуваат загуба проследено со чувства на задоволство. Со оглед на овие конфликтни чувства, индивидуалниот и тимскиот морал може да се подигне или падне во текот на завршната фаза. Многу е веројатно дека во секој даден момент поединци од тимот ќе чувствуваат различни емоции во однос на престанокот на работата на тимот.

Однесување

За време на завршната фаза, некои членови на тимот може да станат помалку фокусирани на задачите на тимот и нивната продуктивност може да се намали. Алтернативно, некои членови на тимот може да сметаат дека фокусирањето на задачата е ефективен одговор на нивната тага или чувство на загуба.

Модул 3

Организациска структура

Краток опис

Тимски задачи:

Тимот треба да ја признае претстојната транзиција и различните начини на кои поединците и тимот може да се чувствуваат во однос на претстојното затворање на работата. Во текот на оваа фаза, тимот треба да се фокусира на три задачи:

- Завршување на сите испораки и затворање на која било преостаната тимска работа
- Евалуација на процесот и производот на тимот, со посебен фокус на идентификување на „научените лекции“ и нивно пренесување на спонзорот на проектот за да се користат од следните тимови
- Организирање на завршен настан кој ги признава придонесите на поединци и достигнувањата на тимот и кој формално го завршува постоењето на овој конкретен тим.

На крајот на учесниците им се нуди збир на прашања и одговори

Опрема

Проектор, Лаптоп, Презентација

Времетрае ње

60 минути

Референци

https://hr.mit.edu/learning_topics/teams/articles/stages-development

Модул 3

Организациска структура

Лична SWOT анализа	
Модул	Организациска структура
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учениците ќе можат: • Размислете за некои лични вредности и цели • Планирајте како да ги интегрирате нивните лични вредности и цели во идејата за бизнис план и во самопроценката како социјални претприемачи
Образложение	In this activity, learners will analyse their strengths, weaknesses and possibilities, as well as see how they can use it in their working framework.
Цел на активноста	Она што го прави SWOT особено моќен е тоа што, со малку размислување, може да ви помогне да откриете можности што инаку не би ги забележале. И со разбирање на вашите слабости, можете да управувате и да ги елиминирате заканите кои инаку би можеле да ја повредат вашата способност да се движите напред.
Испорака	Лице в лице (исто така приспособливо за онлајн средина)
Број на ученици	15 - 25 ученици

Модул 3

Организациска структура

Краток опис

Учесниците добиваат задача да работат на личен SWOT:

Ако се погледнете себеси користејќи ја рамката SWOT, можете да почнете да се одвојувате од вашите врсници и понатаму да ги развивате специјализираните таленти и способности што ви се потребни за да напредувате во кариерата.

Јаки страни

Разгледајте го ова од своја перспектива и од гледна точка на луѓето околу вас. И не бидете скромни или срамежливи - бидете колку што можете објективни.

И ако имате било какви потешкотии со ова, запишете листа на вашите лични карактеристики. Некои од овие се надеваме дека ќе бидат силни страни!

Размислете за вашите силни страни во однос на луѓето околу вас. На пример, ако сте одличен математичар и луѓето околу вас се одлични во математиката, тогаш ова веројатно нема да биде сила во вашата моментална улога - можеби е неопходност.

Слабости

Повторно, разгледајте го ова од лична / внатрешна перспектива и надворешна перспектива. Дали другите луѓе гледаат слабости што вие не ги гледате? Дали соработниците постојано ве надминуваат во клучните области? Бидете реални – најдобро е да се соочите со непријатните вистини што е можно поскоро.

Можности

Може да најдете корисни можности во следново:

- Настани за вмрежување, едукативни часови или конференции.

Модул 3

Организациска структура

Краток опис

- Колега оди на продолжен одмор. Дали би можеле да преземете некои од проектите на оваа личност за да стекнете искуство?
- Нова улога или проект што ве принудува да научите нови вештини, како јавно говорење или меѓународни односи.
- Проширување или стекнување на компанија. Дали имате специфични вештини (како втор јазик) кои би можеле да помогнат во процесот?

Исто така, најважно, погледнете ги вашите силни страни и запрашајте се дали тие отвораат можности - и погледнете ги вашите слабости и запрашајте се дали би можеле да отворите можности со отстранување на тие слабости.

Закани

Вршењето на оваа анализа често ќе обезбеди клучни информации - може да укаже што треба да се направи и да ги постави проблемите во перспектива.

SWOT ANALYSIS WORKSHEET	
STRENGTHS What do you do well? What unique resources can you draw 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: Работен лист за SWOT анализа

Модул 3

Организациска структура

Краток опис	За да извршите лична SWOT анализа запишете ги одговорите на следните прашања.
Ресурси	https://www.businessnewsdaily.com/4245-swot-analysis.html
Опрема	Хартија и пенкала за секој учесник, Печатена SWOT табела
Времетрае ње	30 - 60 минути
Референци	https://hr.mit.edu/learning-topics/teams/articles/stages-development

Модул 3

Организациска структура

Тимски канвас	
Модул	Организациска структура
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учениците ќе можат: • Направете преглед на нивниот тим и неговата вредност • Разберете ги врските и можностите за нивните тимови
Образложение	
Цел на активноста	• создавање тим; • започнување на проект; • добредојде на нов член на тимот (на пр. хонорарец кој се приклучува на тимот); • основен состанок за усогласување на тимот.
Испорака	Лице в лице (исто така приспособливо за онлајн средина)
Број на ученици	15 - 25 учесници

Модул 3

Организациска структура

Краток опис

Водење на сесијата

Воведете го тимското платно како алатка за усогласување на членовите на тимот и подобро разбирање на целите, улогите и вредностите на вашиот тим.

Поминете низ секој чекор со тимот, осигурувајќи се дека ги поставувате прашањата за секој сегмент. Охрабрете ги луѓето да ги напишат своите одговори на стики и да разговараат за нив со тимот. Погрижете се да се договорите за сите полиња. Користете тајмер за секој чекор за да примените одреден временски притисок, така што тимот навистина се фокусира на тоа да дојде до поентата во дискусијата во секој дел.

Ако некои разговори траат прилично долго или се чини дека допираат до поголеми прашања, размислете да ги паркирате тие прашања за време на сесијата на Team Canvas и да планирате посебен состанок за да ги решите конкретно.

1. Цели [5 минути]

Побарајте од членовите на тимот да се договорат за заеднички цели и да ги споменат нивните лични цели за проектот.

Прашања:

- Што ние како група навистина сакаме да постигнеме? Која е нашата клучна цел што е остварлива, мерлива и временски ограничена?
- Кои се нашите лични цели што сакаме да ги споделиме едни со други?

Примери:

- Станете водечка компанија за споделување автомобили во нашиот регион до 2017 година.
- Создадете компанија од 100 милиони во областа на Интернет на нештата до есен 2016 година.

Модул 3

Организациска структура

Краток опис

2. Улоги и вештини [5 минути]

Побарајте од луѓето да ги стават нивните имиња на лепливите сликички, како и нивните улоги. Ако некое лице има повеќе улоги, користете посебни пост-негови.

Прашања:

- Како се викаме?
- Кои се улогите што ги имаме во тимот?
- Како сме повикани како тим?

Примери:

- Макс: извршен директор; Мари: Дизајн и програмирање
- Име на тимот: BoldCar

3. Цел [10 минути]

Замолете го тимот да оди чекор подалеку од нивната заедничка цел и прашајте ги зошто го прават тоа што го прават.

Прашања:

- Зошто на прво место го правиме она што го правиме?
- Што е нешто поважно, што не тера да ја следиме нашата заедничка цел?

Примери:

- Создадете позитивно влијание врз животите на луѓето преку социјалните иновации
- Направете го животот на луѓето полесен и без стрес преку иновации во областа на Интернет на нештата

Модул 3

Организациска структура

Краток опис

4. Вредности [5 минути]

Прашајте го тимот кои се основните вредности - најважните принципи - што тие сакаат да ги споделат во тимот. Тимот треба да се договори за вредностите, така што сите да го прифатат финалниот сет.

Прашања:

- За што се залагаме?
- Кои се водечките принципи?
- Кои се нашите заеднички вредности кои сакаме да бидат во основата на нашиот тим?

Примери:

- Доверба
- Креативност
- Квалитет
- Транспарентност
- Взаемно разбирање
- Еднаквост
- Почит

5. Правила и активности [10 минути]

Побарајте од тимот да се договори за заеднички правила и активности. Разберете го ова како резултат од претходните делови: конкретен сет на правила и активности што тие сакаат да ги спроведат.

Модул 3

Организациска структура

Краток опис

Прашања:

- Кои се правилата што сакаме да ги воведеме откако ќе ја направиме оваа сесија?
- Како да комуницираме и да ги одржуваме сите во тек?
- Како носиме одлуки?
- Како го извршуваме и оценуваме она што го правиме?

Примери:

- Чување на работите во групата доверливи
- Неделни ажурирања на статусот
- Комуникација преку Slack + Skype за повици
- Заеднички вечери секоја втора недела (Мах како организатор)
- Работен ден: почнувајќи од 9 до 10 часот, состаноците започнуваат во 10 часот
- Одржување на работниот ден на 8 часа, освен кога е потребно да се скрати малку на повеќе

Да се заокружи [5 минути]

Додека ја затворате работилницата The Team Canvas, замолете ги членовите на тимот да кажат за еден најважен увид што го стекнале за време на работилницата.

Се препорачува да се повтори Teamwork Canvas сесијата со секој нов член што ќе се приклучи на тимот.

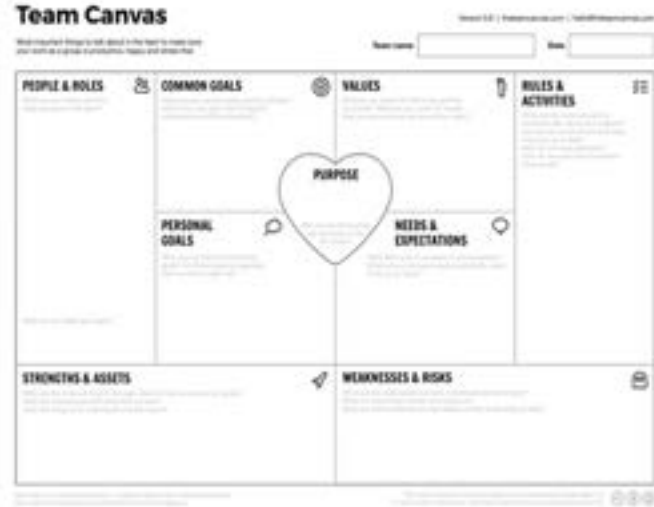
Стратегија

Team Canvas Basic се состои од 3 клучни области:

- Што е тимот: улоги и цели
- Зошто тимот го прави она што го прави: цел и вредности
- Како тимот ќе го постигне она што треба да го постигне: правила и активности

Модул 3

Организациска структура

Краток опис	Како модератор на сесијата, можеби ќе ве прашаат вака: „Како треба да одговориме на ова прашање? Што очекувате да кажеме овде?“, итн. Важно е да се разбере дека The Team Canvas создава контекст за тимот, наместо содржина, и затоа сите одговори се валидни. Нежно одговори на овие прашања: „Како би одговорил кога би знаел? Што мислите, кој треба да биде одговорот?“  15
Опрема	Хартија, пенкала, урнеци за канвас
Времетраење	1,5 - 2 часа
Референци	http://theteamcanvas.com/

Модул 3

Организациска структура

Агилна трансформација	
Модул	Организациска структура
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учениците ќе можат: Учесниците вежбаат Агилна трансформација и ја разбираат во процес
Образложение	Со оваа активност, учениците подобро запознаваат што е Agile и како функционира.
Цел на активноста	Да му се дозволи на учесникот да избере дали агилноста е она што им треба во нивната работа и дали навистина можат да го воспостават во нивните организации
Испорака	Лице в лице (исто така приспособливо за онлајн средина)
Број на ученици	20 - 25 учесници

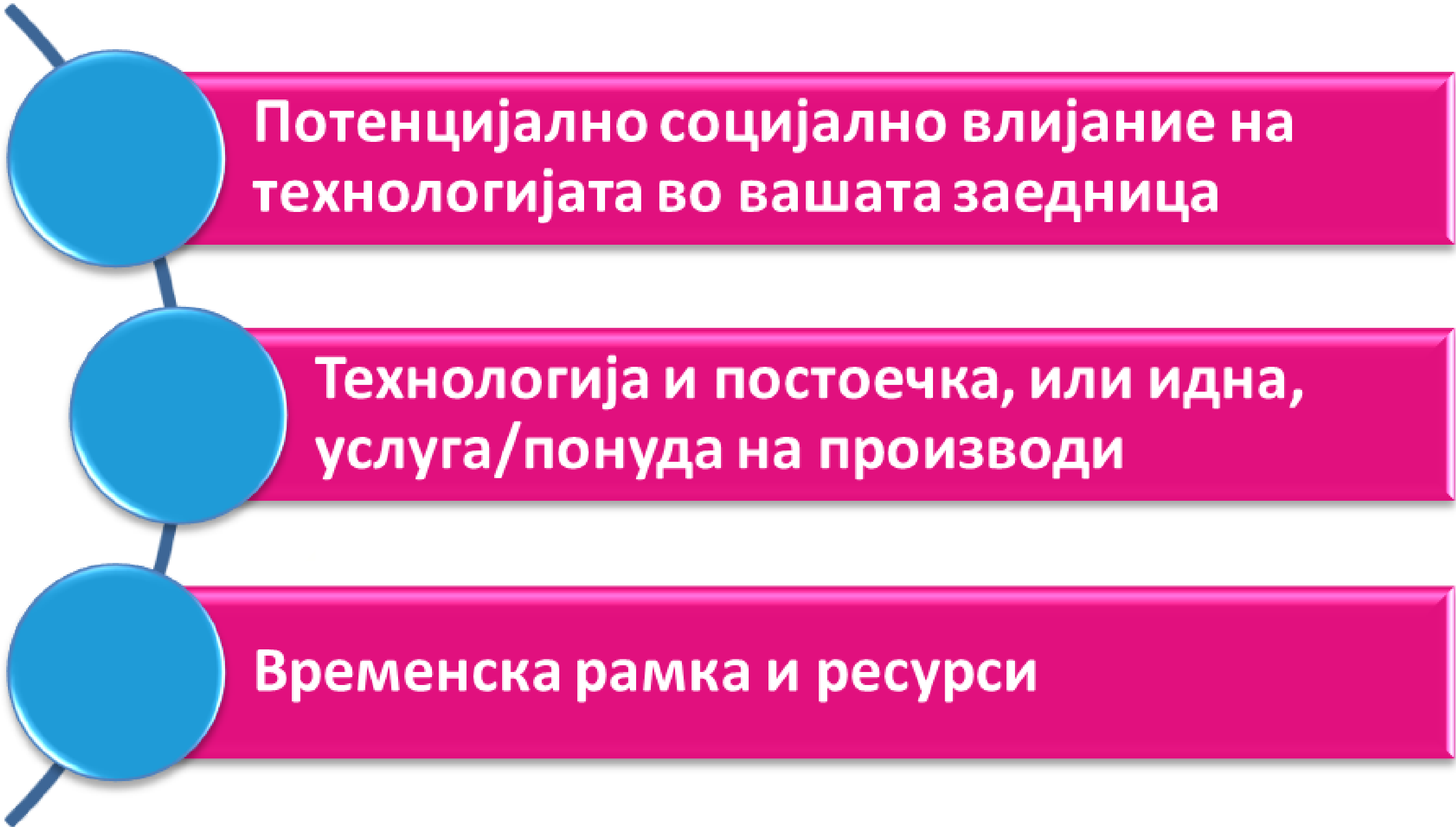
Модул 3

Организациска структура

Краток опис	На учесниците им е претставено што е Agile: Ви препорачуваме да ја подготвите вашата презентација врз основа на овие материјали: https://plan.io/blog/agile-transformation/ Потоа, учесниците се поделени (по тимови или организации, или според заеднички идеи најдобро) и работат на агилна листа за проверка: https://assets.plan.io/files/Planio-Agile-Transformation-Checklist.pdf Ве молиме дајте им доволно време на учесниците да ја завршат листата за проверка и потоа оставете ги да презентираат: • Наоди • Предизвици • Прави и не на агилен • Да и не - зошто тоа може или не може да работи за нив.
Ресурси	https://assets.plan.io/files/Planio-Agile-Transformation-Checklist.pdf
Опрема	Пенкала и печатени листи
Времетраење	2-3 часа во зависност од големината на групата
Референци	https://plan.io/blog/agile-transformation/

Модул 4

Услуги и
производни
линии во
дигиталната
ера



Потенцијално социјално влијание на
технологијата во вашата заедница

Технологија и постоечка, или идна,
услуга/понуда на производи

Временска рамка и ресурси

Модул 4

Услуги и производни линии во дигиталната ера

Потенцијално социјално влијание на технологијата во вашата заедница

Модул	Услуги и производни линии во дигиталната ера
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учениците ќе можат: • Разбирање на можностите и предизвиците што ги носат новите технологии за справување со критичните општествени предизвици (знаење) • Знаење како да се користат аналитички рамки за анализа на потенцијалот на технологијата за создавање социјално влијание (вештина) • Развивање на возбуда и прифаќање на новите технологии (став)
Образложение	Оваа активност е активност која е инпут во развивањето на сеопфатна анализа на можностите за општествено влијание на технологијата во локалните заедници.
Цел на активноста	Специјалистите развиваат свест за постоечките нови технологии и нивната брза пенетрација во секој сектор и индустрија и како истите може да се искористат за решавање на предизвиците во локалните заедници.
Мод	Лице в лице (исто така приспособливо како онлајн)
Број на ученици	6 – 8 ученици, групи од 2 – 4 лица

Модул 4

Услуги и производни линии во дигиталната ера

Краток опис	Од слушателите се бара да ја истражат и разгледаат секоја од технологиите наведени во Табела 4.1. во однос на нејзината примена во културата и креативниот сектор од една страна и општественото влијание на истиот од друга. Може да се користи табела во која се прикажуваат можните примени, предизвиците и вредноста на општественото влијание на истражените технологии. Од учесниците се бара да ги изберат најважните 1 или 2 технологии кои можат лесно да се воведат во понудата на нивниот производ/услуга, лесно да бидат прифатени од локалната заедница и да имаат најголемо општествено влијание. Материјалот прикачен во Материјал 4, го дава формуларот за вежбата, со примерок од прашања за интервјуата, му овозможува на учесникот да додаде повеќе прашања од значење за нивното решение и обезбедува добра основа за дискусија за можностите со тренерот, тимот, или други учесници.
Ресурси	Материјал 4 - Потенцијален општествен импакт на технологијата во заедницата
Опрема	Хартија и пенкала, флипчарт
Времетраење	45 – 50 минути
Референци	Активноста е развиена од Центарот за управување со знаење за потребите на овој проект.

Модул 4

Услуги и производни линии во дигиталната ера

Модул	Услуги и производни линии во дигиталната ера
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учениците ќе можат: - Знаејќи како технологијата може да се користи при развивање на понуда (вештина) производ/услуга; - Развивање на возбуда и прифаќање на новите технологии (став).
Образложение	Оваа активност ги фокусира учениците во истражувањето на воведувањето на една технологија избрана во Активност 4.1. во нивната постојна или идна понуда на производ/услуга.
Цел на активноста	Оваа активност има за цел да ги развие вештините на специјализанти за воведување технологија во нивните линии на производи/услуги.
Мод	Лице в лице (исто така приспособливо како онлајн)
Број на ученици	6 – 8 ученици, групи од 2 – 4 лица

Модул 4

Услуги и производни линии во дигиталната ера

Краток опис	Од специјализантите се бара да ја идентификуваат технологијата што треба да ја користи нивното или претпријатието и да го мапираат процесот на развој на производот/услугата околу неа. Материјалот прикачен во Материјал 5, го дава формуларот за вежбата и обезбедува добра основа за дискусија за можностите со тренерот, тимот или другите специјализанти.
Ресурси	Материјал 5 - <u>Technology and Existing, or To-be, Service/Product offer</u>
Опрема	Хартија и пенкала, флипчарт
Времетраење	45 – 50 минути
Референци	активноста е развиена од Центарот за управување со знаење

Модул 4

Услуги и производни линии во дигиталната ера

Временска рамка и ресурси	
Модул	Услуги и производни линии во дигиталната ера
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учениците ќе можат: - Знаење како да се користат рамки за планирање на времето и ресурсите (вештини). - Развивање на возбуда и прифаќање на новите технологии (став).
Образложение	Откако ќе се идентификуваат фазите на воведување на технологијата во понудата на производот/услугата (Активност 4.2.), од слушателите се бара да ги истражат трошоците и ресурсите за нејзиното воведување.
Цел на активноста	
Мод	Лице в лице (исто така приспособливо како онлајн)
Број на ученици	6 – 8 ученици, групи од 2 – 4 лица

Модул 4

Услуги и производни линии во дигиталната ера

Краток опис	Од слушателите се бара да ја истражат изводливоста на времето и ресурсите на активностите за развој на производ/услуга што ги идентификувале во Активност 4.2. Тие исто така се охрабруваат да ги истражат можностите за развој на една општа технолошка платформа (линија) која би можела да се користи за многу сегашни и идни производи и услуги на претпријатието. Материјал 6, го дава формуларот за вежбата и обезбедува добра основа за дискусија за можностите со тренерот, тимот или другите специјализанти.
Ресурси	Материјал 6 - <u>Timeline and Resources</u>
Опрема	на пример материјали за модерација, хартија и пенкала, флипчарт
Времетраење	30 минути
Референци	активноста е развиена од Центарот за управување со знаење

Модул 5

Вашиот
општествен
креативен
бизнис план



Вашата патека на вредности

Етичко и одржливо размислување

Одбори за визија и мисија

Вашите ПАМЕТНИ цели

Вашето платно за креативен проект

Модул 5

Вашиот општествен креативен бизнис план

Вашата патека на вредности	
Модул	Вашиот општествен креативен бизнис план
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учениците ќе можат: • Размислете за нечији лични вредности • Планирајте како да ги интегрирате нивните лични вредности во сопствените претприемачки активности
Образложение	Во оваа активност, учениците размислуваат за нивните лични вредности во животот и како тие можат да се спојат со нивните претприемачки вредности.
Цел на активноста	Нашите вредности влијаат на нашите постапки, на нашето однесување, на одлуките што ги носиме и на изборите што ги правиме. Поради овие причини, од клучно значење е да им се даде приоритет за да се разбере што навистина е важно во нашиот личен и професионален живот.
Мод	Лице в лице (исто така приспособливо како онлајн)
Број на ученици	Групи од 2 – 4 ученици

Модул 5

Вашиот општествен креативен бизнис план

Краток опис	Бидејќи деловните вредности се строго поврзани и всушност произлегуваат од личните вредности, оваа вежба е поделена на 2 дела: • Дел 1 (поединец) се однесува на истражување и идентификување на вашите лични вредности • Дел 2 (кој може да се спроведува како групна активност независно од претходниот дел) е поврзан со идентификацијата на вашите професионални/деловни вредности. • Завршна акција: во овој последен дел, учениците ќе размислуваат за нивните лични и деловни вредности преку нивно интегрирање во посеопфатен преглед на патеката на нивните вредности
Ресурси	Материјал 7 - Module 5 Your values pathway-A1 including detailed instructions Следно четиво: https://www.mindtools.com/pages/article/newTED_85.htm
Опрема	Хартија и пенкала, флипчарт
Времетраење	30 - 60 минути
Референци	Дополнителни ресурси - https://www.ucc.ie/en/entrepreneurship/

Модул 5

Вашиот општествен креативен бизнис план

Цели на учење	Ат the end of this activity, learners will be able to: • Проценете ги последиците од идеите кои носат вредност и ефектот од претприемничкото дејствување врз целната заедница, пазарот, општеството и животната средина • Размислете за тоа колку се одржливи долгорочните општествени, културни и економски цели • Ученикот ќе научи повеќе за тоа што значи да се постапува одговорно
Образложение	Да се биде способен да се размислува етички и одржливо значи да се биде во можност да се проценат последиците и влијанието на идеите, можностите и акциите. Етичкото и одржливо размислување е прашање на ставови, однесувања, вредности и начин на размислување што треба да ги има еден претприемач за да презема етички одлуки, како и да дејствува и размислува одржливо. Вообичаено, претприемачот со етичко и одржливо размислување не го има само профитот, туку и луѓето и планетата на ум. Со оваа активност, учениците ќе стекнат знаења за компетентноста за етичко и одржливо размислување и ќе ја практикуваат.
Цел на активноста	Општата цел на оваа активност е да им помогне на учениците да станат свесни за тоа што значи етички и одржливо размислување и како тие можат да дејствуваат соодветно.

Модул 5

Вашиот општествен креативен бизнис план

Број на ученици	Групи од 2 – 4 ученици
Краток опис	Оваа вежба е поделена на 3 дела: • Првиот дел дава знаење за етичкото и одржливо размислување како претприемничка компетентност • Вториот дел е вистинска вежба заснована на анализа на едно од предложените сценарија за дилеми, вклучувајќи 2 задачи за учениците да разговараат за тоа и да одговорат на некои клучни прашања и потоа да донесат одлука по шема за интервју • Последниот дел ги води учениците низ патеката за размислување за нивниот сопствен претприемачки проект
Ресурси	Материјал 8 - <u>Модул 5 Етичко и одржливо размислување-A2 вклучувајќи детални инструкции</u>
Опрема	Хартија и пенкала, флипчарт
Времетраење	45 минути
Референци	<u>The European Entrepreneurship Competence Framework (EntreComp).</u> <u>The Entrepreneurship Competence Framework Implementation</u>

Модул 5

Вашиот општествен креативен бизнис план

Одбори за визија и мисија

Модул	Вашиот општествен креативен бизнис план
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учениците ќе можат: • да дознаат што се изјавите за визија и мисија и како тие се строго поврзани со основните вредности. • да објаснат зошто тие се клучни за економскиот и социјалниот успех на бизнисот. • да развијат изјава за визија и мисија.
Образложение	Преку оваа вежба, учесниците ќе можат да го „планираат“ патот на својата деловна визија и да видат како ќе изгледаат нивните следни чекори кога ќе се обидат да ја постигнат својата крајна деловна визија. Тие ќе научат дека мисијата и визијата се однесуваат на целта и аспирациите на организацијата и обично се соопштуваат во некоја форма на кратки писмени изјави. Изјавата за мисијата ја соопштува причината за постоењето на организацијата и како таа се стреми да им служи на нејзините клучни засегнати страни. Изјавата за визија е потесна, ориентирана кон иднината декларација за целта и аспирациите на организацијата. Заедно, мисијата и визијата го водат развојот на стратегијата, помагаат да се пренесе целта на организацијата со засегнатите страни и да се информираат целите и задачите поставени за да се утврди дали стратегијата е на вистинскиот пат.

Модул 5

Вашиот општествен креативен бизнис план

Цел на активноста	Оваа активност има за цел да ги поддржи учениците во развојот на визијата и мисијата на бизнисот преку размислување за: • зошто постои бизнисот, кои се неговите основни вредности, цели и планови и како компанијата сака општеството да го гледа бизнисот во временска рамка (3 – 10 години или повеќе во иднина) (визија) • што прави компанијата, како го прави тоа и зошто го прави тоа (мисија) Некои примери и конкретни чекори ќе ги поддржат учениците во завршувањето на оваа активност.
Мод	Лице в лице (исто така приспособливо како онлајн)
Број на ученици	Групи од 3 – 5 ученици
Краток опис	Оваа активност е поделена на 2 дела: • Првиот дел дава знаење за деловната визија и концептите на мисијата кои ќе бидат интегрирани со некои примери на познати изјави за визија и мисија (на пр. https://www.oberlo.com/blog/inspiring-mission-vision-statement-examples) • Вториот дел предлага студија на случај за креирање на релевантните изјави за визија и мисија врз основа на даден образец и проследено со време за споделување - дискусија.
Resources	Материјал 9 - Module 5 Ethical and sustainable thinking-A3 including detailed instructions Понатамошни читања: Economy – Topic n°4 Corporate Social Responsibility.

Модул 5

Вашиот општествен креативен бизнис план

Resources	<u>What is a vision statement</u> <u>What is a mission statement</u>
Опрема	Хартија и пенкала, флипчарт
Времетрае ње	60 минути со вклучено време за дискусија
Референци	<u>Како да се напише визија за вашиот бизнис</u> <u>Како да се напише мисијата за вашиот бизнис</u>

Модул 5

Вашиот општествен креативен бизнис план

Вашите ПАМЕТНИ цели	
Модул	Вашиот општествен креативен бизнис план
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учесниците ќе можат да: • Разберат зошто и како да направат изводлива и точна лична/деловна цел. • Размислат за тоа што сакаат да постигнат и планираат како да ги постигнат овие цели. • Добијат мотивација за раст, рефлексивна пракса, практика на самоевалуација и структурирано аналитичко размислување. • Идентификување на проблемите со кои може да се соочат, како на пример дали нивната временска рамка е реална или дали биле доволно конкретни.
Образложение	Поставувањето цели помага да се развие визија за само-подобрување. Без јасни цели, нема јасно и договорено движење кон успехот. Благодарение на оваа алатка, учесниците ќе ги разјаснат своите цели.
Цел на активноста	Посочувајќи дека претприемничката визија замислува иднина, додека целите се фокусираат на посакуваниот исход, целите се важни за да ви помогнат да ги реализирате чекорите потребни за таа визија за вашиот бизнис да стане реалност. Оваа активност има за цел да ве поддржи во креирањето на список на можни активности кои ќе ви помогнат да постигнете успех и да ја остварите вашата визија. За да го направите тоа, треба да поставите SMART цели, добро структурирани и дефинирани цели кои се специфични, мерливи, остварливи, реални и навремени.

Модул 5

Вашиот општествен креативен бизнис план

Мод	Лице в лице (исто така приспособливо во онлајн средина)
Број на ученици	Групи од 3 – 5 ученици
Краток опис	Оваа вежба е поделена на 2 дела: • Првиот дел дава знаење за тоа што е „паметна“ цел и совети и совети како да ја поставите. • Вториот дел предлага работен лист што учениците можат да го користат за да ги постават своите паметни цели/и.
Ресурси	Материјал 10 - <u>Модул 5 SMART цели - А4 вклучително и детални инструкции</u> Дополнитлно четиво: • <u>5 SMART Goal Example For Business Development</u> • <u>How to write SMART Goals v2.pdf</u>
Опрема	Хартија и пенкала, флипчарт
Времетраење	30 minutes
Референци	<u>Entrepreneurial Vision and Goals</u>

Модул 5

Вашиот општествен креативен бизнис план

Вашето канвас платно за креативен проект

Модул	Вашиот општествен креативен бизнис план
Цели на учење	На крајот од оваа активност, учениците ќе можат: • Размислете за различни аспекти на еден претприемачки проект/бизнис. • Дознајте како да комуницирате со луѓе кои сакаат да го видат, да се вклучат или да учествуваат во проектот. • Визуелизирајте, детализирајте го проектот и изградете ефикасен план за акција. • Идентификувајте го потенцијалното влијание на проектот од различни перспективи. • Збогатете го проектот со некои нови идеи или пристапи.
Образложение	Канвас платното за креативни проекти (CPC) е клучна алатка за новите претприемачи, почетници, уметници, креативци, фасилитатори, тренери, ментори, приватни и јавни организации и многу други. Може да се користи како: а) индивидуална алатка за размислување за истражување, визуелизирање и развивање на сопствената претприемачка идеја/проект; б) алатка за размислување на тимот што им помага на сите членови во истражување, планирање и управување со сите главни аспекти на заедничкиот претприемачки проект/идеја. CPC е алатка за претприемачко размислување која се состои од 4 главни делови, вклучувајќи 9 теми/блокови вклучувајќи прашања кои ќе ви помогнат да разјасните и размислувате за вашиот проект.

Модул 5

Вашиот општествен креативен бизнис план

Образложе ние

- Централната тема ВРЕДНОСТ, која опишува „што правиш“;
- Левите 3 теми, кои го опишуваат практичниот дел од вашиот проект, т.е. „кој ќе ви помогне, како го правите тоа, што ви треба“;
- Вистинските 3 теми, кои го опишуваат делот за надворешна перцепција на вашиот проект. т.е. „како комуницирате, кој може да ви помогне и како да стигнете до целната публика“;
- 2-те долни теми, кои ги опишуваат идните планови на вашиот проект и одговараат на релевантните прашања, т.е. „што би можеле да добиете и изгубите во блиска иднина“ и „кои награди би можеле да ги добиете во иднина“.

Со одговарање на сите клучни прашања наведени во секоја тема, учесниците ќе изградат сопствено платно за креативни проекти и ќе визуелизираат краток, но јасен план за нивниот креативен проект/идеја. Платно за креативни проекти е достапно во Анекс 1, но и на е-платформата за учење.

Затоа, учениците треба да почнат да размислуваат за:

- Темата ВРЕДНОСТ, која е суштината на проектот и запишете ги нивните одговори на релевантните прашања,
- Потоа преминете на лево 3 теми (Припаѓање во мрежи – Активности и работа – Опрема, материјали и време) и одговорете на релевантните прашања,
- Потоа преминете на десните 3 теми (Шампиони и критичари – Пристап за други – Добивање повратни информации) и запишете ги нивните одговори на релевантните прашања,
- Конечно, преминете на 2-те долни теми (Краткорочни добивки и загуби – Долгорочни награди) кои ги одразуваат непосредните и идните планови на проектот и запишете ги нивните одговори на релевантните прашања.

Модул 5

Вашиот општествен креативен бизнис план

Цел на активноста	Оваа активност има за цел воведување и користење на Creative Project Canvas, алатка за претприемачко размислување имплементирана од Materahub за аспиранти, нови и постоечки претприемачи со „општествен“ пристап кој обезбедува дополнителни точки за размислување и насоки за интегрирање на општественото влијание и одржливиот пристап во основните на претприемачката проектна идеја.
Mode:	Лице в лице (исто така приспособливо за онлајн средина)
Број на ученици	Групи од 3 – 5 ученици
Краток опис	Оваа активност е поделена на 2 дела: • Првиот дел обезбедува сценарио за студија на случај наменети за групна активност (ако е индивидуален, секој ученик може да започне од својот предизвик за бизнис/проект) за да го изгради креативното Канвас Платно. • Во вториот дел, учениците имаат 45 минути да го изградат своето платно за креативни проекти и потоа да го претстават на сите колеги и да споделат повратни информации и ставови.

Модул 5

Вашиот општествен креативен бизнис план

Ресурси	Материјал 11 - Module 5 Your Creative Project Canvas-A5 including detailed instructions Материјал 12 - Module 5 Your Creative Project Canvas blank-A5 Оваа алатка е имплементирана од Materahub. Рамка за креативни проекти и соодветните упатства се достапни на https://lp.youngkreativ.eu/
Опрема	Хартија и пенкала, флипчарт
Времетраење	60-80 минути со вклучено време за дискусија
Референци	Creative Project Canvas, July 2022, https://www.creativeprojectcanvas.com/

IO2. Курикулум– детална програма и материјали за обука наменети за Младински Работници

Вештини за млади и општествени претприемачи преку меѓукултурен дијалог

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

This publication is financed by the European Union.

The views expressed in this publication are those of the authors solely and may not under any circumstances be regarded as an official position of the European Union.

The Macedonian version of the brochure YKSE: Young Kreativ Social Enterprises through the mobilisation of Digital skills and Inter-cultural dialogue has been translated by Materahub.

The brochure YKSE: Young Kreativ Social Enterprises through the mobilisation of Digital skills and Inter-cultural dialogue under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY ND NC 4.0) Licence. This license allows reusers to copy and distribute the material in any medium or format in unadapted form only, for noncommercial purposes only, and only so long as attribution is given to the creator.