



KORDINATOR:

STICHTING KANS & DOEN, NIZOZEMSKA

PARTNER:

DOM MLADIH RIJEKA

VODITELJICE RADIONICA:

JOSIPA ANDRUŠIĆ, PROF.

DIJANA MALINIĆ MIHELIĆ, PROF.



GENERATOR POSLOVNIH IDEJA



www.young-boss.eu

Saznajmo više



Značenje oznaka u tekstu:

| | |
|---|---|
|  | ključni pojmovi |
|  | glavni cilj |
|  | ishodi učenja |
|  | vrijeme potrebno za provedbu planiranih aktivnosti |
|  | izvori znanja |
|  | metode |
|  | Potreban materijal i pribor |
|  | aktivnost |
|  | korištenje prezentacije |
|  | poveznica |
|  | inspiracija |
|  | rasprava, diskusija |
|  | alat za oblak riječi |
|  | radni zadatak za učenike (rade samostalno kod kuće) |
|  | Genially – interaktivna slika |
|  | alat za kviz, memory, povezivanje parova |
|  | alat za izradu anketnog upitnika – MS Forms |
|  | demonstracija |

Sadržaj:

| | |
|--|----|
| 1. DRUŠTVENO ODGOVORNO PODUZETNIŠTVO I GLOBALNI CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA | 6 |
| 1.1. Formiranje grupa..... | 7 |
| 1.2. Upoznavanje | 7 |
| Aktivnost 1. - Tko sam ja? Tko smo mi? | 7 |
| Aktivnost 2. – Ime tima | 8 |
| 1.3. Poduzetničke kompetencije..... | 8 |
| Aktivnost 3. – Igra asocijacija..... | 8 |
| Aktivnost 4. – Oblak riječi | 9 |
| Aktivnost 5. – „Team Pen“ (povezivanja polaznika unutar grupe) | 10 |
| Aktivnost 6. – Vježba 20€ | 10 |
| 1.4. Društveno odgovorno poduzetništvo i društveni poduzetnik | 11 |
| Aktivnost 7. - Što je društveno odgovorno ponašanje? | 11 |
| Aktivnost 8. - Tko je društveno odgovoran poduzetnik?..... | 12 |
| 1.5. Globalni ciljevi održivog razvoja UN-a | 12 |
| Aktivnost 9. - GENIALLY interaktivna slika..... | 14 |
| Aktivnost 10. – Samoprovjera usvojenosti ciljeva održivog razvoja | 14 |
| 1. Poveži značenja ciljeva (logo+ime) | 15 |
| 2. Nauči nazive ciljeva (eng/cro) | 15 |
| Aktivnost 11. – Igra PROUČI – RAZMISLI – POVEŽI – POKLOPI | 15 |
| 1.6. Evaluacija prve radionice | 16 |
| 2. GLOBALNI TRENDVI, UOČAVANJE PROBLEMA, INOVACIJA I IDEJA | 18 |
| 2.1. Globalni trendovi..... | 19 |
| Aktivnost 1. – Globalni trendovi | 19 |
| Aktivnost 2. – MOM kartice..... | 20 |
| 2.2. Uočavanje i definiranje problema | 21 |
| Aktivnost 3. – Prepoznaj i definiraj problem | 21 |
| Aktivnost 4: Wordwall..... | 22 |
| 2.3. Ideja ili inovacija (Scamper metoda) | 23 |
| Aktivnost 5. – Ideja?..... | 23 |
| 2.4. Dokumentacija problema | 25 |
| Aktivnost 6. – Dokumentacija problema | 25 |
| 2.5. Evaluacija druge radionice | 26 |
| 3. DEFINIRANJE SVOJE POSLOVNE IDEJE I ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA | 28 |
| 3.1. Ponovimo..... | 29 |
| Aktivnost 1. – Analiza filma o mladim poduzetnicima iz lokalne zajednice | 29 |
| Aktivnost 2. – Predstavljanje dokumentacije problema | 29 |
| 3.2. Vizija i misija..... | 29 |
| Aktivnost 3. – Proučavanje primjera izjava vizije i misije | 30 |
| Aktivnost 4. – Definiranje vizije i misije..... | 30 |
| 3.3. Definiranje cilja – SMART metodologija | 31 |
| Aktivnost 5. – SMART filter..... | 31 |

| | |
|--|----|
| 3.4. SWOT analiza | 32 |
| Aktivnost 6. – Proučavanje primjera iz prakse..... | 32 |
| Aktivnost 7. – Izrada SWOT analize..... | 33 |
| 3.5. Ispitivanje tržišta | 33 |
| Aktivnost 8. – Izrada ankete za ispitivanje tržišta | 34 |
| 3.6. Evaluacija treće radionice | 35 |
| 4. IZRADA POSLOVNOG PLANA..... | 37 |
| 4.1. Ponovimo..... | 38 |
| Aktivnost 1. – Osvrt i analiza ankete i prikupljenih podataka te izvođenje zaključka.. | 38 |
| Aktivnost 2. – Dorada SWOT analize i prototipa poslovne ideje | 38 |
| 4.2. Platno poslovnog modela | 39 |
| Aktivnost 3. – Izrada svog platna poslovnog modela..... | 41 |
| 4.3. Poslovni plan..... | 42 |
| Aktivnost 4. – Izrada svog poslovnog plana..... | 43 |
| 4.4. Evaluacija četvrte radionice | 43 |
| 5. DIGITALNE I PREZENTACIJSKE VJEŠTINE ZA PREDSTAVLJANJE POSLOVNE IDEJE..... | 46 |
| 5.1. Digitalni alati kao vizualna podrška izlaganju | 47 |
| 5.2. Upoznavanje sa digitalnim alatom Canva..... | 47 |
| Aktivnost 1. - Registracija polaznika..... | 47 |
| Aktivnost 2. – Upoznavanje sa sučeljem digitalnog alata..... | 48 |
| Aktivnost 3. – Preuzimanje, dijeljenje i spremanje različitih oblika sadržaja | 49 |
| 5.3. Sastavnice prezentacije kao vizualne podrške izlaganju | 49 |
| Aktivnost 4. – Sastavnice prezentacije | 49 |
| 5.4. Izlaganje pred publikom | 50 |
| Aktivnost 5. – Studij slučaja (pojam Pitch) | 50 |
| Aktivnost 6. - Dobro izlaganje pred publikom | 50 |
| 5.5. Evaluacija 5. radionice | 51 |
| 6. PREDSTAVLJANJE POSLOVNE IDEJE (eng. PITCH)..... | 53 |
| 6.1. Podsjetnik – „Savjeti za dobro izlaganje“ | 54 |
| 6.2. Upoznavanje sa protokolom za procjenjivanje prezentacije | 54 |
| Aktivnost 1. – Evaluacijski listić (protokol za procjenjivanje prezentacije) | 54 |
| Aktivnost 2. - Povratna informacija..... | 55 |
| 6.3. Prezentiranje i vrednovanje..... | 55 |
| 6.4. Odabir najbolje ideje | 55 |
| 6.5. Završna evaluacija radionica | 57 |
| POPIS SLIKA | 58 |
| POPIS TABLICA..... | 59 |
| IMPRESSUM:..... | 60 |

1. radionica



**društveno
odgovorno
poduzetništvo i
globalni ciljevi
održivog razvoja**



1. DRUŠTVENO ODGOVORNO PODUZETNIŠTVO I GLOBALNI CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA



Ključni pojmovi: društveno odgovoran poduzetnik, poduzetničke kompetencije, osobine društveno odgovorenog poduzetnika, globalni ciljevi održivog razvoja.



Glavni je cilj edukacije upoznati učenike s osobinama poduzetnika te razlikovati poduzetnika od društveno odgovornog poduzetnika. Drugi je cilj upoznati učenike sa 17 globalnih ciljeva održivog razvoja UN-a i analizirati njihovu primjenu u primjerima poslovanja.



Ishodi učenja:

- razumjeti pojam poduzetništva i društvenog poduzetnika
- definirati pojam poduzetnika
- razlikovati poduzetnika od društveno odgovornog poduzetnika
- navesti i opisati poduzetničke kompetencije i potkrijepiti ih primjerom
- upoznati se s načelima društveno odgovornog ponašanja i društveno odgovornog poduzetnika
- raspravljati o odgovornosti svakog pojedinca u zajednici
- razvijati vještinu analize videozapisa, interaktivne slike te vještinu argumentiranog razgovora
- poticati zapisivanje, analiziranje i argumentiranje ideja
- upoznavati se sa 17 ciljeva održivog razvoja UN-a
- upoznati se s procesom implementacije 17 ciljeva održivog razvoja i praksom održivog poslovanja
- razvijati osjećaj za društveno odgovorno ponašanje
- razvijati vještinu timskog rada, toleranciju i uvažavanje mišljenja drugih



Vrijeme potrebno za provedbu planiranih aktivnosti

- 240 minuta (četiri sunčana sata) – uz pauze



Izvori znanja

- Oblak riječi: <http://www.tagxedo.com/gallery.html>
- Asocijacije na pojam: <https://www.mentimeter.com/>
- Team Pen: <https://www.youtube.com/watch?v=LlrbsO10gjI>
- Održivost: <https://youtu.be/fVH7dYLExWg>
- Ciljevi održivog razvoja: <https://www.youtube.com/watch?v=eMu9aePyT9A>
- Održivi razvoj: <https://www.youtube.com/watch?v=qf801GtYUC8>
- Interaktivna slika:
 - <https://view.genial.ly/62b34b6f1789dd001aec4ef7/guide-sdgs-guide>
 - <https://view.genial.ly/63b9f5f38d26e200187b0d41/interactive-image-copy-sdgs-report2022>
- Društveno odgovoran poduzetnik: <https://www.youtube.com/watch?v=aTo0qtdVMpM>
- Poveži značenja ciljeva (logo+ime): <https://wordwall.net/play/39596/537/595>
- Nauči nazive ciljeva: <https://wordwall.net/play/39596/537/850>
- Evaluacija radionice: Google forms / Microsoft Forms



Metode

- postavljanje otvorenih pitanja, heuristički razgovor, rasprava, samostalno istraživanje, rješavanje problema u grupi, oluja ideja, metoda čitanja i rada na tekstu uz pomoć IKTa



Potreban materijal i pribor

- mape za spremanje radnih materijala polaznika
- pribor za pisanje
- kartice i predložak ploče za igru (predložak igre Posljednja šansa udruge Smart)
- markeri u boji, hamer papiri, tanki konop, selotejp
- 4 laptopa

1.1. Formiranje grupa

Voditelji priprema papiriće s ciljevima održivog razvoja. Četiri različita cilja za četiri planirane grupe polaznika. Polaznici se dijele u grupe na temelju nasumično odabranih brojeva kako bi se izbjeglo grupiranje prijatelja i kako bi se ojačala raznolikost specijalnosti i polja interesa. Po završetku polaznici se premještaju te zauzimaju mjesto u grupi sa istim brojem.



Slika 1 - Dio globalnih ciljevi održivog razvoja

1.2. Upoznavanje



Aktivnost 1. - Tko sam ja? Tko smo mi?

Nakon početnog predstavljanja voditelja i polaznika.

Polaznici navode u čemu su dobri te kako bi mogli pridonijeti skupini. Iskazuju svoje jake strane – u čemu su dobri i to zapisuju na papiriće i sve zajedno lijepe na Hamer papir **Tko smo mi?** Na ovaj način osvijestit će koje osobine i znanja imaju zajednički kao tim. Svaka boja podrazumijeva neku osobinu (na primjer: ljubičasta=moja najjača osobina, žuta=moja najslabija osobina, zelena=najdraži predmet, plava=sport, ...).



Slika 2 - Post it papiri



Aktivnost 2. – Ime tima

Nakon što su polaznici proučili svoje osobine, predlažu i odabiru zajedničko ime tima. Voditelj potiče sve članove pojedinog tima da sudjeluju u odabiru imena.

1.3. Poduzetničke kompetencije



Aktivnost 3. – Igra asocijacija

Polaznici su se upoznali s vještinama koje će razvijati na Young Boss radionicama, osobinama koje su poželjne kod svakog pojedinca, a ne samo poduzetnika.

Cilj igre asocijacija



- polaznici kroz igru asocijacija dolaze do promišljanja o pojmu poduzetničke kompetencije.



Slika 3 - Igra asocijacija

Pravila igre asocijacija

1. Otvaraju se polja u tablici sa stupcima od A do D i redcima od 1 do 4.
2. Otvorena polja otkrivaju pojmove koji asociiraju na rješenje pojedinog stupca, a rješenja pojedinog stupca na konačno rješenje.
3. Nakon što otvori određeno polje, tim može ponuditi rješenje stupca ili konačno rješenje ili može proslijediti igru dalje na sljedeći tim.
4. Nakon što ponudi točno rješenje stupca, isti tim može ponuditi rješenje sljedećeg stupca ili konačno rješenje, ali ne može otvarati novo polje.
5. Ako je ponuđeno rješenje (stupca ili konačno) pogrešno, igru nastavlja sljedeći tim.
6. Kad se otkrije konačno rješenje, krug igre je gotov.

Nakon igre asocijacija

- koje vještine traže poslodavci?
- usporedba s poduzetničkim kompetencijama



Aktivnost 4. – Oblak riječi

- koristiti digitalni online alat: tagxedo.com/gallery.html
- izraditi oblak riječi sa poduzetničkim vještinama



Slika 4 - Primjer oblaka riječi

Nakon aktivnosti

Polaznici su utvrdili poželjne osobine, zajednički se dolazi do definiranja pojma poduzetnik:

*"Poduzetnik je onaj koji uvijek traži promjene,
reagira na njih i iskorištava ih kao PRILIKU.,,"*

Voditelj otvara raspravu.

- Koje su prednosti i nedostaci ulaska u Business?



Nakon rasprave



Prednosti ulaska u poduzetništvo:

- Preuzimanje kontrole nad vlastitom sudbinom;
- Mogućnost ostvarenja promjene;
- Iskorištavanje vlastitih potencijala;
- Ostvarenje profita;
- Društveni status;
- Mogućnost bavljenja stvarima koje volite.

Nedostaci ulaska u poduzetništvo:

- Nesigurnost dohotka;
- Rizik gubitka uloženog kapitala;
- Nedefinirano radno vrijeme i mnogo rada;
- Težak početak i smanjenje standarda života;
- Visoka razina stresa;
- Neograničena odgovornost;
- Obeshrabrenje.



Aktivnost 5. – „Team Pen“ (povezivanja polaznika unutar grupe)

Cilj igre:

- povezati članove tima
- manevrirati flomasterom držeći konce i napisati na komad papira dvije riječi – YOUNG BOSS
- ubuduće, pojam koji je poželjno navesti je ime tima koje su polaznici osmislili



Poveznica: <https://www.youtube.com/watch?v=LlrbsO10gjl>



Slika 5 - Igra Team Pen

Pravila igre:

- Grupa polaznika sjedi u krugu s listom papira u sredini.
- Svaki polaznik dobije komad konca i zaveže ga na flomaster dok čvrsto drži drugi kraj.
- Flomaster je za vrijeme pisanja zabranjeno dotaknuti rukom, nogom, ustima ...
- Svi članovi tima moraju sudjelovati u pisanju.

Nakon igre

S polaznicima raspraviti o strategiji koju su imali, tko je osoba koja je preuzela ulogu vođe, što je bilo najteže postići i slično.

Aktivnost 6. – Vježba 20€



Cilj vježbe:

Cilj je ove vježbe podići svijest da novac nije najvažniji kod pokretanja poslovanja. Najvažnije je biti proaktivan, kreativan i usmjeren na cilj. Važno je imati dobar tim na raspolaganju.



Aktivnost 8. - Tko je društveno odgovoran poduzetnik?

- polaznici će pogledati videozapis



Slika 8 - Izrezak iz videozapisa – Društveno odgovorno poduzetništvo



Poveznica: <https://www.youtube.com/watch?v=LlrbsO10gil>

- definiranje društveno odgovornog poduzetnika

Nakon aktivnosti

Voditelj otvara raspravu.

- kroz razgovor dolazi se do definiranja pojma društveno odgovornog poduzetnika
- pokazati primjer društvenog poduzetnika → primjeri iz stvarnog života



DRUŠTVENI PODUZETNIK

- ima viziju kako bi društvo izgledalo da je problem koji se identifikira riješen
- motiviran davanjem doprinosa društvu, a ne profitom
- motiviran poslom jer radi ono što voli
- sluša tuđe probleme obraćajući pozornost na njih
- njegova misija → poboljšanje kvalitete života zajednice u kojoj se djeluje



Slika 9 - Izrezak iz prezentacije za 1. radionicu – Društveni poduzetnik

Nakon definicije društveno odgovornog poduzetnika

Voditelj postavlja pitanje:

„Jesmo li svi odgovorni za zajednicu ili samo pojedinci?“

1.5. Globalni ciljevi održivog razvoja UN-a

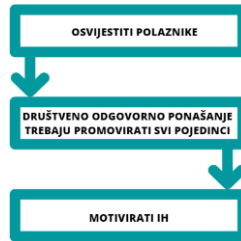
Što je održivost? Voditelj najavljuje kratki videozapis.



Poveznica: <https://youtu.be/fVH7dYLExWg>



Slika 10 - Izrezak iz videozapisa - Održivost



Ciljevi održivog razvoja poziv su na djelovanje svih zemalja – siromašnih, bogatih i srednjih prihoda – kako bi se promicalo blagostanje uz istodobnu zaštitu planeta.



Poveznica: <https://www.youtube.com/watch?v=eMu9aePyT9A>



Slika 11 - Video o globalnim ciljevima održivog razvoja

Voditelj objašnjava kako su ciljevi održivog razvoja prvi globalni sporazum za održivi razvoj i očuvanje našeg planeta. Navodi kako svaka država bira najvažnije ciljeve koje će ostvariti do 2030. godine.

Kroz prezentaciju objašnjava kako svaka država treba prepoznati prioritetna područja djelovanja i sagledati vlastite mogućnosti doprinosa.



17 globalnih ciljeva za održivi razvoj (Sustainable Development Goals, SDGs)

CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA PRVI GLOBALNI SPORAZUM ZA ODRŽIVI RAZVOJ I OČUVANJE NAŠEG PLANETA

SVAKA DRŽAVA BIRA NAJVAŽNIJE CILJEVE KOJE ĆE OSTVARITI DO 2030.

- procjena rizika s kojima se svijet suočava ("The Global Risks Report") - kolovoz 2015. godine
- 193 su se zemlje usuglasile oko sljedećih 17 ciljeva i njihovih 169 pridruženih ciljeva,
- trajati će do 2030. godine
- univerzalni su i primjenjivi u svim zemljama i zajednicama
- u njima svaka država treba prepoznati prioritetna područja djelovanja i sagledati vlastite mogućnosti doprinosa,
- društvenim poduzetnicima SDGs mogu biti idealna polazišna točka u definiranju teorije promjene i dugoročne strategije.
- društveni poduzetnici prepoznati su kao agenti promjena, ključni društveni inovatori.

Slika 12 - Izrezak iz prezentacije 1. radionice - Globalni ciljevi održivog razvoja

Voditelj najavljuje videozapis o održivom razvoju.

Poveznica: <https://www.youtube.com/watch?v=qf801GtYUC8>



Slika 13 - Globalni ciljevi održivog razvoja

Objasniti polaznicima kako su globalni ciljevi održivog razvoja UN-a osnova društvenog poduzetništva i ukorijenjeni su u svaki projekt ili poslovni plan.

Navesti kako su neke tvrtke razvile su svoje alate kako bi pomogle budućim poduzetnicima implementirati ciljeve kod planiranja njihovog poslovanja:

Primjer tvrtki:

1. IDOP (Institut za društveno odgovorno poslovanje)
 - <https://idop.hr/en/home-en/>
2. FUTURE FITT BUSINESS (“vani”)
 - <https://futurefitbusiness.org/>



Aktivnost 9. - GENIALLY interaktivna slika

- samostalan rad polaznika

Cilj aktivnosti:

Samostalno proučavanje značenja pojedinog cilja pomoću interaktivne slike. Polaznici imaju zadatak istražiti detalje pojedinog cilja kako bi stekli predznanja potrebna za provedbu narednih aktivnosti radionice.



Slika 14 - Interaktivna slika - Globalni ciljevi održivog razvoja



Poveznica:

1. Infografika: <https://view.genial.ly/62b34b6f1789dd001aec4ef7/guide-sdgs-guide>
2. Videozapis: <https://view.genial.ly/63b9f5f38d26e200187b0d41/interactive-image-copy-sdgs-report2022>



Aktivnost 10. – Samoprovjera usvojenosti ciljeva održivog razvoja

- samostalna aktivnost za polaznike (samoprovjera usvojenosti 17 ciljeva)
- provjeriti povezivanje simbola sa značenjem određenog cilja održivog razvoja (igra spajanja ciljeva)
- naučiti nazive ciljeva na hrvatskom i engleskom jeziku (igra memory)

Cilj aktivnosti:

Kroz pripremljene online digitalne alate voditelj će provjeriti usvojenost pojedinog cilja održivog razvoja te naučiti hrvatsku i englesku terminologiju pojedinog naziva cilja.

1. Poveži značenja ciljeva (logo+ime)



Slika 15 - Predložak igre – Poveži značenja ciljeva



Poveznica: <https://wordwall.net/play/39596/537/595>

2. Nauči nazive ciljeva (eng/cro)



Slika 16 - Predložak igre "Nauči nazive ciljeva"



Poveznica: <https://wordwall.net/play/39596/537/850>



Aktivnost 11. – Igra PROUČI – RAZMISLI – POVEŽI – POKLOPI

- polaznici koriste ploče igre Posljednja šansa udruge Smart

Cilj igre:

Polaznicima prikazivati tvrtke iz lokalne/globalne zajednice.

Potaknuti polaznike da pronađu koji od ciljeva zadovoljava tvrtka ili neka poslovna ideja sa tržišta (navesti primjere poslovanja (Ikea, H&M, KeksPay ...))

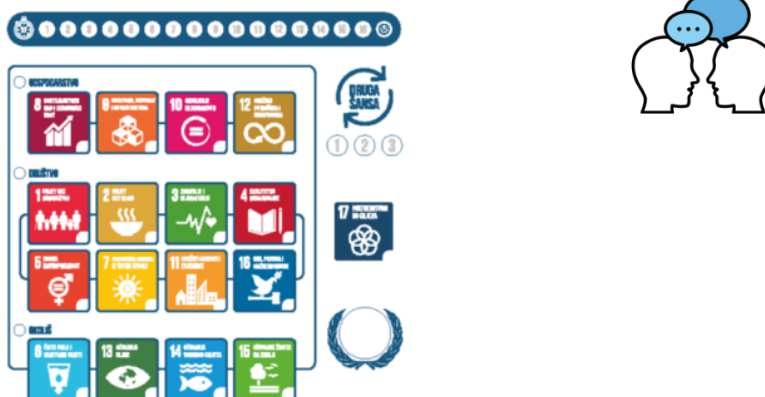


Slika 17 - Primjer prikaza poslovanja tvrtke – ciljevi održivog razvoja

Način provedbe igre:

- Grupa ima ploču i kartice 17 globalnih ciljeva UN-a
- Voditelj prikazuje logo tvrtke i čime se ona bavi

- Polaznici raspravljaju o ciljevima održivog razvoja i postavljaju na ploču potencijalna rješenja



Slika 18 - Predložak gotove igre – igra se koristi kao igra BINGO

Nakon aktivnosti

S polaznicima raspraviti o pojedinom ponuđenom rješenju.

1.6. Evaluacija prve radionice



Voditelj izrađuje upitnik u Google obrascu ili Microsoft Formsu.

Prijedlog mogućih pitanja:

1. Koliko ti se sviđela 1. radionica, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena
2. Ocijeni svaku aktivnost iz uvodnog dijela 1. radionice, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena: (popis) – Igra asocijacija, Igra 20€, Team Pen
3. S pojmom ODRŽIVOG RAZVOJA upoznat sam na zanimljiv način (ponuđeni odgovori) – Slažem se, Ne slažem se, Moglo je i bolje
4. S pojmom 17 GLOBALNIH CILJEVA ODRŽIVOG RAZVOJA UN-a upoznat sam na zanimljiv način. (pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena)
5. Ocijeni alate koji su korišteni u 1. radionici, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena (popis alata) - 17 ciljeva UN-a (Genially), Društveno odgovorno ponašanje (Mentimeter), Igra s karticama (Wordwall), Posljednja šansa (Igra udruge Smart)
6. Jeste li se na 1. radionici osjećali kao dio svojeg tima/grupe (pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena)?
7. Voditeljice su bile pripremljene za 1. radionicu (pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena).
8. Voditeljice su uvažavale moje ideje i prijedloge tijekom 1. radionice (pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena).

2. radionica



**globalni trendovi,
uočavanje problema,
inovacija i ideja**



2. GLOBALNI TRENDVI, UOČAVANJE PROBLEMA, INOVACIJA I IDEJA



Ključni pojmovi: trend, problem, ideja, poslovna prilika, inovacija, dokumentacija problema, Scamper metoda, studij slučaja



Glavni je cilj edukacije osvijestiti polaznike da globalni trendovi utječu na promijene u svijetu te da njihovo prepoznavanje pruža priliku za novim idejama i inovacijama kojima se rješavaju uočeni problemi.



Ishodi učenja:

- razlikovati pojmove trend, problem i poslovna prilika
- diskutirati, predvidjeti i povezati globalne trendove s globalnim ciljevima održivog razvoja
- primijeniti metodologiju igre MOM kartice u rješavanju učenog problema
- izraditi dokumentaciju prepoznatog problema u okolini
- razlikovati ideju i inovaciju
- primijeniti Scamper metodu kao kreativnu tehniku generiranja ideja
- poticati zapisivanje, analiziranje i argumentiranje ideja
- vrednovati različite ideje kao rješenja učenih problema
- razvijati osjećaj za društveno odgovorno ponašanje
- razvijati vještinu timskog rada, toleranciju i uvažavanje mišljenja drugih



Vrijeme potrebno za provedbu planiranih aktivnosti

- 240 minuta (četiri sunčana sata) – uz pauze



Izvori znanja

- Asocijacije na pojam globalnog trenda: <https://www.mentimeter.com/>
- Interaktivna slika: <https://view.genial.ly/63b9f5f38d26e200187b0d41/interactive-image-copy-sdgs-report2022>
- Metodologija MOM kartice: <https://steamproject.eu/cards-hr/>
- Povezivanje problema sa globalnim ciljevima: <https://wordwall.net/play/43960/617/361>
- Reagiranje okoline na nove ideje: <https://www.youtube.com/watch?v=QySwnK4S4fg>
- Razgovor s poduzetnicima (studij slučaja): <https://www.youtube.com/watch?v=qRsStXMmtj0>
- Izvješće o ciljevima održivog razvoja: <https://view.genial.ly/63b9e37f469dba0013e6bb47/interactive-image-sdgs-report2022>
- Evaluacija radionice: Google forms / Microsoft Forms



Metode

- postavljanje otvorenih pitanja, heuristički razgovor, rasprava, samostalno istraživanje, rješavanje problema u grupi, oluja ideja, metoda čitanja i rada na tekstu uz pomoć IKTa, Scamper metoda, metodologija MOM kartice, studij slučaja



Potreban materijal i pribor

- mape za spremanje radnih materijala polaznika
- pribor za pisanje
- predložak za dokumentaciju problema
- markeri u boji
- pripremljeni hamer papiri (četiri skupine)
- 4 laptopa

2.1. Globalni trendovi



Aktivnost 1. – Globalni trendovi

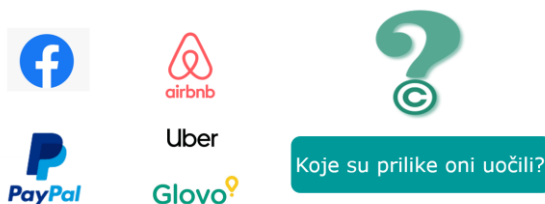
- Učenicima se projicira izjava: „Što je veći problem, veća je prilika. Prilika za inovaciju.“



Voditelj postavlja pitanje: „Gdje uočiti prilike?“

- Prikazuje se slajd sa primjerima (Uber, Facebook, Airbnb, Alibaba, PayPal, eBay), voditelj postavlja pitanje: „Koje su prilike uočili ove kompanije?“

Gdje uočiti prilike?



Slika 19 - Koje su prilike uočile ove kompanije?

Voditelj postavlja pitanje vezano za uočavanje prilika, odnosno prepoznavanje globalnih trendova u okruženju



- koristiti digitalni online alat: <https://www.mentimeter.com/>
- navesti tri globalna trenda koja prepoznaješ



Voditelj projicira slajd s odgovorima polaznika i zaključuje kako su polaznici prepoznali trendove i projicira sljedeći slajd s globalnim trendovima

| GLOBALNI TRENDOVI | Što je veći problem, veća je i prilika za inovacijom. |
|---|---|
| Demografske promjene (migracije i starenje stanovništva, povećanje broja stanovnika...) | |
| Klimatske promjene | |
| Oskudica resursa | |
| Sve veći fokus na zdrav život (zdravstvenu zaštitu, fitness) | |
| Novi modeli na radnom mjestu (outsourcing, fleksibilni modeli ugovora, rad od kuće, partnerstva...) | |
| Digitalno društvo (kreativno stanovištvo, dijeljenje znanja- uradi sam, 3D printeri, ...) | |
| Pandemija (rad od kuće, razvoj digitalnog društva, cjeloživotno učenje ...) | |
| Širenje i dostupnost interneta 5G mreža (društveno umrežavanje, računalstvo u oblaku...) | |
| Povećanje broja mobilnih korisnika (aplikacije za sve sfere života, IoT...) | |
| Promet (novi Smart prometni znakovi, nove prometnice-inovacije, autonomna vozila ...) | |

Slika 20 - Globalni trendovi

Voditelj postavlja pitanje: „*Koji su to problemi s kojima se danas ljudi suočavaju?*“

Potaknuti spoznajama s prethodne radionice, polaznici navode uočene probleme.

Voditelj prikazuje pripremljenu interaktivnu sliku izvješća o ciljevima održivog razvoja za 2022. godinu i potiče polaznike na pregled napretka Agende za održivi razvoj 2030. godine.

Korišteni su novi dostupni podaci i procjene.

Grafikon napretka 2022. jasno pokazuje pogoršanje napretka prema mnogim ciljevima, kao što su siromaštvo, sigurnost hrane, okončanje epidemije malarije, pokrivenost imunizacijom i zapošljavanje, uzrokovano utjecajima pandemije COVID-19, klimatskih promjena i sukoba.

Poveznica: <https://view.genial.ly/63b9e37f469dba0013e6bb47/interactive-image-sdgs-report2022>

Zaključak

Nakon aktivnosti zaključuje se kako su nedavne krize (Covid 19, rat ...) povećale izazove postizanja ciljeva održivog razvoja. Potrebne su hitne, povećane i koordinirane akcije svih zemalja kako bi se ubrzala provedba ciljeva održivog razvoja.

Globalni ciljevi održivog razvoja univerzalni su i primjenjivi u svim zemljama i zajednicama. U njima treba prepoznati prioritetna područja djelovanja i sagledati vlastite mogućnosti doprinosa, što društvenim poduzetnicima može biti idealna polazišna točka u definiranju svoje poslovne ideje.

Zaključiti kako su ciljevi održivog razvoja njihova prilika.



Slika 21 - Naše prilike (17 ciljeva)

Aktivnost za polaznike

Nakon uočenih trendova, polaznici odabiru jedan od trendova te ga povezuju s poslovnim prilikom.

Aktivnost 2. – MOM kartice

- Metodologija koja se temelji na kartaškoj igri čiji je cilj potaknuti mlade da sudjeluju u projektu na duhovit i zabavan način.

Voditelj pomoću prezentacije ispriča priču o nastanku MOM kartica. Simboliziraju težnju čovječanstva da stvori bolji svijet.

Postoje različite varijante igre (kratka, srednja i produžena), a svaki voditelj može odabrati onu koja mu više pristaje.

Pravila igre

- Kako bi izradili pitanje, tim mora odabrati po jednu kartu iz svakog špila, razumjeti pojam naveden na svakoj karti, odigrati igru asocijacija za svaku kartu te definirati vodeće pitanje oblikovano kao istraživačko pitanje.
- Nakon što tim definira pitanje, sljedeći je korak razmisliti o mogućim rješenjima
- Svaki špil predstavlja određeno područje.



Slika 22 - MOM kartice



Poveznica: <https://steamproject.eu/cards-hr/>

Voditelj pokreće igru te na jednom primjeru daje rješenje problema. Na primjer:

- Kako se dizajneri videoigara mogu boriti protiv klimatske akcije i obnoviti klimu kroz igru?
- Potiče polaznike da svaka grupa za dobivene kartice pokuša formulirati istraživačko pitanje i ponuditi primjer rješenja

2.2. Uočavanje i definiranje problema



Aktivnost 3. – Prepoznavaj i definiraj problem

Voditelj projicira slajd sa podjelama globalnih ciljeva u tri grupe.



Slika 23 - Podjela globalnih ciljeva u tri grupe

Povezuje ih sa četiri pripremljena hamer papira.

- potrebno je uočiti problem u školi, lokalnoj zajednici i šire
- post it papire lijepe na određenu grupu na hamer papiru

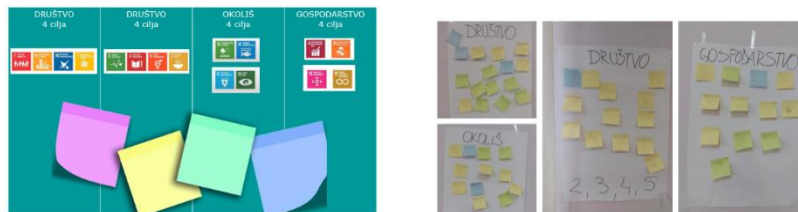
- prepoznati i definirati problem → povezati ga sa jednim od 17 ciljeva → postaviti ga u određenu grupu na hamer papiru



Učenici se koriste sa pripremljenom **Genially prezentacijom** sa prethodne radionice kako bi se prisjetili određenog cilja i njihovih podciljeva



Poveznica: <https://view.genial.ly/63b9f5f38d26e200187b0d41/interactive-image-understanding-sdgs>



Slika 24 - a, b - Primjer podjele u grupe

Voditelj poziva predstavnike grupe da pročitaju sve uočene probleme koji su navedeni na hamer papirima.

Kroz raspravu analiziraju uočene probleme te provjeravaju točnost smještaja problema u odabranu grupu ciljeva.



Aktivnost 4: Wordwall

- povezati problem sa značenjem globalnog cilja održivog razvoja i ponuditi rješenje

Cilj aktivnosti:

- kroz pripremljeni online digitalni alat voditelj će s polaznicima povezati problem sa značenjem globalnog cilja održivog razvoja i potaknuti ih da ponude rješenje.

Postupak izvođenja aktivnosti

- Voditelj pokrene igru i odabire se jedna kartica s pitanjem. Pitanje se pročita te voditelj potiče polaznike da daju svoj odgovor.
- Za pomoć se otvara flip kartica koja jasnije precizira problem ili usmjerava, konkretizira problem, odnosno segment navedenog cilja.



Poveznica: <https://wordwall.net/play/43960/617/361>

Kako bi se provjerila usvojenost razumijevanja ciljeva polaznici će odgovarati na pitanja poput:

- Što učiniti kako bi mladi ljudi ostali u RH (migracije)?
- Kako potaknuti ljude da ulažu u energetske učinkovite materijale (fasade na kućama, solarni paneli...)?



- Kako se odgovorno ponašati prema štednji i potrošnji energije (smanjena potrošnja energenata)?
- Na koji biste način smanjili siromaštvo u našem gradu (beskućnici, umirovljenici, nezaposleni)?
- Koje aktivnosti doprinose očuvanju zdravlja (kako potaknuti ljude na brigu o sebi i drugima)?
- Kako osigurati održivost pitke vode u Hrvatskoj (kako zaštititi okoliš i izvore pitke vode)?
- Kako podržati eko proizvodnju (oznake kvalitete na proizvodima)?
- Kako iskorijeniti glad (zemlje s nepovoljnom klimom, mnogoljudne zemlje...)?
- Na koji način omogućiti pravednost i učinkovite odgovorne institucije (korupcija)?
- Prati li infrastruktura Hrvatske globalne trendove (promet, digitalizacija...)?

Nakon aktivnosti

S polaznicima raspraviti o pojedinom ponuđenom rješenju. Da li je to izvedivo, i koje su prednosti i nedostaci ponuđenog rješenja problema.



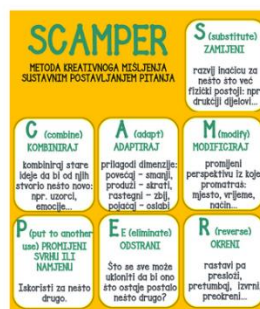
2.3. Ideja ili inovacija (Scamper metoda)



Aktivnost 5. – Ideja?

Voditelj, uz prezentaciju, navodi primjere poznatih poduzetnika, njihovih ideja i pothvata. Kroz razgovor dolazi do razlike između ideje i inovacije.

- upoznaje polaznike sa Scamper metodom, metodom kreativnog mišljenja koja se temelji na sustavnom postavljanju pitanja.
- daje primjere iz okoline kako su to radili majstoru kroz povijest



Kako to rade majstori...

- UDVOSTRUČUJU
- RASPOLOVE
- POVEĆAJU
- UMANJE
- OSUŠE
- RASTEGNU
- stvarima DODAJU nove funkcije
- Neke dijelove ZAMIENJUJU
- POVEZUJU
- OKREĆU

Slika 25 - Scamper metoda

Voditelj potiče polaznike da navedu nekoliko primjera.

Zaključuje kako budući poduzetnik pažljivo gleda stvari oko sebe i smišlja kako da ih pretvori u nešto novo, neki „štos“ koji bi se ljudima toliko svidio da bi za to bili spremni platiti.

Prikazati animirani film o reagiranju okoline na nove ideje i inovacije. Osvijestiti polaznike na uobičajene reakcije okoline te koliko su važne osobine upornosti, vjere u sebe.





Slika 26 - Reagiranje okoline na nove ideje i inovacije



Poveznica: <https://www.youtube.com/watch?v=QySwnK4S4fg>

Voditelj projicira slajd IKEA / MC DONALDS. Osvrće se na to kako obje tvrtke nisu bile ništa novo na tržištu kada su se pojavile, a svejedno su postali prepoznatljivi i danas su jedne od najpoznatijih među svojim konkurentima.



Slika 27 - Primjeri novo/starih poslovanja

Zaključak

Voditelj zaključuje da njihov uspjeh ukazuje na jedno od osnovnih načela kada su u pitanju poslovne ideje

**Ideje nisu pokazatelj, a niti jamac
uspjeha budućeg poslovnog pothvata.
Mnogo je važnija konkurentska prednost
vašeg budućeg poduzetničkog pothvata.**

Konkurentska prednost odlikuje se u:

- pružanju nove usluge
- proizvodnja potpuno novog proizvoda
- nov način pružanja već poznate usluge
- ili nov način proizvodnje postojećeg proizvoda – bolja kvaliteta proizvoda
- nov način organizacije poslovanja – niža cijena proizvoda / usluge
- novo tržište – geografski ili usmjereno drugoj skupini kupaca.

Konkurentska prednost treba se ogledati u kreativnosti poslovne ideje koju polaznici žele osmisлити, provjeriti i pokrenuti.

Od poslovne ideje do njezine realizacije dug je put.

„Je li poslovna ideja isto što i poslovna prilika?“

- Poslovni pothvat zasniva se na poslovnoj ideji i poslovnoj prilici.
- Poslovna ideja i poslovna prilika nisu sinonimi iako se često koriste kako bi se opisalo isto
- U osnovi je svake poslovne prilike ideja. Obrnuto ne vrijedi: dobra poslovna ideja nije nužno i poslovna prilika.
- Od 100 ideja predstavljenih u obliku poslovnog plana potencijalnim financijerima najčešće jedna, a max 2 ili 3 ideje dobiju potvrđan odgovor za financiranje. To je zato što su samo one predstavljaju poslovnu priliku.

Poslovna prilika predstavlja tržišno provjerenu poslovnu ideju – ideju koja ima tržište, za kojom postoji potreba i potražnja te koja se može realizirati u uspješan poslovni pothvat.

U svrhu provedbe projektnih aktivnosti prepoznati su poduzetnici u našoj okolini, intervjuirani su te je izrađen videozapis koji se koristi kao studij slučaja za upoznavanje sa idejama i inovacijama pomoću kojih su navedeni poduzetnici riješili uočeni problem u svojoj lokalnoj zajednici.



Voditelj potiče polaznike na gledanje pripremljenog videozapisa o mladim poduzetnicima: <https://www.youtube.com/watch?v=qRsStXMmtj0>

2.4. Dokumentacija problema



Aktivnost 6. – Dokumentacija problema

- nakon što su problemi uočeni, svaka grupa odabire jedan problem sa hamer papira za koji će ponuditi rješenje.
- problem raspisuju na pripremljenom predlošku **dokumentacija problema**.

| Definiranje problema | Tko je ne odgovoran za problem? | Koliko je problem velik? | Što trenutno stoji na putu rješavanja tog problema? | Zašto je važno riješiti taj problem koji ste uočili? | Kako treba riješiti taj problem? |
|----------------------|---------------------------------|--------------------------|---|--|----------------------------------|
| | | | | | |

Slika 28 - Dokumentacija problema

Polaznicima objasniti sastavnice predloška **dokumentacije problema**:

- *definicija problema; na koje sve skupine ljudi utječe ovaj problem; tko je sve odgovoran za ovaj problem; koliko je problem velik; što trenutno stoji na putu rješenja problema; zašto ste odabrali ovaj problem, zašto je važno riješiti ga; kako vaša ideja rješava ovaj problem; koji od ciljeva održivog razvoja UN-a rješava vaša ideja.*

Voditelj potiče polaznike na primjenu Scamper metode za generiranje i nadogradnju ideja kako bi riješili problem kojeg su uočili u zajednici.

2.5. Evaluacija druge radionice



Voditelj izrađuje upitnik u Google obrascu ili Microsoft Formsu.

Prijedlog mogućih pitanja:

1. Koliko ti se svidjela 2. radionica, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena
2. Koliko ti je igra sa MOM KARTICAMA pomogla u definiranju problema i povezivanju s ciljevima održivog razvoja, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena
3. Koliko ti je razgovor o nastanku ideja i uočavanju prilika pomogao uočiti probleme u zajednici ili društvu općenito, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena
4. Probleme u lokalnoj zajednici uočio sam i prepoznao: vrlo lako / jako teško
5. Uočeni problem u lokalnoj zajednici povezao sam sa određenim CILJEM ODRŽIVOG RAZVOJA UN-a: lagano / teško
6. Jesi li primijenio SCAMPER METODU kod prijedloga ideje za rješavanje problema (pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena)?
7. Jeste li se na 2. radionici osjećali kao dio svojeg tima/grupe (pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena)?
8. Voditeljice su bile pripremljene za 2. radionicu (pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena).
9. Voditeljice su uvažavale moje ideje i prijedloge tijekom 2. radionice (pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena).

3. radionica



**definiranje svoje
poslovne ideje i
istraživanje tržišta**



3. DEFINIRANJE SVOJE POSLOVNE IDEJE I ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA



Ključni pojmovi: misija, vizija, cilj poslovne ideje, SMART metodologija, SWOT analiza, istraživanje tržišta



Glavni je cilj radionice je definirati odabrano društveno poslovanje (misija, vizija, cilj) te istražiti tržište u svrhu razvoja poslovne ideje.



Ishodi učenja:

- definirati viziju i misiju
- razlikovati pojmove vizija i misija
- definirati cilj i podciljeve poslovanja
- primijeniti SMART metodologiju na ciljeve poslovanja
- razumjeti sastavnice SWOT analize
- primijeniti SWOT analizu na svoj model poslovanja
- shvatiti važnost istraživanja tijekom razvoja poslovne ideje
- razlikovati različite tehnike istraživanja tržišta
- pripremiti plan istraživanja za svoju poslovnu ideju
- razvijati istraživačke sposobnosti
- osmisлити pitanja i izraditi anketni upitnik za istraživanje tržišta svoje poslovne ideje
- razvijati osjećaj za društveno odgovorno ponašanje
- razvijati vještinu timskog rada, toleranciju i uvažavanje mišljenja drugih



Vrijeme potrebno za provedbu planiranih aktivnosti

- 240 minuta (četiri sunčana sata) – uz pauze



Izvori znanja

- Pripremljena prezentacija za voditelja
- Primjer ankete za ispitivanje tržišta: <https://forms.office.com/r/3u7eJ0eFa2>
- [Evaluacija radionice: Google forms / Microsoft Forms](#)



Metode

- postavljanje otvorenih pitanja, heuristički razgovor, rasprava, samostalno istraživanje, rješavanje problema u grupi, oluja ideja, metoda čitanja i rada na tekstu uz pomoć IKT-a, SMART metodologija, SWOT analiza, studij slučaja



Potreban materijal i pribor

- mape za spremanje radnih materijala polaznika
- pribor za pisanje
- predložak za SMART filter i SWOT analizu
- digitalni alat: MS Forms
- računala

3.1. Ponovimo

Voditelj radionicu započinje slajdom kako nastaje ideja za poslovanje, i zaključuje kako je od poslovne ideje do njene realizacije dugačak put.



Kako nastaju ideje za poslovanje? – PONOVI MO

- Razmišljamo o problemima koji će najvjerojatnije utjecati na budućnost svijeta i čovječanstva (Ciljevi održivog razvoja UN-a)
- Razmišljamo o rješenjima budućih problema
- Pobunimo se protiv toga da stvari zauvijek ostanu jednake, onakve na kakve smo navikli
- Kratkotrajni problemi imaju kratkotrajna rješenja
- Što je veći problem veća je poslovna prilika, a još veća prilika za inovacijom
- Poduzetnik pažljivo gleda stvari oko sebe i smišlja kako da ih pretvori u nešto novo, neki štos koji bi se ljudima toliko svidio da bi za to bili spremni platiti

Od poslovne ideje do njezine realizacije dug je put.

Slika 29 - Kako nastaje ideja za poslovanje - ponavljanje



Aktivnost 1. – Analiza filma o mladim poduzetnicima iz lokalne zajednice

Voditelj podsjeća polaznike na film koji su pogledali. S polaznicima raspravlja postavljajući sljedeća pitanja:

1. Koje poslovne ideje su opisane u filmu?
2. Koje probleme rješavaju predstavljeni poduzetnički pothvati?
3. Mogu li se njihova rješenja problema povezati sa Ciljevima održivog razvoja UN-a i kojim?
4. Kakvo je tržište po pitanju njihova poslovanja?
5. Sviđaju li vam se poslovne ideje?



Aktivnost 2. – Predstavljanje dokumentacije problema

Voditelj potiče polaznike da ukratko predstavite svoju poslovnu ideju koristeći pripremljeni i ispunjeni predložak dokumentacije problema s prethodne radionice.

Postavlja pitanje:

„Što je potrebno kako biste svoju poslovnu ideju opisali drugima?“



3.2. Vizija i misija

Za svoj budući poslovni plan morate jasno uključiti i istaknuti svoju MISIJU i VIZIJU.

Voditelj upoznaje polaznike sa pojmovima Izjava o viziji i Izjava o misiji.



Što je Izjava o viziji?

- Vizija je kratak opis težnji organizacije i šireg utjecaja koji namjerava stvoriti.
- Ljudi moraju vjerovati da se to može postići.

- Vizija opisuje što tvrtka želi dugoročno postići (u vremenskom okviru od 5 do 10 godina, čak i duže).
- Prikazuje kako će tvrtka izgledati u budućnosti i postavlja definirani smjer planiranja i napretka

Što je Izjava o misiji?

- Misija je kratak sažetak temeljne svrhe, fokusa i ciljeva organizacije.
- definira što organizacija radi i uključuje opipljive ciljeve koje organizacija nastoji postići.

Nakon definiranja pojmova, voditelj postavlja pitanja:

„Koja je razlika između izjave o misiji i izjave o viziji?“

„Na koja pitanja odgovara vizija, a na koja misija?“

Zaključak

Misija je "što" i "kako", a vizija je "zašto".

Mnoge organizacije kombiniraju dvije izjave kako bi formirale jedan jasno definiran razlog postojanja koji ujedinjuje napore svih uključenih.



Aktivnost 3. – Proučavanje primjera izjava vizije i misije

Voditelj projicira slajd sa primjerima predstavljanja poslovanja (Ikea, Tesla, Carnet) u svrhu



IKEA

Izjava o viziji: Stvoriti bolju svakodnevnicu za mnoge ljude.

Izjava o misiji: Ponuditi široku paletu dobro dizajniranih, funkcionalnih proizvoda za osnaživanje domaćih i poslovnih života ljudi širom svijeta.

TESLA

Izjava o viziji: Upraviti prijetak, svijeta na održivu energiju.

Izjava o misiji: Stvoriti najpouzdaniju, automobila koja tvrtka 21. stoljeća kao svojoj svjetskoj prelozi na električne vozila.

CARNET
znanje povezuje

Vizija
Tehnologija po mjeri čovjeka.

Misija
Razvojem inovacija, napredne infrastrukture i usluga osnažujemo i povezujemo obrazovnu i znanstveno-istraživačku zajednicu te štitimo digitalni prostor i identitet Republike Hrvatske.

Slika 30 - Primjeri izjava vizija i misija (Ikea, Tesla, Carnet)

Nakon aktivnosti

Voditelj zaključuje kako je tajna dobre izjave o viziji učiniti je okrenutom budućnosti, motivirajućom i inspirativnom, s ciljem donošenja koristi i poboljšanja vašoj organizaciji u budućnosti i definira razlog postojanja tvrtke. Ako želite da se drugi pridruže i slijede iste ideale kao i vi, morate odrediti jasnu viziju i misiju.

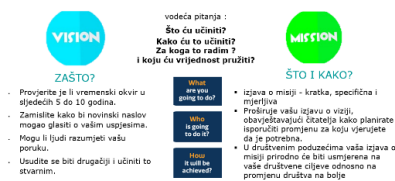


Aktivnost 4. – Definiranje vizije i misije

Voditelj potiče polaznike da definiraju misiju i viziju svog društvenog poslovanja, da razviju riječi i fraze koje najbolje opisuju njihovo društveno poduzeće, da budu jasni o problemu koji žele riješiti putem svoje poslovne usluge ili proizvoda te da definirajte na koju skupinu se odnosi njihova poslovna ideja odnosno za koga je kome je namijenjena.



Postaviti jednostavna vodeća pitanja poput "Što ću učiniti, kako ću to učiniti, za koga to radim i koju ću vrijednost pružiti?"



Slika 31 - Definiranje vizije i misije

3.3. Definiranje cilja – SMART metodologija

Voditelj naglašava kako je za uspješno planiranje poslovanja potrebno odrediti jasan cilj i pripadajuće podciljeve.

Pojašnjava postupak definiranja cilja:

- Započeti s krajem - **identificirati krajnji cilj.**
- Što sve želite postići do kraja vašeg poslovnog putovanja? - **Podijelite svoj krajnji cilj na pod-ciljeve.** Ciljeve je lakše ostvariti ako se svode na nekoliko malih uzastopnih zadataka koji odgovaraju pod-ciljevima.

Tehnika pomoću koje se jasnije definiraju ciljevi je Smart tehnika ili tzv. SMART filter.



Voditelj putem pripremljene prezentacije objašnjava SMART metodologiju za odabir i zapisivanje svojih ciljeva te ističe kako je ona učinkovit alat za određivanje izvedivih ciljeva.

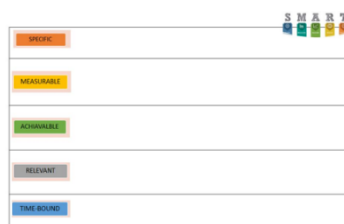


Slika 32 - SMART metodologija



Aktivnost 5. – SMART filter

Nakon odrađenog primjera iz prezentacije voditelj će polaznike potaknuti da svoje zapisane ciljeve i podciljeve „provuku“ kroz SMART filter. Za ovu će aktivnost koristiti pripremljeni predložak.



Slika 33 - Predložak za SMART filter

Voditelj postavlja pitanje:

„Što sljedeće učiniti nakon što ste definirali ciljeve?“

- redovito ocjenjivati napredak u ostvarenju ciljeva (npr. mjesečno ili kvartalno)

3.4. SWOT analiza

Jedan od analitičkih alata koji je važan za sve segmente poslovanja, bilo da je riječ o izradi poslovnog plana ili marketinškog plana, je SWOT analiza.

SWOT predstavlja englesku kraticu od 4 riječi:

- SNAGE (Strengths)
- SLABOSTI (Weaknesses)
- PRILIKE (Opportunities)
- PRIJETNJE (Threats)



Slika 34 - SWOT analiza



Aktivnost 6. – Proučavanje primjera iz prakse

Kroz pripremljenu prezentaciju polaznici proučavaju primjere iz prakse (Coca Cola, INA, Siemens).



| SWOT analiza | | INA | |
|--|---|--|--|
| Snage | Slabosti | Prilike | Prijetnje |
| <ul style="list-style-type: none">• briga za ljude• briga za okoliš• jasna vizija, misija i ciljevi• državno vlasništvo | <ul style="list-style-type: none">• zastarjeli uređaji i infrastruktura• zastarjela tehnologija• kriva percepcija potrošača | <ul style="list-style-type: none">• pristupni fondovi EU• dobra etična reputacija• elokvorna reputacija• odnos prema dobavljačima i potrošačima | <ul style="list-style-type: none">• zakonska regulativa• ulazak u EU• iscrpljivanje izvora• novi konkurenti |

Slika 35 - Primjer SWOT analize

Nakon aktivnosti

Voditelj potiče polaznike da pokušaju definirati što je SWOT analiza te zašto je bitna i kada se i u kojim situacijama koristi.



Zaključak

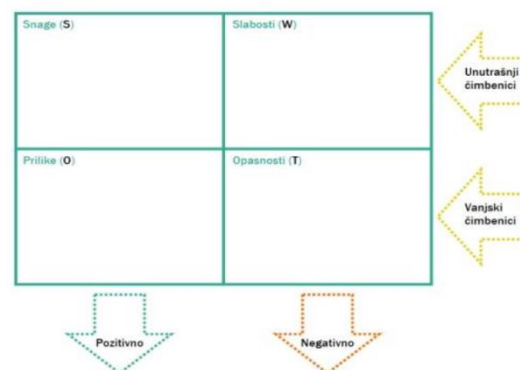
Definirati kako je SWOT analiza:

- alat koji otkriva prednosti i mane tvrtke
- alat koji otkriva kakve su mogućnosti unutar okoline u kojoj djeluje tvrtka
- ako se želi dobiti ispravna analiza koja će pomoći u kreiranju daljnjeg razvoja tvrtke potrebno je biti iskren (prema sebi i drugima), laskanje samima sebi u analizi neće pomoći i može stvoriti krivu sliku
- SWOT analiza pomaže u pronalasku onoga što izdvaja vaš posao.
- SWOT analiza se ne mora primjenjivati samo na tvrtke, može se analizirati organizacija nekog događaja, vlastita uspješnost u realizaciji nekog posla ili nešto drugo - najčešće se prikazuje kroz tablicu



Aktivnost 7. – Izrada SWOT analize

Polaznici na pripremljenom predlošku izrađuju SWOT analizu svoje poslovne ideje.



Slika 36 - Predložak SWOT analize

Nakon aktivnosti

Predstavnik svakog tima izlaže SWOT analizu svoje poslovne ideje. Ostali polaznici aktivno se uključuju i daju prijedloge za poboljšanje poslovanja. Slijedi dorada poslovne ideje za rješenje uočenog problema.

3.5. Ispitivanje tržišta

Voditelj postavlja pitanje:

„Što je ispitivanje tržišta i zašto ga radimo?“

Mogući odgovori:

- Kako bi prikupili što više povratnih informacija o svom poslovnom modelu
- Je li moja ideja opravdana i ima li smisla?

- Kako bi dobili ideje za unapređenje
- kako bi prikupili podatke i informacije koji su potrebni
- kako bi upoznali konkurenciju
- ...

Informacije možete prikupiti pomoću:

- interneta, letaka, brošura, novinskih članaka, promatranja, intervjua i terenskog istraživanja.

Ispitivanje se može provesti:

- na Internetu kao raznolikom izvoru informacija (forumi, chat, web portali, videozapisi)
- kroz anketni upitnik izrađen u nekom od digitalnih alata
- ispitivanje na terenu.

Voditelj pokazuje primjer te navodi pravila za izradu ankete – vrste pitanja, vrste ponuđenih odgovora te naglašava prednost ankete i prikupljanja informacija putem digitalnih alata.



Slika 37 - Predložak anketnog upitnika - MS Forms



Poveznica: <https://forms.office.com/r/3u7eJ0eFa2>



Aktivnost 8. – Izrada ankete za ispitivanje tržišta

Polaznici izrađuju anketni upitnik o svojoj poslovnoj ideji u digitalnom alatu MS Forms.

Voditelj podsjeća kako je do sljedeće radionice potrebno prikupiti što više povratnih informacija o poslovnoj ideji kako bi povratna informacija bila što kvalitetnija.



Naglašava kako je kod prikupljanja povratnih informacija potrebno odabrati skupinu ljudi s karakteristikama koje su relevantne za poslovnu ideju. Na primjer: starosna dob, zanimanje, interesi, ...



Slika 38 - Izrada anketnog upitnika

3.6. Evaluacija treće radionice



Voditelj izrađuje upitnik u Google obrascu ili Microsoft Formsu.

Prijedlog mogućih pitanja:

1. Koliko ti se svidjela 3. radionica, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena:
2. Analiza slučaja pojedinih poslovnih ideja pomogla mi je kod definiranja VIZIJE i MISIJE vlastite poslovne ideje, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena:
3. Nakon današnje radionice znam što je SMART ANALIZA i znam kako je primijeniti za razvoj i preispitivanje svoje poslovne ideje, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena:
4. Nakon današnje radionice znam što je SWOT ANALIZA i znam kako je primijeniti za razvoj i preispitivanje svoje poslovne ideje, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena:
5. Znam što je analiza tržišta i čemu koristi, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena:
6. Nije mi bilo teško pripremiti pitanja u alatu kojim ću provesti analizu tržišta za svoju poslovnu ideju, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena:
7. Jeste li se na 3. radionici osjećali kao dio svojeg tima/grupe (pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena)?
8. Članovi mog tima uvažavali su moje ideje i prijedloge tijekom 3. radionice (pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena).
9. Voditeljice su bile pripremljene za 3. radionicu (pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena).

4. radionica



**izrada
poslovnog plana**

4. IZRADA POSLOVNOG PLANA



Ključni pojmovi: platno poslovnog modela, poslovni plan, crowdfunding, poslovno planiranje, konkurencija, vizualni identitet (imidž tvrtke)



Glavni cilj radionice je osvijestiti važnost planiranja poslovnog pothvata i ovladati metodologijom izrade poslovnog plana te primijeniti stečena znanja i vještine na vlastitom poduzetničkom poduhvatu.



Ishodi učenja:

- analizirati prikupljene podatke
- procijeniti značenje prikupljenih podataka
- izvesti zaključak provedene ankete
- doraditi svoju SWOT analizu nakon ispitivanja tržišta
- doraditi prototip poslovne ideje nakon ispitivanja tržišta
- upoznati vrste platna poslovnog modela
- izraditi platno poslovnog modela za poslovnu ideju
- koristiti metodologiju izrade poslovnog plana
- navesti osnovne elemente poslovnog plana
- sastaviti poslovni plan
- razvijati osjećaj za društveno odgovorno ponašanje
- razvijati vještinu timskog rada, toleranciju i uvažavanje mišljenja drugih



Vrijeme potrebno za provedbu planiranih aktivnosti

- 240 minuta (četiri sunčana sata) – uz pauze



Izvori znanja

- Pripremljena prezentacija za voditelja
- Platno poslovnog modela: <https://www.youtube.com/watch?v=ZYfHJ6J4Qvk>
- Domaća zadaća: <https://www.youtube.com/watch?v=Ky89tciLmFA>
- Primjer ankete za ispitivanje tržišta: <https://forms.office.com/r/3u7eJ0eFa2>
- Evaluacija radionice: Google forms / Microsoft Forms



Metode

- postavljanje otvorenih pitanja, heuristički razgovor, rasprava, samostalno istraživanje, rješavanje problema u grupi, oluja ideja, metoda čitanja i rada na tekstu uz pomoć IKT-a, SWOT analiza, studij slučaja, praktično zaključivanje, obrazlaganje, prezentacija, šest problemskih pitanja



Potreban materijal i pribor

- mape za spremanje radnih materijala polaznika
- pribor za pisanje
- predložak za SWOT analizu
- predložak platna poslovnog modela
- predložak poslovnog plana
- računala, MS Forms

4.1. Ponovimo

Voditelj podsjeća polaznike kako su u dosadašnjim radionicama naučili:

- prepoznati pravu priliku,
- kako doći do dobre poslovne ideje,
- kako razraditi poslovnu ideju,
- kako uočiti dobre i loše strane poslovne ideje,
- kako je potrebno dosta prakse i iskustva da bi brzo evaluirali svoju poslovnu ideju,
- definiciju društvenog poduzeća - negdje je između vođenja tradicionalnog posla i tradicionalne dobrotvorne organizacije,
- definirati viziju i misiju kojima se objašnjavaju društvene promjene koje se žele postići.



Aktivnost 1. – Osvrt i analiza ankete i prikupljenih podataka te izvođenje zaključka

Voditelj pokazuje način obrade prikupljenih podataka pomoću digitalnog alata MS Forms. Objašnjava postupak analiziranja pojedinog pitanja te prikupljenih odgovora. Prikazuje mogućnost grafičkog prikazivanja statističkih podataka i preuzimanje izvješća o istome.

Svaki tim pojedinačno prikazuje i prezentira svoju analizu ankete i prikupljene podatke. Temeljem prikupljenih podataka donose zaključak o potrebi dorade SWOT analize i prototipa svoje poslovne ideje.



Aktivnost 2. – Dorada SWOT analize i prototipa poslovne ideje

Voditelj potiče polaznike da pripreme svoje mape u koju su spremali svoju poslovnu dokumentaciju sa prethodnih radionica.

Timovi, temeljem prikupljenih podataka, dorađuju SWOT analizu i prototip svoje poslovne ideje.

4.2. Platno poslovnog modela

Voditelj potiče polaznike na diskusiju i praktično zaključivanje postavljajući pitanja:

1. Što je poslovno planiranje?
2. Koje su sastavnice planiranja?



Zaključiti kako:

- poslovni model sasvim jasno odgovara na pitanje 'kako ćete doći do zarade', dok u slučaju društvenog poslovanja odgovara i na pitanje „kako ćete riješiti uočeni problem“
- je planiranje promišljanje o budućnosti poduzetničkog pothvata s ciljem donošenja odluke kamo se želi stići, kako doći do cilja i što učiniti da se umanje rizici.



Voditelj projicira vrste poslovnog modela te navodi kako postoje:

- proizvodni (iz sirovine se stvara proizvod i prodaje se),
- distributer ili preprodavač gotovih proizvoda,
- uslužni (doprinos kroz suradnju i naplaćivanje na temelju dobiti),
- dio proizvoda/usluge davati besplatno, a naprednije značajke naplaćivati,
- možete raditi na principu pretplate (članstvo),
- prodavati ulaznice,
- spajati ponudu i potražnju, odnosno spajati više segmenata korisnika (poslovni model 'platforma'),
- poslovni modeli koji se temelje na zaradi od oglašavanja, jer prodaju pristup publici,
- posjedovati resurs za koji se naplaćuje pravo korištenja (npr. sprave za vježbanje, igraonica, ...),
- vlasništvo može biti oblik poslovnog modela (npr. zarađujemo na dividendama kao suvlasnik (vlasnik broja dionica ili udjela u kompaniji), zarađujemo na renti od nekretnina, itd...),
- proizvod, software ili aplikacija.

Zaključak

Poslovni model je dobro razlomiti na sastavne dijelove i prikazati ga na jednostavan način na jednoj stranici kako bi ga lakše mogli:

- objasniti,
- kako bi bio razumljiv našim suradnicima,
- kako bismo vidjeli cjelovitu sliku i
- kako bismo imali temelj za nove ideje i inovacije samog poslovnog modela.

Voditelj naglašava kako je poslovnog modela slika trenutnog promišljanja i podložan je promjenama sa svakom novom spoznajom.

U jednostavnoj tablici Platno poslovnog modela (engl. *Business Model Canvas*) ispunjava se 9 područja poslovanja, koja moraju zajedno dobro logički funkcionirati.

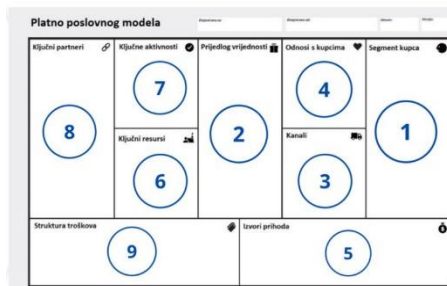
Svrha ispunjavanja navedenog platna je da shvatite kako ćete svoj rad i odnos s kupcima pretvoriti u ekonomsku vrijednost, odnosno prihode za svoje poslovanje.

Važno je osvijestiti da u vlastitom poslovanju ne stvaramo samo robu ili uslugu, već vrijednost za svoje kupce.



Voditelj projicira slajd sa sastavnica platna poslovnog modela:

1. Ključni partneri
2. Ključne aktivnosti
3. Ključni resursi
4. Prijedlog vrijednosti
5. Odnosi s kupcima
6. Kanali
7. Segment kupca
8. Struktura troškova
9. Izvori prihoda



Slika 39 - Platno poslovnog modela

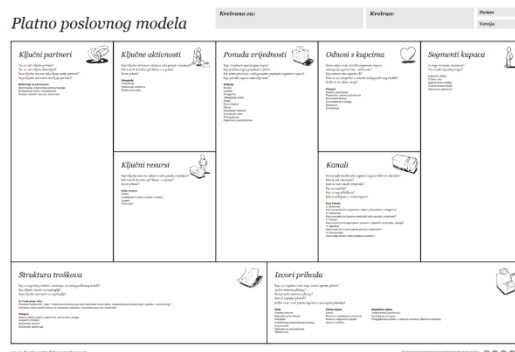
https://superprica.com/wp-content/uploads/2021/04/Biznis-model-Canvas_-number.png

Voditelj upućuje polaznike na gledanje videozapisa u kojem je objašnjeno što je platno poslovnog modela.



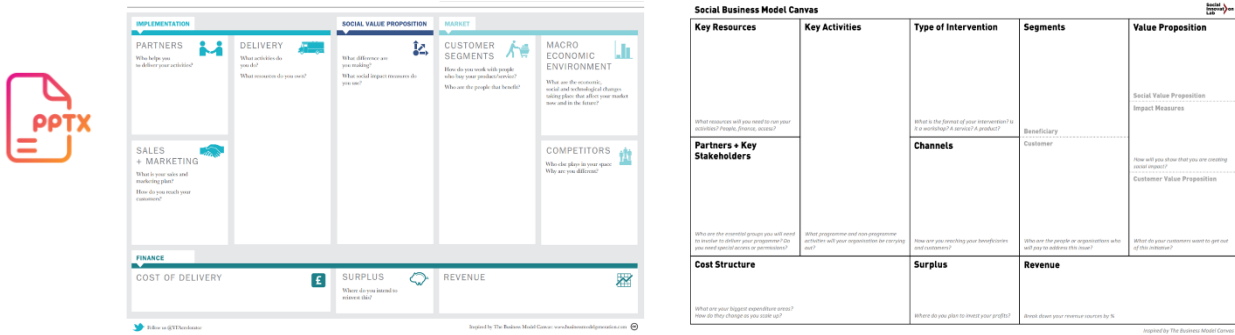
Poveznica: <https://www.youtube.com/watch?v=ZYfHJ6J4Qvk>

Voditelj prikazuje predložak Platna poslovnog modela i naglašava kako se platno popunjava određenim redoslijedom, kako prvo morate ispuniti desnu stranu platna koja predstavlja isporuku vrijednosti prema kupcu i/ili korisniku. Stvaramo vrijednost za druge i tako zarađujemo.



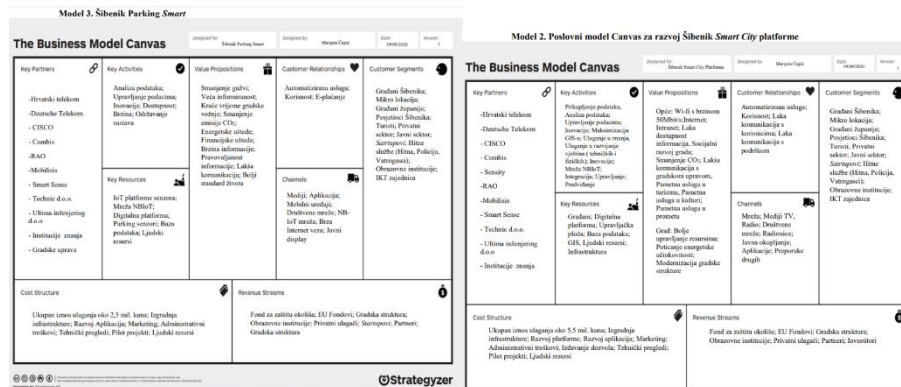
Slika 40 - Predložak platna poslovnog modela

U nastavku polaznicima prikazati i objasniti još jedan primjer poslovnog modela, Social Business model Canvas koji je primjenjiv na društveno poslovanje.



Slika 41 - Predložak - Social Business model Canvas

Prikazati polaznicima dva primjera popunjenog platna poslovnog modela (Smart parking, Smart City).



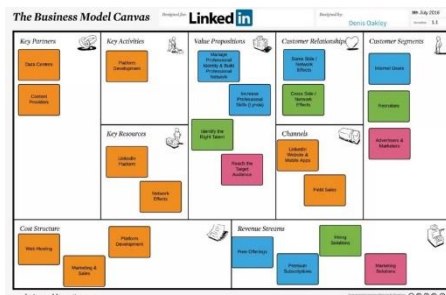
Slika 42 - a, b - Primjer ispunjenog platna poslovnog modela (a-Smart parking, b-Smart City)

Aktivnost 3. – Izrada svog platna poslovnog modela



Voditelj najavljuje aktivnost te polaznicima daje predložak platna poslovnog modela.

Prije početka objašnjava polaznicima kako se, osim na papiru, platno poslovnog modela može ispunjavati i u digitalnom online alatima, Canva ili Whiteboard.



Slika 43 - Primjer ispunjenog platna poslovnog modela u digitalnom alatu

Tijekom aktivnosti projicira se slajd sa svim sastavnicama platna poslovnog modela. Podsjetiti polaznike na mogućnost gledanja videozapisa o sastavnicama poslovnog modela kako bi jednostavnije riješili postavljeni zadatak.

Zaključak

Kada popunimo sve rubrike platna poslovnog modela, jasnije nam je koliko je naša poslovna ideja održiva.

4.3. Poslovni plan

Objasniti polaznicima kako će im platno poslovnog modela pomoći u izradi poslovnog plana.



Poslovni plan je:

- pisani dokument u kojem se na detaljan način razrađuju svi čimbenici značajni za procjenu izvodljivosti i rezultata poduzetničkog pothvata.

Poslovni plan sadrži mogućnosti poslovanja te objašnjava način na koji ih poduzetnici namjeravaju realizirati.

Voditelj postavlja pitanje:

„Zašto se izrađuje poslovni plan?“

Mogući odgovori:

- Aplikiranje na neku od **potpora za samozapošljavanje**
- također je potreban pri traženju **kreditiranja poduzetničkog pothvata**
- potreban je i pri traženju investicija / donatora/ partnera/ (crowdfunding kampanja)



Kako bi se polaznici upoznali sa pojmom crowdfunding kampanjom koja je važna za društveno poveznici.



Poveznica: <https://www.youtube.com/watch?v=Ky89tciLmFA>

Voditelj objašnjava kako svaki poslovni plan ima svoj sažetak koji odgovara na pitanja:

- **Tko?** – temeljne informacije o poduzetniku,
- **Što?** – temeljne informacije o poslovnoj ideji ili konceptu,
- **Kome?** – tržišni potencijal projekta,
- **Zašto?** – važne konkurentske prednosti,
- **S čime?** – s kojim resursima planiramo izvesti poduzetnički pothvat?
- **Kako?** – koja je naša strategija kojom izlazimo na tržište?
- **S kim?** – tko će voditi organizaciju?
- **Koliko?** – kakva je struktura ulaganja ?
- **Odakle?** – koji su izvori ulaganja?

- **Rezultat** – koji su očekivani učinci osobni, ali i društveni (tko ima koristi od naše poslovne ideje?)
- **Što ako?** – koji su rizici i poteškoće kod provedbe pothvata?

Detaljnijom razradom ovih pitanja i odgovora se na jednostavan i jasan način definiraju svi čimbenici značajni za procjenu izvodljivosti i učinaka poduzetničkog pothvata.



Gotov poslovni plan najčešće sadrži sljedeća poglavlja:

1. **podaci o poduzetniku,**
2. **polazište za razvoj projekta i vizija daljnjeg razvoja,**
3. **opis buduće djelatnosti s detaljnim opisom proizvoda,**
4. **opis lokacije projekta,**
5. **tržišna opravdanost projekta** – opis konkurencije, tržišta prodaje, marketinških kanala i kanala prodaje te opis tržišta nabave, vizualni identitet (imidž tvrtke – logo)
6. **financijski elementi** – procjena ostvarenja prihoda i procjena ostvarenja troškova,
7. **struktura i iznos ulaganja,**
8. **ekonomsko-financijska analiza,**
9. **zaključak.**



Voditelj potiče polaznike na diskusiju i zaključivanje o sastavnicama poslovnog plana.



Aktivnost 4. – Izrada svog poslovnog plana

Voditelj najavljuje aktivnost te polaznicima daje predložak prilagođenog poslovnog plana koji je sastavni dio ovog programa.

- U provedbi aktivnosti polaznici koriste svu izrađenu dokumentaciju iz mape za spremanje radnih materijala polaznika te platno poslovnog modela.

4.4. Evaluacija četvrte radionice



Voditelj izrađuje upitnik u Google obrascu ili Microsoft Formsu.

Prijedlog mogućih pitanja:

1. Koliko ti se sviđjela 4. radionica, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena:
2. Analiza prikupljenih podataka iz naše ankete pomogla mi je kod dorade naše poslovne ideje (SWOT ANALIZA), pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena:
3. Nakon današnje radionice znam što je PLATNO POSLOVNOG MODELA, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena:
4. PLATNO POSLOVNOG MODELA pomoglo mi je pri izradi našeg POSLOVNOG PLANA, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena:

5. PLATNO POSLOVNOG MODELA pomoglo mi je pri izradi našeg POSLOVNOG PLANA, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena:
6. Nakon današnje radionice razumijem važnost poslovnog plana za planiranje i razvoj budućeg poslovanja, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena:
7. Jeste li se na 4. radionici osjećali kao dio svojeg tima/grupe (pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena)?
8. Članovi mog tima uvažavali su moje ideje i prijedloge tijekom 4. radionice (pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena).
9. Voditeljice su bile pripremljene za 4. radionicu (pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena).

5. radionica



**digitalne i
prezentacijske vještine
za predstavljanje
poslovne ideje**

5. DIGITALNE I PREZENTACIJSKE VJEŠTINE ZA PREDSTAVLJANJE POSLOVNE IDEJE



Ključni pojmovi: digitalni alat, prezentacijske vještine, izlaganje pred publikom, pitch, sastavnice dobre prezentacije, Canva



Cilj je edukacije razviti digitalne i komunikacijske vještine za izlaganje pred publikom u svrhu predstavljanja vlastite poslovne ideje u okviru zadanog vremena.



Ishodi učenja:

- razlikovati predloške i formate za izradu digitalnog sadržaja
- odabirati alate za izradu i uređivanje sadržaja
- demonstrirati metode za stvaranje i uređivanje digitalnog sadržaja u Canvi
- preuzimati, dijeliti i spremati različite oblike digitalnih sadržaja u Canvi
- suradnički raditi na online predlošku
- osmisлити digitalni prikaz poslovne ideje
- razvijati prezentacijske vještine
- razlikovati dobro/loše izlaganje pred publikom
- primijeniti digitalna i vizualna sredstva komunikacije za prikaz poslovne ideje pomoću IKT-a
- kontrolirati strah od javnog nastupa
- razvijati vještinu timskog rada, toleranciju i uvažavanje mišljenja drugih



Vrijeme potrebno za provedbu planiranih aktivnosti

- 240 minuta (četiri sunčana sata) – uz pauze



Izvori znanja

- Digitalni alat: <https://www.canva.com/>
- Canva Promo: <https://youtu.be/EZ7UjKDG5Oc>
- Canva help: <https://www.canva.com/designschool/tutorials/getting-started/>
- Asocijacije na pojam dobro izlaganje pred publikom: <https://www.mentimeter.com/>
- Pitch: https://www.youtube.com/watch?v=XWRtG_PDRik
- Evaluacija radionice: Google forms / Microsoft Forms



Metode

- postavljanje otvorenih pitanja, heuristički razgovor, rasprava, samostalno istraživanje, rješavanje problema u grupi, oluja ideja, metoda čitanja i rada na tekstu uz pomoć IKTa



Potreban materijal i pribor

- pripremljena prezentacija za voditelje
- digitalni alat Canva
- računalna učionica: računala, projektor, računalna mreža

5.1. Digitalni alati kao vizualna podrška izlaganju



Voditelj postavlja pitanje o važnosti vizualne prezentacije kao podrške kod izlaganja ideje, proizvoda ili usluge.

Kroz razgovor zaključiti:



I najbolja ideja, ukoliko nije potkrijepljena dobrim vizualom i prezentacijom, neće biti zapažena.

Prikazati polaznicima pomoću kojih se sve načina može prezentirati ideja:

- prezentacija (Canva, Pitch, PosterMyWall, MS PowerPoint, ...)
- videozapis (Canva, Pitch, PosterMyWall, PowToon, ...)

Naglasiti kako se videozapis koristi kad se radi *crowdfunding* kampanja te da je za uvježbavanje prezentacijskih vještina u ovoj radionici bolja izrada prezentacije. Obje imaju za cilj promicanje ideje i privlačenje investitora.

U radionici će se koristiti digitalni online alat Canva.



Poveznica: <https://youtu.be/EZ7UjKDG5Oc>

Prijedlog:

- Canva je jednostavan marketinški online alat za grafički dizajn. Nudi niz mogućnosti poput izrade prezentacije, plakata, infografike, objava na društvenim mrežama, ... i brojne druge marketinške mogućnosti poput logotipa ili promo videozapisa
- Koristi se jer omogućava prikaz poslovne ideje na vizualno atraktivniji način te istovremeno, uz niz predložaka, podučava dizajnu

5.2. Upoznavanje sa digitalnim alatom Canva



Aktivnost 1. - Registracija polaznika

Voditelj objašnjava postupak registracije polaznika.



Polaznici će izraditi svoj korisnički račun u digitalnom alatu (<https://www.canva.com/>) koristeći privatnu e-mail adresu.

- demonstracija postupka registracije novih korisnika u digitalni alat
- prikaz prijave već registriranih korisnika
- objasniti razliku između prijave i registracije korisnika
- upozoriti polaznike na mogućnosti besplatne verzije digitalnog alata i mogućnost nadogradnje na Pro verziju

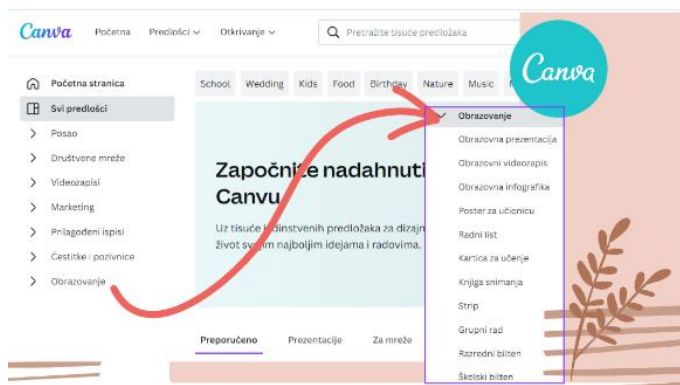


Aktivnost 2. – Upoznavanje sa sučeljem digitalnog alata

Polaznici će se upoznati sa vrstama predložaka u Canvi za izradu digitalnih sadržaja (logo, prezentacija, objave na društvenim mrežama, predložak za SWOT analizu, infografika, ...) koje će im biti potrebno za izradu konačne prezentacije.

Voditelj će polaznicima:

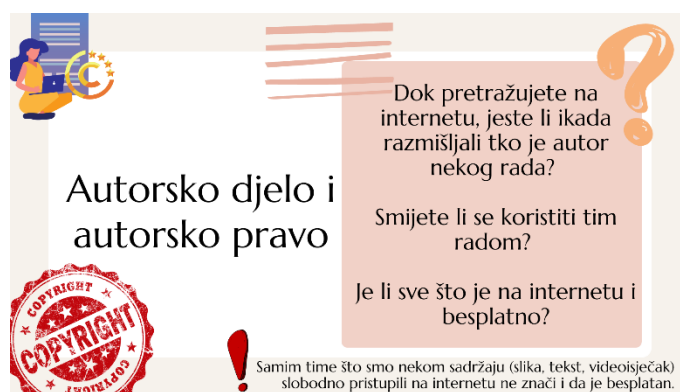
- demonstrirati postupak odabira i prilagodbe predloška



Slika 44 - Prikaz sučelja digitalnog alata Canva

- demonstrirati alate za izradu i uređivanje sadržaja:
 - odabir i umetanje gotovih grafičkih elemenata
 - umetanje teksta
 - odabir i umetanje slika
 - oblikovanje pozadine
 - uvoz i korištenje gotovih medijskih sadržaja iz samog sučelja Canve (Pixabay, Google maps, Youtube, Pixton...)
- upoznati polaznike s automatskim spremanjem izrađenog sadržaja, odnosno da se sadržaj u Canvi sprema svaki put kad se napravi promjena na nekom slajdu.

Metodom razgovora polaznicima objasniti važnost poštivanja autorskog prava te prokomentirati pojam zaštitnog žiga (*engl: watermark*).



Slika 45 - Autorsko pravo i autorsko djelo



Aktivnost 3. – Preuzimanje, dijeljenje i spremanje različitih oblika sadržaja

Voditelj će polaznike upoznati:

- s formatima preuzimanja izrađenog digitalnog sadržaja: .pdf, .png, .jpg, .svg, .mp4, .gif
- s načinima dijeljenja izrađenog sadržaja: putem veze za prikaz, putem podjele na društvenim mrežama, putem veze za predložak, putem QR koda i putem ugradnje koda
- s načinom zajedničkog rada na predlošku

5.3. Sastavnice prezentacije kao vizualne podrške izlaganju

Voditelj podsjeća polaznike na korištenje svih materijala koje su izradili na prethodnim radionicama, a koje se nalaze u radnim mapama timova. Potrebni materijali: dokumentacija problema, SMART ciljevi, SWOT analiza, platno poslovnog modela, poslovni plan.



Aktivnost 4. – Sastavnice prezentacije

Voditelj objašnjava sastavnice prezentacije i potiče raspodjelu poslova za svakog člana unutar pojedinog tima. Poslovi su određeni prema sastavnicama.

Tablica 1 - Sastavnice prezentacije

| Sadržaj prezentacije: | Ime člana tima: |
|---|-----------------|
| Logo | |
| Misija/vizija/ciljevi | |
| Dokumentacija problema: | |
| definiranje problema; koliko je problem velik | |
| tko je odgovoran za problem; što trenutno stoji na putu rješavanja problema | |
| zašto je važno riješiti uočeni problem | |
| povezanost poslovne ideje sa globalnim ciljevima održivog razvoja | |
| kako tvoja ideja rješava odabrani problem | |
| Upitnik: Je li moja ideja dobra? (ispitivanje tržišta) | |
| Ispitivanje konkurencije | |
| Planiranje marketinga | |
| Izrada jedne reklame (objava na društvenim mrežama) | |
| SWOT analiza | |
| Zaključak | |

Nakon aktivnosti:

Jedan član tima preuzima ulogu vođe tima, formira grupu u digitalnom alatu te dijeli poveznicu za zajedničko korištenje prezentacije i istovremeni rad na istom predlošku.

Polaznici odabiru predloške u odabranom digitalnom alatu te primjenjuju usvojena znanja o korištenju istih za izradu sastavnica prezentacije. Pritom se usklađuju u odabiru dizajna i boja te prilagođavaju temi poslovne ideje.

Slijedi samostalan rad polaznika prema zadacima koje je rasporedio vođa tima.

Voditelj dijeli poveznicu sa tutorialima za korištenje Canve.



Poveznica: <https://www.canva.com/designschool/tutorials/getting-started/>

5.4. Izlaganje pred publikom



Aktivnost 5. – Studij slučaja (pojam Pitch)

Voditelj daje primjer prikaza javnog nastupa pred publikom.



Slika 46 - Utisak (pitch)

Izvor: <https://onlinegrad.syracuse.edu/blog/perfect-pitch/>



Poveznica: https://www.youtube.com/watch?v=XWRtG_PDRik

Nakon aktivnosti:

Voditelj će polaznike upoznati s pojmom PITCH (utisak).

Objasniti da svaki utisak ima dva elementa:

1. sadržaj poruke – problem, poslovni model, ideja (rješenje problema)
2. isporuku poruke – verbalna i neverbalna komunikacija, odijevanje

Da bi se postigao učinkovit utisak (WOW efekt) moraju se razmotriti oba elementa.



Aktivnost 6. - Dobro izlaganje pred publikom

Voditelj će započeti razgovor postavljanjem pitanja kroz mentimeter:

„Od čega se sastoji dobro izlaganje pred publikom?“



Metodom oluja ideja polaznici će navoditi odgovore na postavljeno pitanje te će se odgovori projicirati kroz oblak riječi te će se o istome raspraviti.

Mogući rezultati: zabavno, humoristično, kratko, jasno, malo teksta, ...



Voditelj koristi pripremljenu prezentaciju u svrhu upoznavanja polaznika sa savjetima za dobro izlaganje pred publikom:

- Vaša prezentacija vas treba predstaviti. Predstavite ljude s kojima radite i istaknete svakog člana tima
- Ljudi će vam vjerovati i dobit ćete bolju pažnju publike ako vaš početak bude prijateljski (šala, ako možete koristite primjereni humor, mudra izreka na početku, motivacija)
- Pričajte priču. Način na koji ste došli do ideje, do koje mjere ste dovršili prototip, zašto ste odabrali baš tu ideju, ...
- Demonstrirajte svoj izrađeni prototip ideju/uslugu/proizvod
- Poštujte autorska prava – ne koristite slike, videozapise ili glazbu koji su zaštićeni autorskim pravima (ako ih koristite, za ista tražite dopuštenje)
- Multimedijски sadržaji – ne koristite zvukove, slike koji bi ometali vaše izlaganje i potencijalno odvlačili pažnju s vašeg izlaganja
- Trajanje izlaganja (PITCH) je 7 minuta!
- Manje je više! - ali budite kreativni u prikazu informacija koje želite pružiti
- Ispravite gramatičke pogreške
- Ne zaboravite na zaključak ili završnu misao

Slijedi samostalan rad polaznika prema zadacima koje je rasporedio vođa tima te uvježbavanje pitcha, odnosno izlaganja pred publikom.

5.5. Evaluacija 5. radionice



Voditelj izrađuje upitnik u Google obrascu ili Microsoft Formsu.

Prijedlog mogućih pitanja:

1. Koliko ti se sviđela 5. radionica, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena
2. Nakon današnje radionice znam koristiti digitalni alat CANVA za izradu za izradu promocije poslovne ideje, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena
3. Razrada poslovnog plana pomogla mi je prikazati poslovni plan u Canvi, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena
4. Imam tremu od javnog nastupa, prezentiranja poslovne ideje pred publikom, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena
5. S lakoćom smo podijelili poslove unutar tima za izradu konačne prezentacije naše poslovne ideje, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena
6. Jeste li se na 5. radionici osjećali kao dio svojeg tima/grupe (pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena)?
7. Članovi mog tima uvažavali su moje ideje i prijedloge tijekom 5. radionice (pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena).
8. Voditeljice su bile pripremljene za 5. radionicu (pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena).
9. U radionicama Young Bossa naučio sam kako razraditi svoju ideju, testirati ju i predstaviti

6. radionica



**predstavljanje
poslovne ideje
(pitch)**

6. PREDSTAVLJANJE POSLOVNE IDEJE (eng. PITCH)



Ključni pojmovi: protokol za procjenjivanje prezentacijskih vještina (pitch), povratna informacija (pohvala, kritika/pitanje, sugestija (JA poruke)), izlaganje pred publikom (javni nastup)



Cilj je edukacije razviti prezentacijske vještine te primijeniti vizualna sredstva komunikacije (IKT) za prikaz vlastite poslovne ideje u svrhu ostavljanja utiska (pitch) na potencijalne investitore.



Ishodi učenja:

- razvijati prezentacijske vještine
- razlikovati dobro/loše izlaganje pred publikom
- primijeniti vizualna sredstva komunikacije za prikaz poslovne ideje pomoću IKT-a
- kontrolirati strah od javnog nastupa
- razvijati kritičko mišljenje te dati konstruktivnu povratnu informaciju
- razvijati osjećaj za društveno odgovorno ponašanje
- razvijati vještinu timskog rada, toleranciju i uvažavanje mišljenja drugih



Vrijeme potrebno za provedbu planiranih aktivnosti

- 180 minuta (tri sunčana sata) – uz pauze



Izvori znanja

- Protokol za procjenjivanje prezentacije za polaznike: Google forms / Microsoft Forms
- Evaluacijski listić stručnog žirija
- Završna evaluacija radionica: Google forms / Microsoft Forms



Metode

- postavljanje otvorenih pitanja, heuristički razgovor, rasprava, analiza, popunjavanje evaluacijskih listića



Potreban materijal i pribor

- pripremljena prezentacija za voditelje
- digitalni alat Canva/PowerPoint
- računalo, projektor, računalna mreža
- evaluacijski listić stručnog žirija (ispisani oblik listića)

6.1. Podsjetnik – „Savjeti za dobro izlaganje“



Voditelj, uz pomoć prezentacije, podsjeća polaznike na savjete za dobro izlaganje pred publikom.

- Savjeti za izradu dobre prezentacije i izlaganje:**
1. • Predstavite ljude s kojima radite i istaknete svakog člana tima
 2. • Primjereni humor, mudra izreka (na početku → motivacija)
 3. • Pričajte priču. Način na koji ste došli do ideje, do koje mjere ste dovršili prototip, zašto ste odabrali baš tu ideju
 4. • Demonstrirajte svoj izrađeni prototip ideju/uslugu/proizvod
 5. • Poštujte autorska prava
 6. • Multimedijски sadržaji – ne koristite zvukove, slike koji bi ometali vaše izlaganje
 7. • Trajanje izlaganja (PITCH) je 7 minuta!
 8. • Manje je više! - ali budite kreativni u prikazu informacija koje želite pružiti
 9. • Ispravite gramatičke pogreške
 10. • Ne zaboravite na zaključak ili završnu misao

Slika 47 - Savjeti za prezentaciju i izlaganje

6.2. Upoznavanje sa protokolom za procjenjivanje prezentacije

Voditelj prikazuje primjer evaluacijskog listića i podsjeća polaznike na značenje njegovih sastavnica. Pomoću evaluacijskog listića polaznici će međusobno vrednovati svoje poslovne ideje.



Aktivnost 1. – Evaluacijski listić (protokol za procjenjivanje prezentacije)

Prijedlog mogućih pitanja u evaluacijskom listiću:

Tablica 2 - Predložak evaluacijskog listića za polaznike

| Evaluacijski listić (protokol za procjenjivanje prezentacije) | | |
|---|--|-----------|
| | element | ocjena |
| 1. | Javni nastup – primjereno korištenje glasa, neverbalno ponašanje, kontakt s publikom | 1 2 3 4 5 |
| 2. | Poštivanje vremena dozvoljenog za izlaganje – 7 minuta | 1 2 3 4 5 |
| 3. | Dizajn prezentacije – izgled, čitljivost, preglednost, količina teksta na slajdu, odnos pozadine i teksta na slajdu, primjerena primjena grafičkih elemenata i fotografija | 1 2 3 4 5 |
| 4. | Ideja - jasno mi je što je cilj ove poslovne ideje | 1 2 3 4 5 |
| 5. | Je li predložena ideja dobra za rješenje uočenog problema? | 1 2 3 4 5 |
| 6. | Financirao bih razvoj ove poslovne ideje | 1 2 3 4 5 |
| 7. | Struktura izlaganja - uvod, zaključak, SWOT analiza, prijedlog marketinga, logo, dokumentacija problema | 1 2 3 4 5 |
| 8. | Utisak (pitch) – ostavlja dojam da vjeruje u ono što prezentira, ne čita sa slajdova, razumije što prezentira, privlači pažnju | 1 2 3 4 5 |
| 9. | Prijedlog za poboljšanje poslovne ideje | 1 2 3 4 5 |



Aktivnost 2. - Povratna informacija

Voditelj, kroz razgovor s polaznicima, objašnjava na koji način se daje kvalitetna povratna informacija obzirom da je zadnja sastavnica evaluacijskog listića Prijedlog za poboljšanje poslovne ideje.

Postavlja pitanje:

„Što sve može biti povratna informacija?“



Mogući odgovori:

- neverbalna reakcija: smiješak, mrštenje, kimanje glavom ...
- verbalna reakcija: kratki potvrdni odgovor odobravanja ...

Zaključak:

- svaka će osoba najbolje prihvatiti kritiku ukoliko povratna informacija istovremeno pokazuje, i podržavanje, ali i ukazuje na slabosti
- koristi pohvalu, kritiku i sugestiju
- prezentacija će sadržavati slajd o važnosti pružanja povratne informacije publike nakon održanoga izlaganja



6.3. Prezentiranje i vrednovanje

Svaki tim polaznika prezentira svoju poslovnu ideju uz pomoć izrađene prezentacije u digitalnom alatu Canva.

Nakon prezentacije pojedinog tima, predstavljenu poslovnu ideju vrednuju svi ostali polaznici i stručni žiri po predlošku evaluacijskog listića.

Prijedlog:

- evaluacijski listić izraditi u nekom digitalnom alatu kako bi se povratne informacije brzo prikupile
- na taj način svaki tim trenutno dobiva povratne informacije o pitch-u

6.4. Odabir najbolje ideje

Stručni žiri također procjenjuje svaki tim i predstavljenu ideju i proglašava najbolju ideju.

Prijedlog:

- stručni žiri: voditelji radionice, ravnatelj ustanove, stručni suradnik
- vrednovanje po evaluacijskom listiću:
 - stručni žiri vrednuje po predloženom evaluacijskom listiću
 - bodovi stručnog žirija za svaki pojedini tim pribrajaju se bodovima polaznika za taj isti tim i donosi se konačna procjena o najboljoj prezentiranoj ideji

Prijedlog mogućih sastavnica evaluacijskog listića stručnog žirija:

Tablica 3 - Predložak evaluacijskog listića stručnog žirija

| Evaluacijski listić stručnog žirija | | |
|-------------------------------------|--|-----------|
| | element | ocjena |
| 1. | Javni nastup – primjereno korištenje glasa, neverbalno ponašanje, kontakt s publikom | 1 2 3 4 5 |
| 2. | Poštivanje vremena dozvoljenog za izlaganje – 7 minuta | 1 2 3 4 5 |
| 3. | Dizajn prezentacije – izgled, čitljivost, preglednost, količina teksta na slajdu, odnos pozadine i teksta na slajdu, primjerena primjena grafičkih elemenata i fotografija | 1 2 3 4 5 |
| 4. | Sadržaj prezentacije: | |
| | Logo | 1 2 3 4 5 |
| | Misija/vizija/ciljevi | 1 2 3 4 5 |
| | Dokumentacija problema | 1 2 3 4 5 |
| | Ispitivanje tržišta (anketa) | 1 2 3 4 5 |
| | Planiranje marketinga | 1 2 3 4 5 |
| | Izrada jedne reklame | 1 2 3 4 5 |
| | SWOT analiza | 1 2 3 4 5 |
| | Ciljevi održivog razvoja UN – jesu li primijenjeni | 1 2 3 4 5 |
| 5. | IDEJA – dojam WOW! efekt (pitch) – završna riječ (zaključak) | 1 2 3 4 5 |
| 6. | Financirao bih razvoj ove poslovne ideje | 1 2 3 4 5 |
| 7. | Prijedlog za poboljšanje poslovne ideje | 1 2 3 4 5 |

6.5. Završna evaluacija radionica



Voditelj izrađuje upitnik u Google obrascu ili Microsoft Formsu.

Prijedlog mogućih pitanja:

1. Koliko su ti se općenito svidjele sve provedene radionice, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena
2. Nakon održanih radionica shvaćam važnost poslovnog plana i planiranja općenito, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena
3. Javni nastup kod prezentiranja ideje stvarao mi je problem, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena
4. Kroz radionice osvijestio sam se o problemima koji me okružuju u lokalnoj zajednici te znam kako ih iskoristiti za stvaranje poslovne ideje, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena
5. Uočavam važnost 17 ciljeva održivog razvoja za budućnost razvoja zemlje i društva općenito, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena
6. Shvaćam prednosti rada u timu kod ovakvih projekata i/ili nekog poslovanja, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena
7. Ovakav tip radionica volio bih pratiti kroz redovnu nastavu jer ih smatram važnim za razvoj poduzetničkih vještina, pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena
8. Smatra da su se moje poduzetničke vještine poboljšale nakon sudjelovanja u radionicama (samoprocjena), pri čemu je 1 - najniža ocjena, a 5 - najviša ocjena
9. Prijedlozi za poboljšanje provedbe programa

POPIS SLIKA

| | |
|---|----|
| Slika 1 - Dio globalnih ciljevi održivog razvoja | 7 |
| Slika 2 - Post it papiri | 7 |
| Slika 3 - Igra asocijacija | 8 |
| Slika 4 - Primjer oblaka riječi..... | 9 |
| Slika 5 - Igra Team Pen | 10 |
| Slika 6 - Vježba 20€ - 7 ideja - 7 minuta..... | 11 |
| Slika 7 - Primjer asocijacija - društveno odgovorno ponašanje | 11 |
| Slika 8 - Izrezak iz videozapisa – Društveno odgovorno poduzetništvo | 12 |
| Slika 9 - Izrezak iz prezentacije za 1. radionicu – Društveni poduzetnik | 12 |
| Slika 10 - Izrezak iz videozapisa - Održivost | 12 |
| Slika 11 - Video o globalnim ciljevima održivog razvoja | 13 |
| Slika 12 - Izrezak iz prezentacije 1. radionice - Globalni ciljevi održivog razvoja | 13 |
| Slika 13 - Globalni ciljevi održivog razvoja | 13 |
| Slika 14 - Interaktivna slika - Globalni ciljevi održivog razvoja..... | 14 |
| Slika 15 - Predložak igre – Poveži značenja ciljeva | 15 |
| Slika 16 - Predložak igre "Nauči nazive ciljeva"..... | 15 |
| Slika 17 - Primjer prikaza poslovanja tvrtke – ciljevi održivog razvoja | 15 |
| Slika 18 - Predložak gotove igre – igra se koristi kao igra BINGO | 16 |
| Slika 19 - Koje su prilike uočile ove kompanije? | 19 |
| Slika 20 - Globalni trendovi..... | 19 |
| Slika 21 - Naše prilike (17 ciljeva)..... | 20 |
| Slika 22 - MOM kartice | 21 |
| Slika 23 - Podjela globalnih ciljeva u tri grupe | 21 |
| Slika 24 - a, b - Primjer podjele u grupe | 22 |
| Slika 25 - Scamper metoda | 23 |
| Slika 26 - Reagiranje okoline na nove ideje i inovacije..... | 24 |
| Slika 27 - Primjeri novo/starih poslovanja..... | 24 |
| Slika 28 - Dokumentacija problema | 25 |
| Slika 29 - Kako nastaje ideja za poslovanje - ponavljanje..... | 29 |
| Slika 30 - Primjeri izjava vizija i misija (IKEA, Tesla, Carnet) | 30 |
| Slika 31 - Definiranje vizije i misije | 31 |
| Slika 32 - SMART metodologija | 31 |
| Slika 33 - Predložak za SMART filter | 31 |
| Slika 34 - SWOT analiza | 32 |
| Slika 35 - Primjer SWOT analize | 32 |
| Slika 36 - Predložak SWOT analize | 33 |
| Slika 37 - Predložak anketnog upitnika - MS Forms | 34 |
| Slika 38 - Izrada anketnog upitnika | 35 |
| Slika 39 - Platno poslovnog modela | 40 |
| Slika 40 - Predložak platna poslovnog modela | 40 |
| Slika 41 - Predložak - Social Buisness model Canvas..... | 41 |
| Slika 42 - a, b - Primjer ispunjenog platna poslovnog modela (a-Smart parking, b-Smart City)..... | 41 |
| Slika 43 - Primjer ispunjenog platna poslovnog modela u digitalnom alatu | 41 |
| Slika 44 - Prikaz sučelja digitalnog alata Canva..... | 48 |
| Slika 45 - Autorsko pravo i autorsko djelo | 48 |

| | |
|--|----|
| Slika 46 - Utisak (pitch) | 50 |
| Slika 47 - Savjeti za prezentaciju i izlaganje | 54 |

POPIS TABLICA

| | |
|--|----|
| Tablica 1 - Sastavnice prezentacije | 49 |
| Tablica 2 - Predložak evaluacijskog listića za polaznike | 54 |
| Tablica 3 - Predložak evaluacijskog listića stručnog žirija..... | 56 |

IMPRESSUM:

Izdavač: Stichting Kans & Doen

Autori: Josipa Andrušić, Dijana Malinić Mihelić

Urednice: Josipa Andrušić, Dijana Malinić Mihelić

Prijevod na engleski: Irena Križanec

Rijeka, Prosinac 2022.

Young Boss- generator poslovnih ideja je inicijativa za promicanje aktivnog građanstva, inicijative mladih i poduzetništva mladih uključujući i socijalno poduzetništvo. Program ima više ciljeva: Poticanje svijesti o (društvenim) poduzetničkim prilikama, promicanje poduzetničkog ponašanja i poticanje razvoja poduzetničkih vještina te pružanje praktičnih alata za uključivanje mladih s manjim mogućnostima između 13-17 godina u (društveno) poduzetništvo.

Kontakt

STICHTING KANS & DOEN

Mail: projecten.kansendoen@gmail.com

Web stranica: <https://www.kansendoen.com/>

DOM MLADIH RIJEKA

Mail: dom-mladih@dom-mladih.hr

Web stranica: www.dom-mladih.hr

Dom mladih i Stichting Kans & Doen iz Nizozemske partneri su na Erasmus+ KA2 projektu malog partnerstva u području mladih.

