PROJEKT

FIND YOUR INNER INVENTOR

KONSPEKT LEKCJI

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

TEMPERATURE
T-SHIRT
The bellife
ELECTRICAL ZIP

SPIS TREŚCI

1. MOTYWACJA I PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ 5

2. KREATYWNOŚĆ I INNOWACJE 11

3. POMYSŁY I MOŻLIWOŚCI 15

4. ZASOBY I WSPÓŁPRACA 23

5. PREZENTACJA I SPRZEDAŻ 29

1.
MOTYWACJA I PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

I. Motywacja i przedsiębiorczość

Opis lekcji	Uczniowie zastanowią się nad wartościami i postawą etyczną firmy
Kompetencje, umiejętności nabyte podczas lekcji	• Wartość i standardy etyczne • Dostrzeganie potrzeb innych i rozwinięcie zdolności postrzegania szerszej perspektywy
Narzędzia & metody: **Jakie narzędzia i metody będą użyte do określenia zmiany w przedsiębiorczej postawie ucznia?**	**Punkt wyjścia:** Jakie wartości etyczne lub zasady powinny być uznawane lub egzekwowane przez właściciela firmy lub dyrektora firmy, aby kierownictwo firmy działało sprawnie? Aby firma osiągnęła swoje cele strategiczne, funkcjonowała z powodzeniem, była konkurencyjna i charakteryzowała ją odpowiedzialność społeczna? **Zadanie:** 1. Uczniowie zapisują własne pomysły - 5 min. 2. Następnie każdy uczeń broni jednego ze swoich pomysłów (każdy uczestnik wybiera inny pomysł) przed innymi. Uczeń wspiera swoją obronę własnymi argumentami - maks. 15 min. 3. Następnie uczniowie łączą się w pary i wspólnie przygotowują listę pomysłów - 5 minut. 4. Teraz uczniowie są dzieleni na dwie grupy, a następnie razem pracują jako zespół nad listą swoich pomysłów - 5 + 5 min. 5. Cały zespół przedstawia listę swoich pomysłów dot. zasad etycznego zachowania biznesmenów – 5 min. **Analiza:** Nauczyciel opowiada o zasadach etycznego zachowania biznesmenów, ich znaczeniu w biznesie, zaletach i przeszkodach, które mogą wystąpić przy przestrzeganiu zasad.
Cel zajęć	• umiejętność argumentowania i bycia asertywnym • umiejętność słuchania innych • praca w zespole • umiejętność negocjacji koncepcyjnych Uczniowie nauczą się: • zwracać uwagę na etykę biznesu • postrzegać własną działalność gospodarczą oczami etyki biznesowej • bycia odpowiedzialnym społecznie
Czas	45 min.

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

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

II. Motywacja i przedsiębiorczość

Opis lekcji	Gra dla menedżerów - kompetencje w biznesie, zespoły powinny mieć trzech członków
Kompetencje, umiejętności nabyte podczas lekcji	• Praca z kompetencjami menedżera + konfrontacja wyników
Narzędzia & metody	1. Nauczyciel przedstawia zadanie: „Znajdź i zdefiniuj produkt lub usługę, która ma wartość dodaną dla klienta, człowieka lub ludzkości... określ: a. Produkt / usługa b. Korzyści dla potencjalnego klienta c. Przewaga konkurencyjna w stosunku do istniejących produktów i usług ogólnie znanych na obecnym rynku (szacowany czas to 30 minut - potem następuje prezentacja) (zespoły pracują oddzielnie) 2. Uczniowie muszą przedstawić podstawowe obliczenia finansowe, aby wprowadzić produkt na rynek i wymienić podstawowe zasoby, które będą niezbędne. a. Co jest potrzebne do rozpoczęcia produkcji lub rozpoczęcia świadczenia usługi? (zrób listę) b. Jakiego rodzaju pożyczki lub inwestycje będą wskazane? c. Jaka bedzie stopa zwrotu z inwestycji (pieniądze/ czas) d. Jaki będzie budżet na pierwszy rok działania e. Jaki będzie zysk przed opodatkowaniem i z jakimi wyzwaniami musi się firma zmierzyć w pierwszym roku jej działalnosci? f. Jakie są cele finansowe na pierwszy rok działalności? g. Ryzyko (szacowany czas przygotowania to 60 min., po którym znów następuje prezentacja – uczniowie mają skupić się na faktach i szczegółowym scenariuszu) 3. Następnie uczniowie rozpoczynają pracę nad podstawową strategią dla swojej firmy; a. Finanse - podstawą są cele finansowe na pierwszy rok (zysk rozłożony na wiele obszarów) b. Klient - kto będzie klientem i jakie są cele na pierwszy rok w tej dziedzinie? c. Procesy - jakie będą wewnętrzne procesy i co będzie celem? d. Pracownicy - jakich pracowników potrzeba i jakie cele zostaną dla nich wyznaczone? (Kluczowe Wskaźniki Efektywności) (45 min., nastepnie znów prezentacja, należy zwrócić uwagę na to, aby cele były mierzalne i rzeczywiste) 4. Na koniec uczniowie otrzymują zadanie odpowiedzi na pytanie: Jakie będą Twoje pierwsze kroki, jako biznes menedżera? a. dziesięć zasad + podanie powodów (45 min. + argumentacja - prezentacja)

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

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

	Analiza a. Czego nauczyłeś się podczas tej gry? b. Czego dowiedziałeś się o sobie? c. Czego dowiedziałeś się o swoim zespole? d. Który zespół miał długotrwały i najbardziej realny projekt? e. Co pomaga, a co powstrzymuje Cię przed zostaniem przedsiębiorcą? f. Co uważasz za najtrudniejsze w prowadzeniu firmy?
Cel zajęć	Uczniowie nauczą się: • bycia świadomym roli i kompetencji menedżera
Czas	Cały dzień - istnieje możliwość zrobienia i wypróbowania modelu produktu

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

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

III. Motywacja i przedsiębiorczość

Opis lekcji	Uczniowie stają się odkrywcami, którzy podejmują próbę odkrycia przeznaczenia różnych przedmiotów[1]
Kompetencje, umiejętności nabyte podczas lekcji	• Kreatywność • Komunikacja • Krytyczne myślenie
Narzędzia & metody	Materiały użyteczne w prowadzeniu przedsiębiorstwa: papier, długopis, laptop, komputer, telefon, oprogramowanie, samochód etc. 1. Nauczyciel wyjaśnia uczniom, że archeolodzy znajdują czasem rzeczy, których funkcji i przeznaczenia nie są do końca pewni. W takich sytuacjach muszą użyć własnej wyobraźni. Uczniowie zostają archeologami, którzy prowadzą wykopaliska za tysiąc lat i odkrywają nieznane przedmioty. Ich zadaniem jest odgadnięcie jak największej liczby możliwych zastosowań tych przedmiotów. 2. Należy podzielić klasę na zespoły i rozdać im zapakowane przedmioty. 3. Nauczyciel prosi wszystkich o powrót na swoje miejsca, a uczniowie po chwili przedstawiają swoje odkrycia na „konferencji archeologicznej". Pozostałe grupy mogą podważać sugestie prezentującego zespołu. **Możliwe modyfikacje:** 1. Można zaproponować uczniom, aby po zakończeniu lekcji wzięli ze sobą przedmioty i starali się zdobyć na ich temat jak najwięcej informacji. Rozmowa na temat historii tych przedmiotów na kolejnych lekcjach może być ciekawa dla wszystkich uczniów. 2. Zamiast zadania, podczas którego uczniowie zgadują, do czego służyły dane przedmioty, można zasugerować, by uczniowie na podstawie ich obserwacji spróbowali wyciągnąć ogólne wnioski na temat kultury dwudziestego wieku. Niektóre przedmioty będą do tego bardziej właściwe, a najbardziej będą się do tego nadawać te z zamieszczonymi napisami czy ilustracjami.
Cel zajęć	Uczniowie nauczą się: odnalezienie w sobie cech przedsiębiorcy • odnajdować w sobie cechy przedsiębiorcy • kreatywności • rozwijać umiejętność krytycznego myślenia • budować szersze spectrum możliwości • analitycznie myśleć
Czas	Około 45 min.

1 Copyright by Andy Kirby 1992. Authorized translation from the English language edition published by Gower Publishing Limited
Copyright for the Polish edition by Oficyna Ekonomiczna, Oddział Polskich Wydawnictw Profesjonalnych Sp. z o.o. 2003
Copyright for the Polish edition by Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o. 2011

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

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

IV. Motywacja i przedsiębiorczość

Opis lekcji	Uczniowie zdobywają umiejętności związane z autoprezentacją.[1]
Kompetencje, umiejętności nabyte podczas lekcji	• Komunikacja • Sztuka przemawiania • Budowa poczucia własnej wartości • Niewerbalna komunikacja
Narzędzia & metody	1. Nauczyciel wyjaśnia uczniom, że ich zadanie będzie polegało na przedstawieniu po jednominutowej prezentacji oraz na zapamiętaniu tematów prezentacji innych uczniów. 2. Następnie pyta uczniów, co mogliby zmienić na przykład w życiu codziennym, szkole, nauce, co chcieliby zmienić w swoim otoczeniu, jakie mają pomysły, jak powinna wyglądać ich firma, itd. Zgłoszone przez nich uwagi powinny stać się tematami prezentacji. Należy wymagać podania dużej liczby przykładów, a następnie wypisać je na tablicy wraz z nazwiskami autorów. Nauczyciel przeprowadza aukcję tematów. Uczniowie mają do dyspozycji po 1 000 zł, a cena wywoławcza każdej propozycji wynosi 5 zł. Uczniowie dysponujący pieniędzmi po zakończeniu aukcji zostaną ukarani – będą musieli wybrać do opracowania te tematy, które nie zostały wybrane, a więc zostały uznane za gorsze. 3. Uczniowie mają po 10 minut na przygotowanie prezentacji, a nauczyciel służy pomocą w razie potrzeby. Trzeba zaznaczyć, że uczniowie powinni wykorzystawać w swojej preznetcji przede wszystkim gesty. Nalezy również ich zachęcać, by wzajemnie sobie pomagali. 4. Po każdej prezentacji pozostali uczniowie muszą powiedzieć, czego się z niej dowiedzieli (nauczyciel powienien wstrzymać się jednak od komentarzy). Każdy z uczniów musi się postarać zapreznetować swój temat w taki sposób, aby nawet nie znający jej tematu uczniowie mogli w ciągu 60 sekund domyślić się, o jakie zagadnienie chodzi. Oto kilka przykładów: • Osoba trzyma w wyciągniętych wysoko rękach rysunek telefonu: „On ciągle wisi na telefonie". • Osoba zbiera od innych zegarki: „Nigdy nie wystarcza mi czasu..."
Cel zajęć	Uczniowie nauczą się: • kreowania pomysłów biznesowych • rozwijać umiejętność analitycznego myślenia • wzmacniać pewność siebie • komunikacji
Czas	Około 45 min.

1 Copyright by Andy Kirby 1992. Authorized translation from the English language edition published by Gower Publishing Limited
Copyright for the Polish edition by Oficyna Ekonomiczna, Oddział Polskich Wydawnictw Profesjonalnych Sp. z o.o. 2003 Copyright for the Polish edition by Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o. 2011

2.
KREATYWNOŚĆ I INNOWACJE

I. Kreatywność i innowacje

Opis lekcji	Doświadczenie wynikajace z poniższych sytuacji pokaże uczniom, jak wyeliminować stereotypy i jak myśleć nieszablonowo, unikać kłótni i znajdować rozwiązanie problemów
Kompetencje, umiejętności nabyte podczas lekcji	• Nieszablonowe myślenie • Wzmacnianie kompetencji związanych z kierowaniem zespołem podczas poszukiwania nieszablonowych rozwiązań.
Narzędzia & metody	**Punkt początkowy:** Uczeń zostaje postawiony przed problemem lub sytuacją, która wymaga umiejętności znalezienia rozwiązań w szerszym kontekście. Należy zachęcić uczniów, by nie akceptowali pierwszego pomysłu, który przychodzi im do głowy i nie powtarzali tych samych pomysłów. Uczeń podczas zadania wykorzystuje arkusz roboczy – patrz szablon poniżej. **Zadanie:** 1. W pierwszej kolejności uczeń zapoznaje się z sytuacją lub problemem – 5 minut 2. Następnie próbuje znaleźć podobną sytuację lub problem (na przykład prawdziwy problem polega na tym, że pracownik nie zapewnia wymaganej wydajności – podobną sytuacją może być: dziecko nie ma dobrych wyników w szkole, kucharz nie gotuje dobrze, drzewo owocowe w ogóle nie owocuje) – max. 10 minut 3. Następnie w grupie uczniowie próbują wstrzymując się od krytyki innych wybrać pomysły i zapisać je w kolumnie – 15 minut 4. Uczniowie robią sobie krótką przerwę – 5 minut 5. Teraz zespół wspólnie analizuje analogiczne pomysły i stopniowo przekształca swoje pomysły w prawdziwe problemy lub sytuacje. Przykład: przesadzaj drzewo = przenieś pracownika na inną pozycję. Upewnij się, że drzewo nie ma szkodnika = upewnij się, że pracownik nie ma żadnych problemów zdrowotnych... i w ten sposób powstaje szeroka gama rozwiązań – 20 minut. **Analiza:** Nauczyciel rozpoczyna dyskusję, w której analizuje sposób znalezienia rozwiązań. Wskazuje na te sytuacje, kiedy pomógł uczniom myśleć nieszablonowo i jakie sposoby zostały wykorzystane do znalezienia tak szerokiej gamy rozwiązań. W jaki spósób należy dalej pracować nad pomysłami? Możliwe jest ustawienie systemu kryteriów dotyczących pomysłów: co można zrobić szybko, co będzie miało długofalowy wpływ, co jest najbardziej niezwykłe... – 20 minut
Cel zajęć	• zdolność do zwiększania różnorodności pomysłów • współpraca pomiędzy dwiema półkulami mózgu • pozbycie się stereotypów • umiejętność przenoszenia analogicznych idei na rzeczywiste problemy Uczniowie nauczą się: • przestrzegać instrukcji i zasad podczas prowadzenia dyskusji • kontrolować wpływ emocji i starych nawyków • używać technik nie tylko podczas samodzielnej pracy, ale także w zespole • przekształcać idee analogiczne w rzeczywiste problemy
Czas	75 min.

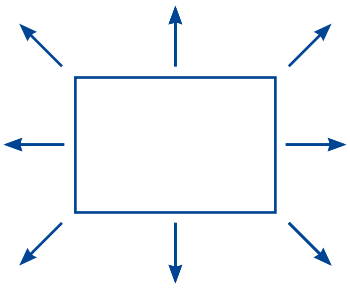
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

Kreatywna metoda motywacji do rozwiązania analogicznego

Metoda, jak prowadzić zespół w kreatywny sposób i rozwiązać problem przy minimalnym wysiłku, ale z najlepszym rezultatem

Analogia



Przykład 1 - analogiczny problem „drzewo owocowe nie owocuje“

Analogiczny problem	Możliwości rozwiązania problemu	Możliwości rozwiązania problemu w rzeczywistości	Pierwszy krok do rozwiązania problemu

Przykład 2 - prawdziwy problem „pracownik nie jest wydajny na wymaganym poziomie“

Analogiczny problem	Możliwości rozwiązania problemu	Możliwości rozwiązania problemu w rzeczywistości	Pierwszy krok do rozwiązania problemu

Inspiracja -> Wszelkie inne pomysły, które można wykorzystać podczas rozwiązywania problemu w rzeczywistości

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

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

II. Kreatywność i innowacje

Opis lekcji	Metoda „Trzy role" umożliwia zmianę pierwotnego zadania, projektu lub pomysłu poprzez komunikację z autorem pomysłu. W porównaniu z burzą mózgów, w której ocena pomysłów jest zabroniona, pomysł przechodzi krytyczną ocenę. Autorem tej metody jest Walt Disney, który wykorzystał ją przy tworzeniu nowych historii.
Kompetencje, umiejętności nabyte podczas lekcji	• Umiejętność zachowania ciekawych pomysłów lub projektyów, które z początku mogą wydawać się całkowicie absurdalne • Nauka wykorzystania tej metody w różnych procesach twórczych, niezależnie od tego, czy tworzą nowy produkt, szukanie bardziej skutecznych strategii, czy opracowywanie strategii lub kampanię reklamową • Nauka korzystania z tej metody zarówno w pracy grupowej, jak i indywidualnej
Narzędzia & metody	**Punkt wyjścia:** Strategia Disneya opiera się na fakcie, że każda osoba ma trzy różne „głosy", a te „głosy" są zaangażowane w tworzenie wszystkich pomysłów. Głosy te odgrywają ważną rolę i mają konkretne nazwy, takie jak: Marzyciel, Realista i Krytyk (optymista, realista, pesymista). Kluczem jest podzielenie procesu twórczego na trzy fazy. Ważne jest, aby śledzić trzy role i uzyskać informacje zwrotne w trakcie całego procesu. Nie dopuszcza się krytyki, podczas gdy Realista i Marzyciel rozmawiają ze sobą, ponieważ w przeciwnym razie Marzyciel się nie otworzy. Ważne jest, aby wszystkie trzy głosy dążyły do sukcesu. Konieczne jest, aby każdy miał wystarczająco dużo czasu na przemyślenie. Trzy głosy nie mogą pracować razem. **Zadanie:** 1. Nauczyciel powienin znaleźć trzy osobne miejsca dla każdego z trzech głosów, najlepiej oddzielne pomieszczenia, w którym każdy głos będzie mógł w pełni odgrywać swoją rolę – 10 min. 2. Następnie przenoości całą grupę lub parę uczniów do miejsca MARZYCIELA. Sugeruje znalezienie zrelaksowanej pozycji ciała, która jest typowa dla projekcji marzeń i zaczyna mówić o marzeniach, snach i życzeniach - jak by to było, gdyby nie było ograniczeń. Nikt nikogo nie krytykuje, nie odrzuca ani nie przedstawia propozycji realizacji, co może okazać się niezwykle trudne. W grupie powinien zostać wyznaczony jeden uczeń, który obserwuje i wszystko zapisuje. – 20 min. 3. W kolejnym etapie ćwiczenia nauczyciel przenosi całą grupę lub parę uczniów do miejsca wyznaczonego dla REALISTY. Sugeruje znalezienie pozycji ciała, która jest typowa podczas pracy lub wykonywania różnych czynności – może to być na przykład ruch – i zaczyna mówić o realizacji wspomnianych pomysłów. Jeden z uczniów zapisuje wszystko. Nikt nikogo nie krytykuje, nie odrzuca ani nie przedstawia nowych propozycji marzeń czy życzeń. Jeśli nadal jest problem z marzeniami, należy wrócić do miejsca należącego do MARZYCIELA. - 20 min.

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

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

	4. Cała grupa lub para zostaje następnie przeniesiona do pomieszczenia, w którym znajduje się KRYTYKA. Sugeruje przyjęcie pozycji ciała, która jest typowa dla sprawdzania, szukania i eliminowania zagrożeń – np. można zająć miejsce przy biurku, sprawdzając notatki. Należy przedstawić krytyczne uwagi na temat ryzyka związanego z poszczególnymi pomysłami. Jedna osoba wszystko zapisuje. Nikt wolno wymyślać żadnych nowych pomysłów ani marzeń. Jeśli nadal jest problem z marzeniami lub pomysłami, należy wrócić do pokoi MARZYCIELA lub REALISTY. - 20 min. **Analiza: 20 min.** Nauczyciel podkreśla, jak ważne było staranne oddzielenie każdego z trzech głosów. Czy uczniowie byli w stanie utrzymać przepływ swoich myśli, w jaki sposób taka zasada może być stosowana w życiu codziennym? Czego uczniowie dowiedzieli się o sobie? Na koniec można wrócić do pozycji MARZYCIELA i dowiedzieć się, czy perspektywa uczniów się zmieniła. Ten proces można powtórzyć. Brak pośpiechu jest podstawą sukcesu.
Cel zajęć	• współpraca półkul mózgu • kontrola nad krytyką • kreatywność i wdrażanie pomysłów Uczniowie nauczą się: • przestrzegać instrukcji i zasad • kontrolować wpływ emocji i starych nawyków • używać tej metody indywidualnie i w zespole • zrozumieć logikę łączenia przez grupę pomysłów
Czas	90 min.

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

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

III. Kreatywność i innowacje

Opis lekcji	Lekcja koncentruje się na weryfikacji idei biznesowej, na określeniu, które pomysły są kreatywne i mają szanse na sukces.
Kompetencje, umiejętności nabyte podczas lekcji	• Rozwój zdolności kreatywnego myślenia • Planowanie • Rozwiązywanie problemów
Narzędzia & metody	Narzędzia: test, praca grupowa, dyskusja. 1. Nauczyciel dzieli uczniów na grupy. W pierwszym etapie prosi uczniów o przygotowanie analizy danych w zakresie rynku, pomysłu biznesowego, planów na przyszłość. 2. Następnie prosi przedstawiciela każdej grupy o przeprowadzenie testu. 3. Wskazany z każdej grupy uczeń przeprowadza wywiad z pozostałym kolegami z grupy używając opracowanego kwestionariusza. 4. Komentarze i konkluzje odnośnie pomysłu powinny stanowić wsparcie dla tych pytań i obszarów, które okazały się dla grupy najbardziej problematycznymi.
Cel zajęć	Uczniowie nauczą się: • rozwijać umiejętność analitycznego myślenia • kreatywności[1]
Czas	Około 45 minut

1 The school of practical economy – youth mini-company – Foundation of Youth Entrepreneurship

Ankieta

Kryterium weryfikacyjne	**Tak**	**Nie**
Czy przeprowadziliśmy badanie rynku?		
Czy znamy cechy produktu/usługi istotne z punktu widzenia nabywcy?		
Czy nasz produkt/usługa różni się od produktów/usług konkurencji?		
Czy nasz pomysł stanowi innowację na rynku?		
Czy klienci potrzebują naszego produktu/usługi?		
Czy określiliśmy i opisaliśmy docelowy segment rynku?		
Czy potrafimy oszacować potencjalną wielkość sprzedaży?		
Czy kupilibyśmy taki produkt/usługę, gdyby zaoferowała nam ją inna firma?		
Czy posiadamy niezbędne zasoby do realizacji zadania?		
Czy posiadamy niezbędne kwalifikacje (jeśli tak, to jakie)?		
Czy określiliśmy mocne i słabe strony naszego przedsiębiorstwa?		
Czy zaplanowaliśmy nasze działania w czasie?		
Czy skalkulowaliśmy cenę naszego produktu/usługi?		
Czy warto zainwestować pieniądze w planowane przedsięwzięcie?		
W jaki sposób możemy rozwinąć pomysł w przyszłości?		

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

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

Kreatywność i innowacje

Opis lekcji	Zajęcia poświęcone są weryfikacji innowacyjności pomysłu na biznes – dyskusja wraz z argumentacją.
Kompetencje, umiejętności nabyte podczas lekcji	• Rozwijanie zdolności do kreatywnego myślenia • Planowanie • Rozwiązywanie problemów
Narzędzia & metody	Narzędzia: case study - studium przypadku 1. Na wstępie nauczyciel przedstawia klasie historię, która posłuży jako tło do lekcji oraz podstawę do dalszej debaty na temat zaproponowanych w case study rozwiązań biznesowych: • Cześć Giorgio, co u ciebie? W wakacje mówiłeś, że mimo kryzysu nie masz większych obaw o przyszłość. • W porządku, sam widziałeś, że kwatery w naszym pensjonacie nawet nieźle się sprzedały, a ojca gospodarstwo też całkiem dobrze stoi – może dlatego, że jest w starym stylu, a to teraz takie modne, ekologiczne i w ogóle. Niestety, z ostatnich zbiorów zostało nam jeszcze 20 ton mandarynek. • No tak, pamiętam wasz ser z owczego mleka i oliwę z oliwek – były pyszne. Ale wiesz co? Ja właśnie założyłem swoją firmę. • Póki co handluję czym się da, głównie przez Internet. Może sprowadziłbym te mandarynki do Polski? Muszę się zorientować. • Pewnie, może to i dobry pomysł. Jak chciałbyś je zabrać? Wszystkie naraz czy małymi partiami? Wiesz, one są w chłodni, ale wiecznie tam leżeć nie mogą. • Tak naprawdę, to jeszcze nie wiem. Przecież wpadłem na ten pomysł przed chwilą! Muszę sprawdzić, czy dam radę sprzedać je w takiej ilości. Może jakiejś sieci handlowej, a może na giełdzie rolno-spożywczej? Bo własnych stoisk chyba nie zdążę zorganizować. Przecież jest połowa listopada. A może bym zdążył? • Ale, najważniejsze pytanie – po ile chcecie sprzedać te mandarynki? • Muszę pogadać z ojcem. Chyba nie będzie chciał drogo, bo to końcówka i chciałby się tego pozbyć. Jakbyś zapłacił od razu, to jeszcze upust dostaniesz. • No, z tym może być gorzej. Czy sprzedacie mi to z jakimś dogodnym terminem płatności? • Porozmawiam z ojcem. Może się uda chociaż częściowo, wiesz, on nie lubi sprzedawać na kredyt. • Dobra. To obaj mamy lekcję do odrobienia. Ja muszę się zorientować, co i jak na rynku, a ty pogadaj z ojcem. Zadzwonię znowu za kilka dni. • OK. To do usłyszenia. • Cześć. Pozdrów rodzinę.[1]

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

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

	2. Następnie nauczyciel prezentuje pytania, nad którymi uczniowie muszą wspólnie debatować • Dlaczego greckie gospodarstwo rodziny Giorgia jest w niezłej kondycji mimo kryzysu? • Jakie czynniki (ekonomiczne i nieekonomiczne) trzeba brać pod uwagę przy prowadzeniu działalności gospodarczej i co z tego wynika? • Czy uważasz, że zaproponowane rozwiązanie przysłuży się obu firmom? 3. Uczniowie prezentują swoje odpowiedzi i wspólnie dyskutują.
Cel zajęć	Uczniowie nauczą się: • rozwijać umiejętność analitycznego myślenia • kreatywności • rozwijać kompetencje ważne dla bycia przedsiębiorcą
Czas	Około 30 min.

1 The school of practical economy – youth mini-company – Foundation of Youth Entrepreneurship

3.
POMYSŁY I MOŻLIWOŚCI

I. Pomysły i możliwości

Opis lekcji	Uczestnicy pracują w grupach - rozwijają umiejętności komunikacyjne, prezentacyjne i argumentacyjne.
Kompetencje, umiejętności nabyte podczas lekcji	• Myślenie biznesowe • Efektywna komunikacja • Prezentacja produktu • Negocjacje
Narzędzia & metody	**Punkt wyjścia:** Nauczyciel przedstawia uczniom następującą sytuację: „Wyobraź sobie, że masz małą firmę, która została założona kilka lat temu. Masz pomysł na nowy produkt, który możesz wprowadzić na rynek. Ale nie masz pewności, czy jest to właściwa decyzja i czy powinieneś to zrobić." **Zadanie:** 1. Nauczyciel tworzy dwie grupy. 2. Jedna grupa spisuje listę wyjaśniającą korzyści wprowadzenia nowego produktu na rynek (dlaczego powinniśmy to zrobić). Druga grupa robi listę, jakich problemów lub negatywów można się spodziewać podczas uruchamiania nowego produktu (dlaczego nie powinniśmy tego robić). 3. Każda grupa ma 2 minuty na przedstawienie swoich pomysłów, aby przekonać drugą grupę. 4. Następnie grupy wymienią swoje listy pomysłów. Oznacza to, że jedna grupa w negatywnych aspekatch stara się znaleźć pewne możliwości i korzyści, natomiast uczniowie z drugiej grupy w korzyściach powinni znaleźć problemy. 5. Na koniec grupy są łączone i szukają możliwego konsensusu. **Analiza:** Nauczyciel zadaje uczniom pytania, aby uzyskać dwa punkty widzenia, uzyskać wymianę poglądów i ich wpływ na wynik procesu decyzyjnego, prowadzący do kompleksowego obrazu - korzyści.
Cel zajęć	• umiejętność poszukiwania możliwości • myślenie analityczne Uczniowie nauczą się: • jak szukać korzyści dla produktu • jak sprzedać swój pomysł • jak mieć szerszą perspektywę
Czas	30 min.

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

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

II. Pomysły i możliwości

Opis lekcji	Uczniowie pracują z jedną z podstawowych metod prowadzenia działalności strategicznej, jaką jest analiza SWOT.
Kompetencje, umiejętności nabyte podczas lekcji	• Myślenie biznesowe • Poznanie rynku • Świadomosć swoich mocnych i słabych stron • Lepszy pomysł na konkurencję
Narzędzia & metody	**Punkt wyjścia:** Uczniowie muszą się dowiedzieć, czy sensowne jest kontynuowanie działalności gospodarczej, czy tez konieczna jest zmiana strategii biznesowej na postawie analizy SWOT. **Zadanie:** 1. Uczniowie dzielą się na dwie grupy. 2. Analiza SW będzie ściśle oparta na faktach, które pochodzą z wewnętrznego środowiska firmy. 15 min. na zapisanie: • Jedna grupa przygotuje listę mocnych stron firmy, członków zespołu i produktu. • Druga grupa skoncentruje się na słabościach firmy. 3. Grupy wymienią swoje listy i dodają to, czego ich zdaniem brakuje. 4. Następnie grupy najpierw przedstawiają mocne strony, a potem wspominają o słabościach. 5. Teraz uczniowie podzielą się na te same dwie grupy. Analiza OT będzie ściśle oparta na faktach, które pochodzą z zewnętrznego środowiska firmy. 15 min. na zapisanie: • Jedna grupa przygotuje fakty dotyczące możliwości firmy. • Druga grupa przygotuje fakty dotyczące zagrożeń firmy. 6. Teraz grupy wymieniają się listami i mają 10 min. na dodanie czegoś, czego ich zdaniem brakuje. 7. Następnie grupy będą najpierw prezentować O (szansa), a potem T (zagrożenie). 8. Nauczyciel znów łączy grupy. Uczniowie przygotowują wnioski i określają plany na następny okres. **Analiza:** Nauczyciel upewnia się, że uczniowie wykorzystali wszystkie dostępne opcje i że podczas prezentacji zastosowali zasadę wewnętrzną (SW) vs. zewnętrzną (OT). Ważne jest, aby wykorzystać obecną motywację uczniów i pokazać im konkretne etapy działania.
Cel zajęć	• świadomość status quo • myślenie analityczne Uczniowie nauczą się: • rozróżnić, na co można i nie można mieć wpływu • większą uwagę przykuwać do zasobów • mieć szerszą perspektywę
Czas	120 min.

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

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

III. Pomysły i możliwości

Opis lekcji	Uczniowie zdobywają wiedzę z zakresu kreowania pomysłów biznesowych oraz dowiadują się, w jaki sposób wykorzystać kompetencje do prowadzenia działalności gospodarczej.
Kompetencje, umiejętności nabyte podczas lekcji	• Rozwijanie zdolności kreatywnego myślenia • Pobudzanie motywacji, pasji • Rozwiązywanie kwestii problemowych pod presją czasu
Narzędzia & metody	1. Nauczyciel w punktach przedstawia uczniom etapy tworzenia strategii biznesowej: • stworzenie produktu lub usługi • zdobycie środków finansowych na realizację działań • opracowanie biznes planu • prezentacja produktu/usługi potencjalnym klientom • założenie firmy • sprzedaż • kampania promocyjna • analiza rynku/obserwacja 2. Następnie dzieli klasę na dwuosobowe zespoły. W parach uczniowie określają właściwy – ich zdaniem – porządek działania. 3. Uczniowie muszą umotywować na forum klasy, dlaczego zdecydowali się na taki harmonogram.
Cel zajęć	Uczniowie nauczą się: • tworzyć pomysły biznesowe • opracowywać pomysły na własną firmę i jej prowadzenie • opracowywać biznesplan
Czas	Około 30 min.

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

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

IV. Pomysły i możliwości

Opis lekcji	Burza mózgów odnośnie możliwości sfinansowania pomysłów biznesowych. Uczniowie podejmą próbę analizy źródeł finansowania – od sponsoringu, poprzez konkursy, inwestycje, europejskie fundusze – o które przedsiębiorca może się ubiegać.
Kompetencje, umiejętności nabyte podczas lekcji	• Rozwój umiejętności kreatywnego myślenia, finansowej analizy rynku • Podniesienie kompetencji w zakresie matematyki, statystyki
Narzędzia & metody	1. Nauczyciel przedstawia uczniom następującą sytuację: „Wyobraź sobie, że masz wspaniały pomysł biznesowy. Jedynym problemem pozostaje kwestia finansowa…. czy powinieneś udać się do banku i złożyć wniosek kredytowy, czy może są jakieś inne możliwości…" 2. Następnie dzieli klasę na grupy i zleca uczniom zadanie: „W grupie zaprojektuj pomysł biznesowy oraz podejmij decyzję (na podstawie zaproponowanych możliwości), w jaki sposób możesz sfinansować swój start-up? Spróbuj przekonać pozostałych uczniów, iż wybrany sposób finansowy będzie najlepszy dla waszego przedsięwzięcia: • międzynarodowe inwestycje • konkurs • kapitał joint venture • środki funduszy europejskich • kredyt • pożyczka • pożyczka "od rodziny" • środki od klientów/kontrahentów • inne 3. Uczniowie przedstawiają swoje propozycje na forum klasy, a pozostałe zespoły mogą zadawać pytania i dyskutować.
Cel zajęć	Uczniowie nauczą się: • rozwijać umiejętność analitycznego myślenia • tworzyć strategie biznesowe • prowadzić debatę • przeprowadzać analizę SWOT
Czas	Około 45 min.

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

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

ZLEPŠI SI TECHNIKU
The bellie
TEMPERATURE T-SHIRT

4.
ZASOBY I WSPÓŁPRACA

I. Zasoby i współpraca

Opis lekcji	Ryzyk frisbee-k: działanie eksperymentalne, w którym uczniowie będą próbowali pracować w zespole, stworzą strategię i otrzymają natychmiastową informację zwrotną na temat wdrożonej strategii.
Kompetencje, umiejętności nabyte podczas lekcji	• Myślenie strategiczne • Negocjacje • Umiejętność pracy zespołowej • Planowanie zasobów • Wdrożenie strategii • Koordynacja • Otrzymywanie informacji zwrotnej, odpowiedzi na problem.
Narzędzia & metody	• Nauczyciel przygotowuje 5 sztuk frisbee i jakiegoś rodzaju oznakowanie lub rysuje linie, zza których będą rzucane frisbee. • Uczniowie wybierają swoje miejsca, z których będą rzucać do celu. Reszta grupy będzie podawać frisbee. Te pozycje są ustalone na całą długość trwania gry, nie można ich zmienić podczas gry. • Uczniowie rzucający frisbee nie mogą stać dalej niż jeden krok od wyznaczonych miejsc do rzucania. • Im dalej do celu, tym więcej punktów uczniowie zdobywają. Na raz tylko jeden uczeń rzuca frisbee i za każdym razem woła swoje imię, zanim je wyrzuci. • Jedna osoba jest wyznaczona do podawania tych frisbee, które trafiły w cel lub które spadły na ziemię, ale przekazuje je do członka drużyny, który jest najdalej od celu. Nastepnie frisbee jest podawane od jednego ucznia do drugiego, aż dotrze do członka zespołu, który jest najbliżej celu. Tylko od uczniów zależy, jaką strategię wybiorą.
Cel zajęć	Uczniowie nauczą się: • współpracy w zespole • negocjowania strategii i znajdowania kompromisu/wspólnego rozwiązania • systematyzowania odpowiedzi na problem • dawać i otrzymywać informacje zwrotne
Czas	45 min

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

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

II. Zasoby i współpraca

Opis lekcji	Budowa mostu: doświadczenie, w którym uczniowie próbują pracować w zespole i w obrębie zespołów. Próbują również pracować z zasobami.
Kompetencje, umiejętności nabyte podczas lekcji	• Myślenie strategiczne • Negocjacje • Umiejętność znajdowania porozumienia w zespole, a także pomiędzy zespołami • Planowanie zasobów • Wdrożenie strategii • Koordynacja • Informacja zwrotna, odpowiedź na problem
Narzędzia & metody	Nauczyciel dzieli zadanie na cztery części: 1. Wprowadzenie • Nauczyciel przeprowadza wprowadzenie do historii (dwa kraje, rzeka) • Tworzy drużyny • Rozdaje materiały, krótkofalówki • Uczniowie ustawiają się w swoich stacjach roboczych 2. Budowa mostu • Uczniowie komunikują się tylko za pośrednictwem krótkofalówek • Przygotowują się do przeniesienia mostu 3. Łączenie mostu • Przeniesienie połówek mostu do jednego miejsca. Wszystkie trzy stanowiska robocze mają dwa biurka (dwa oddzielne i jedno wspólne) i między nimi znajduje się 50 cm przerwa • Łączenie mostu • Przeprowadzane jest badanie obciążenia - ciężarówka załadowana szampanem 4. Wnioski i ocena • Zdjęcia • Opinie: • Co się udało? • Jaki ma to związek z prawdziwym projektem? - Konkurencja między zespołami (indywidualne cele uczestników, które są nadrzędne względem celu zespołu, co jest nieprawidłowe) - Niedokładne informacje • Niewystarczająca i zbyt krótka dyskusja nt. projektu, przejście od razu do rozwiązania/działania • Czasu i układ ról (raczej intuicyjny) • Co zrobiłbyś/zrobiłabyś inaczej następnym razem Budowa mostu zajmie większość czasu co najmniej 30 minut, połączenie mostu powinno zająć do 10 minut, a wprowadzenie i zakończenie po 10 minut.
Cel zajęć	Uczniowie nauczą się: • współpracy w zespole • kompromisów w strategii zespołu i przekazywanie ich innym zespołom • przedstawiania swoich propozycji i opracowywania strategii wdrożenia • porozumienia z innymi zespołami w sprawie rozwiązania i strategii procesu • odpowiadania na problem • koordynacji w zespole • dawania i otrzymywania informacji zwrotnych
Czas	60 min.

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

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

III. Zasoby i współpraca.

Opis lekcji	Lekcja koncertuje się na budowaniu, podtrzymywaniu i rozwiązywaniu problemów w relacjach pomiędzy przedsiębiorcami oraz pozostałymi interesariuszami działającymi w otoczeniu instytucji/firmy.
Kompetencje, umiejętności nabyte podczas lekcji	• Rozwój kompetencji związanych z budowaniem relacji i kapitału społecznego
Narzędzia & metody	Narzędzia: dyskusja, praca w grupie, prezentacja. Dodatkowe narzędzie: case study - studium przypadku. 1. Nauczyciel na początku lekcji zwraca uwagę uczniów na fakt, iż nie sam konflikt jest źródłem nieporozumień i walki, ale sposoby jego rozstrzygania przez ludzi. 2. Nauczyciel rozdaje uczniom materiał pomocniczy: zachowania ludzi w sytuacjach konfliktowych i prosi ich, aby go przeanalizowali, podkreślając te informacje, które ukazują konstruktywne zachowania ludzi. 3. Nauczyciel dzieli klasę na dwa zespoły i prosi, aby każdy zespół w graficzny sposób przedstawił wybrane przez siebie dwa konstruktywne zachowania. 4. Uczniowie pracują w grupach. 5. Na koniec każda grupa przedstawia opracowane przez siebie materiały, a nauczyciel zachęca do dyskusji.
Cel zajęć	Uczniowie nauczą się: • pracować w grupach • rozwijać dobre relacje w grupie – w szczególności podczas rozwiązania problemów i konfliktów • rozwijać umiejętności mediacyjne
Czas	Około 30 min.

Zachowanie ludzi w konflikcie - studium przypadku

Unikanie	Może polegać na fizycznym wycofywaniu się z sytuacji konfliktowych lub takich, które grozić mogą ich powstaniem. Unikać – czyli udawać, że konfliktu nie ma. Nie zwracać uwagi na sygnały napięcia, złośliwe uwagi, nieprzyjazne gesty, plotki czy inne trudności z porozumiewaniem się. Jest to sposób charakterystyczny dla ludzi, którzy wolą się wycofać niż konstruktywnie rozwiązać konflikt. Zbyt silnie odczuwają napięcie emocjonalne. Najprawdopodobniej w przeszłości jakieś konflikty zraniły ich tak mocno, że pamięć o tym powoduje reakcję wycofywania się. Ludzie reagujący w ten sposób odwlekają trudne rozmowy, ignorują innych, pomijają milczeniem trudne dla nich sprawy, starają się nikomu nie wchodzić w drogę.
Rywalizacja	Tę strategię stosują osoby rozpatrujące konflikt w kategoriach „kto-kogo". Dla nich zawsze musi być zwycięzca i zwyciężony. Wygrana przeważnie dokonuje się kosztem kogoś innego. Zwycięstwo to sukces, siła, podniesienie statusu, przegrana to porażka, słabość, utrata prestiżu. Dla osób chętnie wchodzących w rywalizację wynik jest ważniejszy od sposobu działania, chcą zwyciężyć za wszelką cenę, dlatego często stosują nieuczciwe chwyty, w myśl zasady „cel uświęca środki". Należy pamiętać, że przegrana budzi chęć odwetu. Pozostawia atmosferę niechęci czy wrogości, co komplikuje codzienne kontakty i utrudnia współdziałanie. Dla niektórych ludzi strategia rywalizacji jest kusząca, ponieważ podnosi ich samoocenę.
Łagodzenie	Ten sposób stosują osoby, którym bardzo zależy na dobrych stosunkach z otoczeniem i w imię tego gotowe są zrezygnować z własnych potrzeb. Często u podłoża takich zachowań jest obawa przed samotnością lub odtrąceniem przez otoczenie. Osoby skłonne do łagodzenia konfliktów traktują je jako coś złego. Czasem obecność takich osób sprzyja rozładowaniu napięć w sytuacjach, gdy emocje biorą górę nad rozsądkiem.

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

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

Kompromis	Oparty jest na przekonaniu, że człowiek nie zawsze może robić to, co chce i jak chce, czasem musi znaleźć płaszczyznę porozumienia. Ludzie dążący do kompromisu szukają możliwych rozwiązań i są przekonani, że każdy powinien zrezygnować z części swoich celów i wykazać więcej zrozumienia dla innych. Kompromis bywa skuteczny wówczas, gdy strony konfliktu są równie „mocne", a także wtedy, gdy brakuje czasu na dłuższe negocjacje. Osoby opowiadające się za kompromisem mają przekonanie, że konfliktu nie da się rozstrzygnąć inaczej niż poprzez wzajemne ustępstwa. Demonstrują postawę pojednawczą, wychodzą z ofertą porozumienia. Liczą na to, że zadziała zasada wzajemności, co znaczy, że druga strona wystąpi z podobnymi propozycjami.
Kooperacja	Jest to strategia stosowana przez osoby, które wiedzą, czego chcą i potrafią o to zabiegać, a zarazem takie, którym bardzo zależy na dobrych kontaktach z innymi. Zwolennika kooperacji wyróżnia przekonanie, iż jest możliwe takie rozwiązanie konfliktu, które w sumie da największą korzyść wszystkim stronom. Wiąże się z wolą zaakceptowania potrzeb i celów drugiej strony konfliktu bez rezygnacji z własnych. Wynika też z przekonania, że można wypracować rozwiązanie satysfakcjonujące obie strony. A nawet, jeśli nie do końca, to zawsze warto szukać takiego rozwiązania. Jest to najbardziej efektywny sposób reagowania na konflikt.
Odwlekanie	Sposób ten polega na odsuwaniu momentu rozwiązania konfliktu w bliżej nieokreśloną przyszłość. Może to spowodować, że partner się zniechęci, napięcie emocjonalne osłabnie i sprawa rozwiąże się sama. Jednak bardziej prawdopodobne jest, że odwlekanie umocni konflikt, napięcie emocjonalne między stronami narośnie i w rezultacie problem okaże się trudniejszy do rozwiązania niż był na początku.
Arbitraż	Ma zastosowanie w tzw. przypadkach beznadziejnych, kiedy strony konfliktu nie są w stanie same się porozumieć. Pomoc ekspertów lub osób bezstronnych, z których zdaniem liczą się obie strony, jest wtedy bardzo wskazana. Warunkiem korzystania z tego sposobu radzenia sobie z konfliktami jest zgoda stron co do tego, że warto go zastosować i co do osób, które mogłyby pełnić rolę arbitrów. Arbitraż bywa skuteczny, gdy: • żadna ze stron nie ma pomysłu na rozwiązanie sporu i rozmowy utknęły w martwym punkcie, • nasi przeciwnicy są do nas silnie uprzedzeni i nie mamy szans, by to nastawienie zmienić, • kolejne pomysły rozwiązań, w naszym pojęciu sensowne i uwzględniające interesy strony przeciwnej, są odrzucane, • porozumienie jest tak trudne, że nie sposób ustalić nawet tak podstawowych spraw, jak przedmiot rozmów czy terminy spotkań.
Negocjacje	Oznaczają rozmowę mającą na celu uzgodnienie wspólnego stanowiska w danej sprawie. Negocjacje są metodą postępowania przydatną w sytuacjach, gdy występuje częściowa niezgodność interesów, nie są one jednak zupełnie przeciwstawne. Sytuacje takie są częste, ponieważ powodzenie naszych spraw zależy w dużym stopniu od tego, jak zachowują się inni. Powszechnie uważa się, że negocjacje są najlepszym sposobem postępowania w sytuacji konfliktu interesów. Metoda ta nie posiada wad, którymi odznaczają się pozostałe metody. W przeciwieństwie do ignorowania czy odwlekania, prowadzi do rozwiązania konfliktu. Nie grozi tyloma negatywnymi konsekwencjami co walka. Nie zakłada konieczności rezygnacji z własnych interesów, z czym mamy do czynienia, gdy jedna strona ulega drugiej. Ale siłą negocjacji jest przede wszystkim fakt, że stwarzają one realną nadzieję na uzyskanie takiego rozwiązania, które będzie satysfakcjonować obie strony.[1]

1 Materiał opracowano w ramach projektu „Szkoła praktycznej ekonomii – młodzieżowe miniprzedsiębiorstwo" realizowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach EFS

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

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

IV. Zasoby i współpraca

Opis lekcji	Lekcja koncertuje się na określeniu, jakie zasoby są ważne dla rozwoju firmy – rozważania w kategoriach zasobów finansowych i niefinansowych.
Kompetencje, umiejętności nabyte podczas lekcji	• Zdolność do obrony argumentów, swojego stanowiska • Umiejętność prowadzenia dyskusji, określenia, które z dóbr (materialne czy niematerialne) są ważne
Narzędzia & metody	Narzędzia: dyskusja, praca w grupach 1. Nauczyciel dzieli klasę na grupy. 2. Uczniowie otrzymują na kartkach wyszczególnione przykłady zasobów, które mogą się okazać ważne dla firmy. Uczniowie w grupach powinni podzielić zasoby na: finansowe i niefinansowe. • pożyczki • kredyty • pieniądze • samochód • komputer • patenty • maszyny produkcyjne • wiedza i doświadczenie • wykwalifikowana kadra • doświadczenie • baza klientów • inne 3. Po kilku minutach uczniowie zaprezentują opracowane materiały na forum klasy, wyjaśniając pozostałym grupom swój podział zasobów na: finansowe i niefinansowe, jak również uzasadniają, które ich zdaniem są najważniejsze dla rozwoju firmy.
Cel zajęć	Uczniowie nauczą się: • pracować w grupach • tworzyć argumenty, a następnie bronić ich i przygotowywać kontrargumenty
Czas	Około 30 min.

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

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

5.
PREZENTACJA I SPRZEDAŻ

I. Prezentacja i sprzedaż

Opis lekcji	Opis zdjęcia i znalezienie pary - oryginał i kopia zdjęcia
Kompetencje, umiejętności nabyte podczas lekcji	• Rozwój skutecznej komunikacji, retoryki • Skupienie się na celu w komunikacji • Praca z językiem opisowym
Narzędzia & metody	**Ćwiczenie ze zdjęciami** Narzędzia: 6 x 2 szt. tego samego zdjęcia (przy 12 uczniach) **Proces:** 1. Nauczyciel przygotowuje 6 różnych zdjęć + 6 kopii tych zdjęć dla 12 uczniów (na przykład zdjęcia przyrody, które można znaleźć w Internecie, zdjęcia artystów impresjonizmu, na przykład most nad rzeką) i drukuje je na papierze formatu A5. 2. Nastepnie rozdaje zdjęcia losowo uczniom, aby dwóch uczniów miało ten sam obraz. Uczniowie nie powinni wiedzieć, że mają te same zdjęcia. **Zadanie:** 1. Nauczyiel przedstawia zadanie: „Jesteś kustoszem galerii. Wymyśl tytuł swojego zdjęcia w 3 minuty. Teraz podaj innym tytuł swojego zdjęcia. Pomyśl o krótkim opisie swojego zdjęcia do katalogu sztuki." Przygotowanie + opis – inni uczniowe słuchają. 2. Nastepnie wprowadza dodatkowy element: „Zdjęcia są warte dużo pieniędzy i dlatego mamy tutaj oryginał, ale także kopię. Zapytaj innych uczniów o ich zdjęcia, aby dowiedzieć się, czy masz kopię czy oryginał." Podczas tego ćwiczenia tylko jedna osoba mówi na raz. Jeśli znaleziono parę oryginału i kopii, nauczyciel sprawdza, czy to sie zgadza. **Analiza:** • Co Ci najbardziej pomogło? • Co uważasz za najbardziej przydatne pod względem wyboru słów? (szczegóły, dokładność, brak domniemań, różne punkty widzenia, otwartość, możliwość słuchania innych, doświadczenie, dzięki którym ludzie postrzegają świat inaczej) • Co zrobiłbyś inaczej następnym razem i dlaczego? **Zalecenia:** Zalecane jest ponowne wykonanie tego zadania i poprawa doboru słów.
Cel zajęć	Uczniowie nauczą się. • w jaki się wypowiadają • doświadczać AHA! momentu i dowiedzą się, jak komunikować się w inny sposób
Czas	1 runda zajmuje ok. 30 min. 2 rundy zajmują do 45 min.

II. Prezentacja i sprzedaż

Opis lekcji	Działanie opisujące emocje, w których używana jest mowa ciała. Ta aktywność zakłada unikania komentarzy na temat robienia głupich min, przewracania oczami itp.
Kompetencje, umiejętności nabyte podczas lekcji:	• Rozwój słownego komponentu komunikacji, retoryki • Skupienie się na celu w komunikacji • Praca z językiem opisowym
Narzędzia & metody	**Zadanie:** 1. Nauczyciel tworzy zespoły po trzy osoby i ustawia uczniów plecami do siebie. 2. Jeden członek zespołu przedstawia zdecydowane emocje jako żywy posąg. 3. Drugi uczeń z zespołu jest komentatorem i szczegółowo opisuje, co widzi. 4. Natomiast trzeci członek zespołu stojąc tyłem do pierwszego członka zespołu, próbuje skopiować żywy posąg zgodnie z instrukcjami komentatora. **Analiza:** Co było dla Ciebie przydatne? Kiedy nadeszła chwila AHA!? Co zrobiłbyś/zrobiłabyś inaczej następnym razem i dlaczego?
Cel lekcji	Zadanie służy jako lodołamacz do prezentacji, werbalnych i niewerbalnych elementów komunikacji, a także zapobiegania konfliktom. Uczniowie nauczą się: • doświadczać momentu AHA! • jak można komunikować się w różny sposób • skupiać się na właściwym doborze słów
Czas	15 min.

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

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

III. Prezentacja i sprzedaż

Opis lekcji	Główny cel lekcji koncertuje się na wspieraniu rozwoju umiejętności w zakresie komunikacji werbalnej i niewerbalnej.[1]
Kompetencje, umiejętności nabyte podczas lekcji	Komunikacja werbalna i niewerbalna Trening asertywności
Narzędzia & metody	1. Nauczyciel przekazuje wiedzę na temat komunikacji niewerbalnej i zwraca uwagę na fakt, że wypowiadane słowa nie zawsze pasują do gestów, czyli środków komunikacji niewerbalnej. Nauczyciel nawiązuje również do asertywności, jeżeli jest ona przedmiotem zajęć. 2. Następnie dzieli klasy na pary, w których jeden z uczniów będzie partnerem A, drugi – partnerem B. Partner A zaprezentuje wypowiedź na określony temat, natomiast B dobierze do jego słów odpowiednie środki komunikacji niewerbalnej. Partner A stanie za B i chwyci go w pasie; B wysunie ręce przed siebie i będzie nimi ruszał tak, jak gdyby były to ręce partnera A. 3. Nauczyciel wyjaśnia ewentualne wątpliwości i pyta poszczególne pary o temat ich prezentacji. Jeżeli uczniowie mają trudności z ich wyborem, nauczyciel proponuje przykłady a. Prezydent ogłasza swoją rezygnację. b. Przedsiębiorca wnioskuje o pożyczkę w banku. c. Specjalista HR przeprowadza rozmowę rekrutacyjną. d. Polityk udziela wywiadu po wygranych wyborach. 4. Po każdej zmianie par uczniów nauczyciel przeprowadza krótką dyskusję.
Cel lekcji	Uczniowie nauczą się: • w jaki sposób rozwijać umiejętności komunikacyjne – w szczególności komunikacji niewerbalnej • w jaki sposób można wzmacniać relacje w grupie
Czas	Okolo 30 min.

1 Copyright by Andy Kirby 1992. Authorized translation from the English language edition published by Gower Publishing Limited
Copyright for the Polish edition by Oficyna Ekonomiczna, Oddział Polskich Wydawnictw Profesjonalnych Sp. z o.o. 2003
Copyright for the Polish edition by Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o. 2011

IV. Prezentacja i sprzedaż

Opis lekcji	Nauczyciel przygotowuje dla uczniów zaproponowane scenariusze pokazowe: „podpisywanie umowy w banku"; „przeprowadzenie rozmowy kwalifikacyjnej".[1]
Kompetencje, umiejętności nabyte podczas lekcji	• Trening komunikacji werbalnej, niewerbalnej • Działania marketingowe • Budowanie relacji w grupie
Narzędzia & metody	1. Nauczyciel dzieli uczniów na dwie grupy. Każdej z nich wręcza jedną z przygotowanych wcześniej kartek z napisem dot. sytuacji pokazowej. 2. Każda grupa wybiera spośród siebie ucznia, który stanie naprzeciwko drugiej grupy i będzie opisywał jej przedmiot lub zjawisko przedstawione na kartce, nie używając oczywiście zapisanych na niej słów. 3. Podczas prezentacji uczeń, który przekazuje zawartość kartki nie może się poruszać i musi trzymać ręce przy sobie. Każda grupa w pierwszej kolejności powinna się zastanowić, co może pomóc w tym zadaniu i jak je najlepiej wykonać. 4. Nauczyciel po zakończeniu prezentacji przeprowadza dyskusję, zwracając uwagę na następujące zagadnienia: • Na czym polegała największa trudność? • Czy możliwość poruszania rękami ułatwiłaby zadanie?
Cel lekcji	Uczniowie nauczą się: • w jaki sposób przezwyciężać strach podczas prezentacji • nowych form prezentacji i działań marketingowych
Czas	Około 45 min.

1 Copyright by Andy Kirby 1992. Authorized translation from the English language edition published by Gower Publishing Limited
Copyright for the Polish edition by Oficyna Ekonomiczna, Oddział Polskich Wydawnictw Profesjonalnych Sp. z o.o. 2003
Copyright for the Polish edition by Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o. 2011

This project is financed by Erasmus+ Strategic partnership, Grant Agreement No.: 2016-CZ01-Ka202-024054

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

NIESNER
TRŽIŠTĚ NÁPADŮ

CHNIKU
TECHNICKÁ
ERZITA
AVA
W.ZLEPSISITECHNIKU.CZ
ZLEPŠI SI
TECHNIKU

SAN
FRAN
CENU POROTY
ZLEPŠI SI TECHNIKU
ZLEPŠI SI TECHNIKU

PROJEKT

FIND YOUR INNER INVENTOR

KONSPEKT LEKCJI

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