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

PROJECT

FIND YOUR INNER INVENTOR

PODRĘCZNIK Z ĆWICZENIAMI
(WERSJA KRÓTKA)

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

PROJECT DETAILS

PROJECT TITLE: FIND YOUR INNER INVENTOR

PROJECT ACRONYM: FYII

PROJECT NUMBER: 2016-1-CZ01-KA202-024054

UNIVERSITY OF ICELAND
SCHOOL OF EDUCATION

University
of Bielsko-Biala

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.

WPROWADZENIE

Wprowadzenie

Celem proponowanych działań jest zwiększenie zainteresowania przedsiębiorczością wśród uczniów średnich szkół zawodowych oraz poprawa jakości kształcenia w zakresie przedsiębiorczości. Projekt ma na celu zaangażowanie w nauczanie doświadczonych pracowników etatowych, którzy mają doświadczenie w zarządzaniu zespołem, biznesie i jego rozwoju, nowych formach działalności i wykorzystaniu nowoczesnych technologii. Ma to za zadanie przyczynić się do wysokiej jakości połączenia wiedzy teoretycznej studentów i nauczycieli z praktyką oraz wzbogacenia jej o element rozwiązywania rzeczywistych problemów, które pojawiają się podczas planowania i wdrażania biznesplanu.

Cel zostanie osiągnięty poprzez wdrożenie przedmiotu biznesowego, który będzie nakierowany na pracę zespołową studentów pod kierunkiem doświadczonych mentorów. Rezultatem działań będzie również zmotywowanie uczniów i nauczycieli do ćwiczeń praktycznych z zakresu przedsiębiorczości. Nauczyciele zdobędą doświadczenie, by w przyszłości wspomóc uczniów w tym temacie.

Zarówno Republika Polska, jak i cała Unia Europejska przechodzą szereg zmian, które mają, między innymi, wpływ na rynek pracy i wymagania zarówno wobec przedsiębiorców, jak i pracowników. Innowacja i postęp technologiczny oznaczają jednocześnie wiele nowych możliwości i nowych obszarów biznesu, jednak należy zwrócić szczególną uwagę na stworzenie warunków, które pozwolą wykorzystać powyższe, nowe możliwości. Z tego powodu edukacja z zakresu przedsiębiorczości stała się ostatnio przedmiotem analizy i jest traktowana priorytetowo w promowaniu przedsiębiorczości i jej ducha.

Sektor biznesu odgrywa niezwykłą rolę w rozwoju gospodarki krajowej i tworzeniu nowych miejsc pracy. Różnorodne pozytywne efekty kształcenia z zakresu przedsiębiorczości na rzecz wzrostu i zatrudnienia zostały przedstawione przez Komisję Europejską w 2015 roku w Edukacji biznesowej: Podróż do sukcesu, przedstawiająca wpływ edukacji w zakresie przedsiębiorczości zarówno na studentów, jak i przedsiębiorców, a także na gospodarkę UE i jej społeczeństwo. Przedsiębiorcy wnoszą znaczący wkład w tworzenie produktu krajowego brutto (PKB), wzrost inwestycji i wsparcie handlu zagranicznego. Ich zdolność do korzystania z nowych możliwości stwarzanych przez dziedzinę biznesu przyczynia się również do zwiększenia konkurencyjności kraju. Przedsiębiorcy tworzą nowe miejsca pracy, co ma wpływ na zmniejszenie bezrobocia. Jednak zaledwie kilku absolwentów szkół decyduje się po ukończeniu szkoły na założenie własnej firmy. Młode pokolenie niechętnie zakłada własną działalność gospodarczą i preferuje pewność i stabilność zatrudnienia w postaci stanowiska pracownika, co wynika również z niedostatecznego i niespójnego wsparcia dla przedsiębiorczości młodych ludzi.

Oczekiwana zmiana proponowanego projektu polega na wprowadzeniu elementu edukacji w zakresie przedsiębiorczości, zarówno poprzez pracę nad rzeczywistymi biznesplanami, jak i poprzez bezpośrednie włączenie przedsiębiorców w naukę i działania wspierające, jak również w wspieranie konkretnych sub-projektów.

Szczególnie w odniesieniu do tematu przedsiębiorczości bardzo ważne jest, aby studenci, nauczyciele i pracownicy naukowi w pełni poznali działania prowadzone w zakresie biznesu, a także uświadomili sobie fakt, że przedsiębiorczość stanowi realną alternatywę dla zatrudnienia. Konieczne jest również, aby przedsiębiorcy byli świadomi możliwości wsparcia biznesowego i ryzyka z nim związanego. Jednocześnie istnieje potrzeba rozwijania umiejętności miękkich zaniedbanych w nauczaniu, ale w świecie dzisiejszego biznesu absolutnie koniecznych, takich jak umiejętność autoprezentacji, sztuki tworzenia sieci kontaktów i kompetencji biznesowych.

Zmiany zachodzące na ogół w dziedzinie wspierania przedsiębiorczości są identyfikowane w tych kluczowych obszarach - rozwój kluczowych umiejętności przedsiębiorczych studentów oraz nauczycieli, współpraca między uniwersytetami i szkołami średnimi, odpowiednio, ich baza wiedzy w zakresie rozwoju przedsiębiorczości. Kluczowym wyzwaniem dla uniwersytetów jest również zagwarantowanie studentom nabycia umiejętności miękkich w trakcie studiów.

Ogólnie rzecz ujmując, zainteresowanie przedsiębiorczością pozostaje słabe i zasadniczo ogranicza się do tych studentów, którzy są wewnętrznie zmotywowani do rozwoju kariery w zakresie przedsiębiorczości. Konieczne jest również odzwierciedlenie zapotrzebowania rozwoju umiejętności w obszarze przedsiębiorczości w systemie szkolenia nauczycieli i wspieranie ich w pozytywnym podejściu do przedsiębiorczości, ponieważ to oni dostarczają uczniom ważnych informacji w tym zakresie. Zgodnie z ankietami konieczne jest zaangażowanie firm i ekspertów - praktyków w proces edukacji. Poprawa edukacji w zakresie przedsiębiorczości wymaga szeroko zakrojonych szkoleń dla obecnych naukowców w tej dziedzinie lub rekrutacji nowych pracowników.

Korzyści projektu dla grup docelowych:

- zdobycie praktycznej wiedzy ze środowiska biznesowego
- zdobycie nieocenionego doświadczenia w pracy zespołowej nad rzeczywistymi biznesplanami pod kierunkiem doświadczonych ekspertów - praktyków

- możliwy wkład z realizację własnego biznesplanu: założenie firmy jest idealnym rezultatem proponowanych działań projektowych. Nawet poza tematem nauczania wspierana grupa docelowa otrzyma dalsze wsparcie na rozwój prototypu oraz utworzenie i rozwój własnej firmy
- wzrost kwalifikacji nauczycieli uczestniczących w projekcie
- ustanowienie sieci uniwersytetów i szkół średnich poprzez realizację wspólnych działań

Potrzeby grupy docelowej:

- potrzeba motywacji i rzeczywistego wsparcia dla rozwoju działalności biznesowej
- potrzeba samorealizacji lub realizacji własnego pomysłu zgodnie ze ścieżką przedsiębiorczości
- potrzeba znajomości nowoczesnych praktyk biznesowych, technologii,
- praca zespołowa i tworzenie zespołu (umiejętność znalezienia własnych mocnych stron i znalezienia efektywnego miejsca w zespole, sztuka współpracy i delegowania zadań, sztuka tworzenia wydajnego zespołu...)
- inną ważną potrzebą zarówno dla ucznia, jak i nauczyciela jest kontakt z praktyką. Tylko w ten sposób możliwe jest skuteczne stworzenie ważnego kontekstu zdobytego przez studium teoretyczne. Uczniowie będą mogli zrozumieć, czego się nauczyli, a nauczyciele zyskają odpowiednie i przydatne kompetencje, aby efektywniej przekazywać zdobyte doświadczenie innym uczniom w ramach programu nauczania.

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

RECEPCE

1.
MOTYWACJA I DUCH PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Celem modułu „Motywacja i duch przedsiębiorczości" jest:

- wyjaśnienie modelu uczenia się przedsiębiorczości
- powiązanie osobistego doświadczenia z ramami uczenia się przedsiębiorczości
- scharakteryzowanie związku między motywacją a własnymi wynikami.

Będziesz w stanie:

- zidentyfikować i ocenić własne wartości, cele i motywację
- ocenić harmonię między osobistymi celami i pomysłami
- rozwinąć własny przedsiębiorczy potencjał.

Celem tego modułu jest rozwój ducha przedsiębiorczości. Podejmuje temat, w jaki sposób ludzie uczą się pracować w sposób przedsiębiorczy i w jaki sposób stają się przedsiębiorcami, dlaczego wybierają pewne możliwości i jaki jest związek między uczeniem się a wyborem możliwości. Koncentruje się, w szczególności, na ważnej koncepcji uczenia się przedsiębiorczości i jej kluczowych elementach. Zawiera ćwiczenia, które pomogą Ci nauczyć się przedsiębiorczości i zidentyfikować obszary, które musisz rozwijać i ulepszać. Obejmuje ocenę Twoich wartości, celów, motywację, pewność siebie i umiejętności.

Model uczenia się przedsiębiorczości (Rae, 2007)

1. Rozwój osobisty i społeczny: zostań przedsiębiorcą

Celem modelu uczenia się przedsiębiorczości jest stymulowanie głębszego zrozumienia i refleksji Twojej ścieżki uczenia się przedsiębiorczości. To nie tylko kwestionariusz dotyczący tego, czy jesteś przedsiębiorcą. Poniższe sekcje wyjaśnią każdy moduł wraz z zestawem pytań do podobszarów. Celem jest pomoc w odzwierciedleniu rozwoju Twojej przedsiębiorczości, indywidualnie lub w małych grupach. Spójrz na każdy z tych trzech tematów i zestaw podobszarów. Nie każdy podrozdział musi dotyczyć Twojej osoby. Niektóre mogą być uwarunkowane doświadczeniem zawodowym w firmie. Skup się na tych, które dotyczą Ciebie. Możesz uczyć się niektórych z nich później, po wykonaniu zadań wspierających. Rób notatki i wracaj do wcześniejszych punktów.

Rozwój osobisty i społeczny

- Pytania w każdym z czterech podtematów pomogą Ci odzwierciedlić rozwój osobisty i społeczny:

Narracyjne tworzenie tożsamości

- Jak opowiesz historię swojego życia? Pomyśl o swojej przeszłości, teraźniejszości i oczekiwanej przyszłości.
- Co byś podkreślił (jaka jest Twoja rola w historii)? Pomyśl o przykładach, w których działałeś przedsiębiorczo, próbując wykorzystać istniejące możliwości i eksperymentując z nowymi możliwościami.
- Jak chciałbyś zmienić swoją tożsamość?

Rola rodziny

- Jaka jest Twoja rola w rodzinie? Czego oczekuje od Ciebie Twoja rodzina?
- Czy doświadczenie biznesowe Twojej rodziny wpływa na Twoje aspiracje?
- W jaki sposób oczekiwania Twojej rodziny wpływają na twoje życie, karierę i aspiracje biznesowe?
- Co sądzisz o tych oczekiwaniach?
- Jak chciałbyś zmienić oczekiwania swojej rodziny odnośnie Twojej osoby?
- W jaki sposób konsekwencje rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej mogą wpłynąć na Twoje relacje i rodzinę?

Tożsamość jako praktyka

- W czym jesteś dobry, co lubisz?
- Jak najlepiej wykorzystać swoje możliwości i umiejętności?
- W jaki sposób odnaleźć sytuacje, możliwości i ludzi, aby najlepiej wykorzystać swoje umiejętności?

Napięcie między istniejącą a przyszłą tożsamością

- Co chciałbyś osiągnąć w swoim życiu, pracy i nauce?
- Czy Twoja obecna praca lub edukacja oferuje Ci możliwość osiągnięcia tych celów?
- Co może zachęcić Cię do zmiany obecnej roli? Czy założyłbyś własną firmę?
- Czy masz jakąś „przyszłą" rzeczywistość, którą chciałbyś stworzyć?
- Czy wierzysz, że naprawdę możesz to stworzyć? Co jest do tego potrzebne?

2. Nauka kontekstowa

Uczenie się poprzez wniknięcie w społeczność i przemysł

- Jakie są Twoje umiejętności, przynoszące największą korzyść, jaki jest Twój główny obszar wiedzy? w jakich sytuacjach możesz go zastosować?

- Jaką wiedzę ukrytą posiadasz?
- Do jakich sieci społecznościowych przynależysz? Jakie są twoje kontakty w tych sieciach?
- Jak korzystać z tych kontaktów na początku biznesu społecznego?

Rozpoznawanie szans i innowacji poprzez uczestnictwo

- Jakie potrzeby i problemy widzisz w swoim codziennym życiu?
- Które z nich mogą stworzyć możliwości?
- W jaki sposób Twoje doświadczenie i kontakty mogą pomóc Ci stworzyć możliwości?
- Jak połączyć istniejącą wiedzę, technologię i pomysły, aby stworzyć nowe możliwości i innowacje?

Praktyczne teorie zachowań przedsiębiorczych

- Co zrobiłeś, aby opracować nowe pomysły i je wdrożyć?
- Jakie są Twoje „praktyczne teorie" i jak możesz je zastosować w biznesie społecznym?

3. Negocjowany duch przedsiębiorczości

- Zaangażowanie innych w realizację projektu
- Jak skutecznie współpracujesz z innymi podczas negocjowania wspólnych celów i ich realizacji?
- Czy jesteś świadomy swoich mocnych stron w zespole?
- Czy potrafisz rozpoznać zdolności innych?
- Czy ufasz ludziom, z którymi pracujesz? I czy oni ufają Tobie?

Wspólne struktury tworzenia i dzielenie się znaczeniem i wartościami

- W jaki sposób dzielisz się wartościami i sposobami pracy?
- W jaki sposób stymulujesz i utrzymujesz pozytywne podejście i entuzjazm podczas pracy nad projektem?
- Jak skutecznie zarządzać konfliktami?

Zaangażowanie sieci interesariuszy

- Jaki jest Twój najważniejszy kontakt przy wdrażaniu projektu?
- W jaki sposób możesz zaangażować klientów w funkcjonowanie przedsiębiorstwa społecznego?
- Czy są jakieś luki w relacjach z kluczowymi interesariuszami?

Stopniowa zmiana i rotacja ról

- Czy jesteś skłonny zgodzić się na zmianę roli w biznesie społecznym?
- Jak możesz zaangażować nowych ludzi do pracy w zespole lub firmie?
- Co zrobiłbyś z ludźmi zaangażowanymi w działalność biznesową na jej początku i dalej podczas jej wzrostu, ale uznanymi za niezdolnych do dalszego zaangażowania?

Indywidualne zadanie

Obejrzyj film o występie Dana Pinko, który wyjaśnia, dlaczego tradycyjne narzędzia motywacyjne nie są tak skuteczne, jak sądzimy. Wideo jest dostępne z czeskimi napisami. Możesz go znaleźć pod adresem: http://www.ted.com/talks/lang/eng/dan_pink_on_motivation.html

INNE ŹRÓDŁA

KIRBY, D. Przedsiębiorczość. Berkshire: McGraw-Hill Education, 2003. ISBN 0077098587

RAE, D. Przedsiębiorczość: od możliwości do działania. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2007. ISBN: 978-1403941756.

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

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.

2.
POMYSŁY I MOŻLIWOŚCI

W module „Pomysły i możliwości" dowiesz się:

- o podstawie i znaczeniu możliwości biznesowych
- jak oceniać szanse
- jakie są zagrożenia związane z możliwościami?
- o związku pomiędzy kreatywnością, duchem przedsiębiorczości i jego rozwojem

Będziesz w stanie:

- użyć metod i technik odpowiednich do rozwoju możliwości
- rozwijać swoje umiejętności, ducha przedsiębiorczości i kreatywność

Szanse biznesowe

Celem tego rozdziału jest zbadanie koncepcji możliwości biznesowej i jej znaczenia w procesie podejmowania decyzji przez przedsiębiorcę.

Definicja

1. Pożądany przyszły stan rzeczy, który różni się od obecnego stanu przy jednoczesnym zaistnieniu przekonania, że jego osiągnięcie jest możliwe. Ludzie postrzegają inaczej. Pewien stan rzeczy jest szansą dla kogoś, a przeszkodą dla innych. Wynik percepcji zależy od środowiska, dostępu do zasobów i odpowiedniego czasu.
2. Czas, moment krytyczny lub stan rzeczy sprzyjają celowi, priorytetowi, szansie, korzyści lub korzyści określonego miejsca lub stanowiska. W wolnym środowisku biznesowym rodzą się możliwości wynikające ze zmieniających się okoliczności (warunków), chaosu, zamieszania, sprzeczności, spowolnienia lub przyspieszenia, luk w wiedzy lub informacji oraz szeregu innych zmiennych w przemyśle i na rynku.

Różnica między pomysłami a możliwościami

Jeśli pomysł nie jest szansą, zatem co rzeczywiście jest szansą? Okazja ma tę wartość, aby stać się: Atrakcyjna, Długotrwała, Aktualna

Jest częścią produktu lub usługi, która dodaje wartość lub korzyści dla nabywcy lub użytkownika.

Zadanie: Jaka jest różnica między pomysłem, szansą a wyzwaniem?

Źródła szans

Szanse są generowane samodzielnie w wyjątkowych sytuacjach. Zasadniczo muszą być aktywnie tworzone. Wykwalifikowany przedsiębiorca jest w stanie dostrzec szansę tam, gdzie inni jej widzą.

Zrozumienie i identyfikacja możliwości

Ważne jest, aby przedsiębiorca wiedział, gdzie szukać źródeł możliwości i jaki czynnik stwarza szansę, ponieważ obecna dynamika otoczenia biznesowego zmusza przedsiębiorców do wymyślania nowych pomysłów i innowacyjnych podejść do tematu.

Źródła szans

Aby zrozumieć biznes jako usługę dla innych ludzi

Odkryj źródła:

- szukając rzeczy i usług, których ludzie potrzebują i wymagają
- szukając harmonii między tym, co mogę zaoferować, a tym, co inni mogą zaoferować

Rozwój kreatywności i wyobraźni

Kreatywność / wynalazczość

Jedną z najważniejszych ról w poznawaniu możliwości biznesowych jest kreatywne myślenie. Kreatywność jest jednym z atrybutów, z którymi rodzą się ludzie. Myślenie to osiąga szczyt naturalnie w okresie dojrzewania. Jednym z powodów tego jest fakt, iż życie osobiste wpływa edukacja formalna; ludzie są zmuszeni myśleć logicznie, racjonalnie. Presja społeczna zmusza nas do tłumienia twórczego myślenia.

Kreatywne myślenie można ćwiczyć i ulepszać. Każdy jest w stanie opanować kreatywne myślenie i nauczyć się go stosować w biznesie.

Metody specjalne - kreatywne rozwiązywanie problemów

Istnieje wiele specjalnych metod rozwiązywania problemów. W tym rozdziale przedstawimy niektóre z nich.

Burza mózgów

Jest to najbardziej znana i używana metoda kreatywnego rozwiązywania problemów i generowania pomysłów. Zaczyna się od przedstawienia problemu. Po tej prezentacji zostaje wybrany zespół liczący od 6 do 12 osób reprezentujący szerszy zakres wiedzy. Żaden z uczestników nie powinien być uznanym ekspertem w danej kwestii. Wszystkie wypowiedzi są rejestrowane, niezależnie od ich często nielogicznej treści. Wzajemna krytyka i ocena uczestników są niedopuszczalne podczas sesji.

Odwrócona burza mózgów

Różni się ona od burzy mózgów tylko z uwagi na możliwość krytyki. W praktyce metoda ta polega na szukaniu wad poprzez pytanie: Ile sposobów jest na niepowodzenie? Korzystając z tej metody, jesteś w stanie zidentyfikować wszystkie luki w pomysłach, a następnie omówić metody ich naprawy.

Synetyka

Jest to proces twórczy, który zmusza jednostki do rozwiązywania problemów poprzez cztery analogiczne mechanizmy - osobisty, bezpośredni, symboliczny i fantazyjny. Grupa działa w dwóch fazach. W pierwszej fazie uczestnicy poznają problem z dobrze znanej perspektywy. W drugiej fazie próbują przekształcić znane w nieznane i znaleźć nowe, nowatorskie rozwiązanie.

Metoda Gordona

Członkowie grupy wcześniej nie znają dokładnego charakteru problemu - szczególnie ważne jest dla poszukujących rozwiązania członków grupy, by nie zostali oni obciążeni już sformułowanymi stereotypami i pomysłami.

Luźne skojarzenie

Jest to prosta i skuteczna metoda. Ta metoda przyczynia się do opracowania zupełnie nowych spostrzeżeń na temat problemu. Po pierwsze, słowo lub zdanie związane z problemem jest napisane, a następnie dodawane są nowe. Każde nowe słowo ma za zadanie pobudzić coś nowego w trwającym procesie myślowym, który tworzy łańcuch myśli, pokazując pomysł na nowy produkt.

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

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.

3.
KREATYWNOŚĆ I INNOWACJA

Moduł „Kreatywność i innowacja" ma na celu:

- opisanie modelu twórczego rozwiązania problemu
- wyjaśnienie etapów rozwiązania problemu twórczego
- wyjaśnienie modelu Herrmanna.

Będziesz w stanie:

- określić swój własny styl twórczego myślenia.
- rozwinąć indywidualne style twórczego myślenia.

Moduł ten skupia się na procesie twórczym. Dużą uwagę poświęca się tak zwanemu modelowi kreatywności Herrmanna. Zapoznasz się z jego poszczególnymi elementami modelu i będziesz miał okazję dowiedzieć się, która część mózgu dominuje w Twoim przypadku. Analizując liczbę rozwiązanych problemów, stwierdzono, że istnieją pewne algorytmy i zasady w procesie twórczej pracy. Skoncentrujmy się na punkcie wyjściowym procesu twórczej pracy. Można go podzielić na kilka kolejnych etapów - etapy, których ciągłość i istnienie zazwyczaj nie są realizowane w trakcie rozwiązywania problemów. Pożądane jest jednak wzięcie ich pod uwagę i wykorzystanie ich do zarządzania procesem pracy.

1. Przygotowanie - Wybór, zbieranie i analiza niezbędnych informacji. Decyduje o metodzie analizy i metodach, w jaki sposób uzyskane informacje są przetwarzane. Stopień syntezy zostaje określony; również charakterystyka rozwiązanego problemu i docelowego stanu rozwiązania zostają wyszczególnione.

2. Dojrzewanie - racjonalna praca z zebranymi informacjami. Tworzone są warunki sprzyjające rozwiązaniu; stosowane są metody intuicyjne wraz z innymi rozwiązaniami. Tematy są analizowane, ich realizacja jest symulowana w danych warunkach, a ich skuteczność jest badana. Stanowi podstawę przyszłej formy innowacji.

3. Narodziny (oświecenie) - badacz osiąga konkretną formę wynalazku - nie jest zadowolony z jedynego rozwiązania, ale szuka innych wariantów. Badacz rozwija wynalazek w ostateczną formę, aby można go było łatwo i kompleksowo wdrożyć jako udaną innowację.

4. Weryfikacja - badacz ocenia właściwości, wady i zalety wygenerowanych wariantów wynalazków, bada ich wydajność i skuteczność. Badacz decyduje o optymalnym wariancie, który prezentuje się w wyniku pracy. Uważamy, że praca twórcza jest realizacją wyników kreatywnego myślenia.

Proces kreatywności

Proces kreatywności można podzielić na kilka faz lub etapów:

1. Przygotowanie

Przygotowanie do kreatywnego myślenia. Dobre szkolenie to:

- uznanie, że edukacja jest niekończącym się procesem, a każda sytuacja stwarza okazję do nauczenia się czegoś
- czytanie opracowań na dany temat
- przygotowanie zestawu artykułów na dany temat
- poświęcenie czasu na dyskusję z innymi, w tym z tymi, którzy niewiele wiedzą na ten temat
- poświęcenie czasu na zapoznanie się z innymi krajami i kulturami, co może przyczynić się do identyfikacji globalnych możliwości
- rozwijanie umiejętności słuchania i uczenia się od innych.

2. Eksploracja

Obejmuje badanie problemu i jego elementów.

3. Transformacja

Rozpoznanie podobieństw i różnic w uzyskanych informacjach. Obejmuje myślenie zbieżne i rozbieżne. Myślenie zbieżne to zdolność do dostrzegania podobieństw i połączeń. Rozbieżne myślenie to zdolność dostrzegania różnic. Możliwość przekształcania informacji można zwiększyć przez:

- próbę postrzegania rzeczy jako złożonych i nieinteresowania się tylko szczegółami
- reorganizację poszczególnych elementów
- rozważanie różnych podejść w tym samym czasie
- opór pierwszemu wrażeniu

4. Inkubacja

Czasami konieczne jest zaangażowanie nieświadomego poszukiwania odpowiedzi. Często wymaga czasu, który może być wspierany przez następujące techniki:

- zrób coś, co nie dotyczy problemu
- oddaj się marzeniom w ciągu dnia
- pomyśl o problemie przed zaśnięciem
- pomyśl o problemie w różnym otoczeniu

5. Oświecenie

Dojrzewanie problemu, myślenie o problemie i pozornie bierne oczekiwanie na pomysł.

6. Weryfikacja

Może obejmować eksperymenty, symulacje, weryfikację marketingową, stworzenie programu pilotażowego itp. Celem jest zweryfikowanie idei, która może działać, która może zostać wdrożona praktycznie i która stanowi lepsze rozwiązanie konkretnego problemu lub możliwości.

7. Wdrożenie

Przekształcenie idei w rzeczywistość

4.
TWORZENIE SIECI JAKO SPOSÓB NA OSIĄGNIĘCIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Jak zbudować sieć

W tym module dowiesz się, jak budować i utrzymywać sieć kontaktów swojej firmy.

Sieci społecznościowe i budowanie sieci kontaktów odgrywają kluczową rolę w przedsiębiorczości (Durda i Krajčík, 2016). Kapitał społeczny jest jednym z ważnych czynników innowacji, źródłem korzyści organizacyjnych i tworzenia wartości (Adlešič i Slavec, 2012). Przedsiębiorcy mają pewne pomysły, wiedzę i kompetencje w zakresie przedsiębiorczości, ale potrzebują także innych zasobów, których sami nie posiadają, aby móc opracować i zaoferować konkretny produkt lub usługę.

Budownie sieci kontaktów to równowaga między posiadaniem dużej ilości kontaktów a bliższymi, głębszymi relacjami w ramach tej grupy. Nie możliwe jest posiadanie 3000 bliskich związków. Szczególnie na początkowych etapach budowanie zaufania wymaga czasu - po tym nie trzeba już wkładać tak dużo energii, ale chodzi o to, jak często masz kontakt z ludźmi.

Wskazówki dotyczące przydatnych działań:

Narysuj własną sieć kontaktów

Jest to działanie, które może powiedzieć każdemu uczniowi, jakie mają połączenie z różnymi zasobami. Może im powiedzieć, gdzie znaleźć przydatne informacje i jak mogą się komunikować, aby uzyskać pomoc w swojej pracy. Możliwe jest również zbudowanie brakującej sieci kontaktów na papierze i przygotowanie realizacji optymalnej sieci.

Narysuj sieć kontaktów dla projektu, nad którym pracujesz

To ważne ćwiczenie dla wszystkich prac projektowych. Jakie zasoby są potrzebne, jakich partnerów i jakie zasoby mamy w projekcie oraz w jaki sposób możemy rozwinąć organizację dla projektu?

Jakie są trzy najważniejsze firmy w twoim lokalnym społeczeństwie?

Przeprowadź burzę mózgów z uczniami, aby omówić kompetencje lub zasoby w społeczności lokalnej. Umów się na spotkanie z osobami lub firmami, idź na rozmowy kwalifikacyjne, rób zdjęcia i filmy oraz zrób prezentację.

Użyj sektora biznesowego jako ważnego obszaru do nauki

Zrób projekt, w którym uczniowie analizują i poznają różne strony społeczności lokalnej za poprzez budowanie sieci. Po zaplanowaniu projektu wraz z siecią szkół w lokalnej społeczności uczniowie powinni wyjść i zebrać informacje o społeczności. Głównym celem projektu może być zrozumienie różnych ról w społeczeństwie i poczucie wartości tworzenia.

Świadomość zasobów w naszej społeczności lokalnej

Działanie to ma na celu przedstawienie, jakie zasoby naturalne lub wytworzone przez człowieka w społeczności lokalnej istnieją. Poprzez rejestrację celem jest zrozumienie, jakie są zasoby, w jaki sposób są używane i jak są wykorzystywane.

Poznaj lokalne firmy

Uczniowie przygotowują wizyty w lokalnych firmach w celu znalezienia podobieństw i różnic. Powinni rozwijać zrozumienie dla życia biznesu, a także szukać możliwości współpracy lub interakcji z firmami podczas projektów lub innych późniejszych działań.

Najważniejsza firma w naszej społeczności

Wszędzie znajdziesz to, co możemy nazwać „podstawową firmą", która ma ważną rolę dla lokalnej społeczności. Działalność ta koncentruje się na ważnej firmie, takiej jak gospodarstwo rolne, łódź rybacka. Szkoła organizuje wycieczkę do firmy, aby poznać historię firmy, rozwój biznesu, działalność produkcyjną i tak dalej. Zdjęcia, filmy i wywiady w pracy grupowej służą do przygotowania prezentacji i dalszej pracy w szkole.

(Źródło: Teach&ESPRIT. Rozwijanie ducha przedsiębiorczości w europejskich szkoleniach nauczycieli kształcenia zawodowego)

Wskazówki dla studentów - tworzenie sieci przełamywaczy lodu

Sieć jest ważną częścią wydarzeń i pozwala uczestnikom poznać nowych potencjalnych klientów, dostawców lub przydatne kontakty do późniejszej współpracy. Możesz spróbować zabawnych pomysłów na przełamywanie lodu, które są łatwe i powinny rozluźnić wszystkich. Niezbędne jest rozwijanie relacji wraz z kontaktami, ponieważ mogą one przekształcić się w kamienie milowe dla Twojego biznesu i rozwoju kariery.

Przy tak dużej ilości czasu spędzanego obecnie na interakcjach online, rzeczywista, bezpośrednia interakcja z ludźmi jest jeszcze ważniejsza. Budowanie sieci kontaktów może być jednak ogromną przyczyną dużego niepokoju dla wielu introwertycznych uczestników.

Oto kilka łatwych pomysłów na przełamanie lodu, które mają na celu usprawnienie sieci, rozpoczęcie rozmów i dobrą zabawę.

Awatary i wirtualne sieci

Wiele osób uważa, że przedstawienie się online jest łatwiejsze niż osobiście. Łączenie uczestników za pośrednictwem me-

diów społecznościowych może pomóc zmniejszyć niepokój związany z brakiem wiedzy o kimś innym podczas spotkania. Utwórz prywatną grupę wydarzeń na Facebooku lub bądź gospodarzem czatu na Twitterze, aby pomóc ludziom się poznać.

Jeden Światowy Lodołamacz

Można dostosować do każdej sytuacji i służy jako świetne wprowadzenie tematu do dowolnej konferencji. W małych grupach składających się z maksymalnie pięciu osób poproś wszystkich, aby zastanowili się przez minutę nad jednym słowem opisującym X (wstaw dowolny temat). Daje to ogromną różnorodność odpowiedzi i spostrzeżeń, które wywołują spontaniczne rozmowy, gdy kwestionują swoje pomysły i omawiają znaczenie wybranych słów. Kilku ochotników może zostać poproszonych o podzielenie się pomysłmi z szerszą grupą. Małe grupy mogą pogłębić temat.

Szybkie pytania „igrające z ogniem"

To zabawna i łatwa gra, która nic nie kosztuje. Powiedz uczestnikom, aby znaleźli partnera i dali im 60 sekund na „odpalenie" szybkich pytań do drugiej osoby (można je wyświetlić na ekranach plazmowych lub na ekranie głównym aplikacji eventowej). Pamiętaj, aby dodać kilka ciekawych i zabawnych pytań, jak np. jeśli mógłbyś być jakąkolwiek postacią z kreskówki, kim byś był?

(Źródło: https://www.eventmanagerblog.com/20-ideas-to-help-event-networking)

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

5.
AUTO – PREZENTACJA / ELEVATOR PITCH – ODPOWIEDNIA PREZENTACJA

W tym module zajmiemy się prezentacją, publicznością i środowiskiem. Będziemy poszukiwać celu prezentacji, w zależności od tego, w jaki sposób zbieramy, selekcjonujemy i organizujemy materiały. Spróbujemy przygotować podręcznik i karty, które mogą stanowić przewodnik po naszych prezentacjach. W końcu spróbujemy tego wszystkiego, ponieważ, jak wiemy, ćwiczenia czynią mistrza.

Przygotowanie prezentacji

Bez wątpliwości możemy nazwać przygotowanie najważniejszą częścią procesu prezentacji. Ponieważ dobra prezentacja opiera się na potrzebach słuchacza, odpowiada na pytania i odzwierciedla powody, które skłoniły publiczność do udziału w prezentacji. Dobra prezentacja opiera się na starannym przygotowaniu, uwzględnieniu potrzeb słuchaczy, realizowanych celów, ale także osobowości słuchacza i otoczenia, w którym będzie się prezentować.

Pierwszy krok w przygotowaniu powinien opierać się na potrzebach grupy docelowej, środowisku, w którym się zaprezentujesz i, oczywiście, narzędziach, z których będziesz mógł korzystać. A oto pierwsza rada.

Pomyśl o zakończeniu prezentacji

Pomyśl o zakończeniu akcji, która obejmuje prezentację. Zacznij od myśli o tym, co chcesz osiągnąć. Jaki jest wynik. Krótko mówiąc, musisz przekonać, osiągnąć porozumienie, zyskać czas lub po prostu mieć możliwość ponownego spotkania. Pamiętaj, że nie zawsze masz możliwość zaprezentowania i przekonania partnera w dziesięć lub więcej minut. Wystarczy nawiązać kontakt, znaleźć „hak" na twojego partnera, a twoim jedynym celem będzie przekonanie go do kolejnego spotkania. Spotkanie, na którym możesz skorzystać z doskonałej prezentacji. Dla Ciebie oznacza to jednak, że nie tylko przygotujesz jedną prezentację na daną sytuację, ale na różne okazje przygotujesz więcej wariantów, aby odzwierciedlić czas słuchacza. Jeśli masz już termin, wiesz, ile masz czasu na prezentację, jesteś na wpół wygrany, to tylko od Ciebie zależy, czy dasz radę przekonać innych. Jeśli nie masz terminu, musisz się o niego postarać. Przygotuj drugą prezentację lub „Elevator Pitch" lub "lift present".

Kluczowe pytania przed prezentacją:

- Co chcę osiągnąć?
- Kto będzie publicznością, przed którą prezentuję?
- Dlaczego i gdzie prezentuję?
- Jak długo trwa prezentacja?
- Jakich narzędzi i technik używam?
- Jak otworzyć prezentację?
- Co dalej - następne kroki po prezentacji?

Sposób profesojanlej prezentacji biznesowej - Elevator speech

Zdolność zdobycia uwagi i zainteresowania potencjalnego partnera biznesowego, pracodawcy lub klienta może być zbudowana na tak banalnej rzeczy jak podróż w dzień. Kluczem do udanej prezentacji jest „elevator speech".

„Elevator speech" to krótka mowa od 30 sekund do 2 minut. Powinieneś to wykorzystac, zwrócić na siebie uwagę i uchwycić wszystkie najważniejsze elementy... maksymalnie dziesięć zdań. To może wydawać się trudnym zadaniem, ale jest to jeden z najlepszych sposobów na zrobienie pozytywnego, oryginalnego i charakterystycznego pierwszego wrażenia.

Jedną z okazji, kiedy dobrze jest mieć doskonale kontrolowaną „elevator speech", jest sytuacja, w której musisz się przedstawić. Wraz potrzebą szybkiej preznetacji samego siebie, na przykład podczas rozmowy kwalifikacyjnej, ale także w zwykłej komunikacji, podczas której stale spotykamy nowych ludzi.

Pierwszym elementem jest wymyślenie serii występów-preznetacji, nazwy, zaprezentowania informacji na temat tego, co robisz. Drugim punktem jest to, co wiesz. A trzecia część, najważniejsza, to wskazanie tego, co odróżnia Cię od innych, powód, dla którego jesteś właściwym wyborem. A ponieważ „elevator speech" to nie jest coś, co można ot tak wytrzepać z rekawa, polecam przemyśleć to i zapisać na papierze pięć rzeczy, które odróżniają Cię od innych.

LITERATURA

BOLTON, B. – THOMPSON, J. The Entrepreneur in Focus. Achieve Your Potential. London: Thompson Learning, 2003. ISBN 1-86152-918-X.

KRAMER, M. R. Measuring Innovation. Evaluation in the Field of Social Entrepreneurship. Skoll Foundation, 2005.

MAIR, J., ROBINSON, J., HOCKERTS, K. (ed.) Social Entrepreneurship. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2006. ISBN 1-4039-9664-4.

PROVAZNÍK, V., Rozvíjení tvořivosti. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1999. ISBN: 80-7079-551-4

WEI-SKILLERN, J. ET. AL. Entrepreneurship in social sector. London: Sage Publications Ltd, 2007. ISBN 978-1-4129-5137-1.

ŽÁK, P. Kreativita a její rozvoj. Brno: Computer Press, 2004. ISBN 8025104575

LUMSAINE, E. – BINKS, M. Entrepreneurship from Creativity to Innovation. Effective Thinking Skills for Changing World. Oxford: Trafford Publishing. ISBN 1-4251-95-47-4. Kapitola 1 a 2

RAE, D. Entrepreneurship: From Opportunity to Action. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2007. ISBN: 978-1403941756.

Teach&Esprit: rozvoj podnikavosti v přípravě učitelů odborného vzdělávání v evropských zemích: příručka a materiály. Vyd. 1. V Ostravě: Ostravská univerzita, Pedagogická fakulta, 2007, 113 s. ISBN 978-80-7368-494-5.

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
TRIŠTE NAPADU

PROJECT

FIND YOUR INNER INVENTOR

PODRĘCZNIK Z ĆWICZENIAMI
(WERSJA KRÓTKA)

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