PROJEKT

FIND YOUR INNER INVENTOR

PRACOVNÍ LISTY

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

TEMPERATURE T-SHIRT
The bellife
ELECTRICAL ZIP

OBSAH

1. MOTIVACE A PODNIKÁNÍ 5

2. TVOŘIVOST A INOVACE 11

3. NÁPADY A PŘÍLEŽITOSTI 15

4. ZDROJE A NETWORKING 23

5. PREZENTACE A PRODEJ 29

1.
MOTIVACE A PODNIKÁNÍ

Motivace a podnikání

Popis lekce	Účastníci se aktivně zamyslí nad hodnotami a etickým přístupem ve firmě
Vede k rozvoji těchto konkrétních dovedností studentů	Hodnotová a etická výbava Vnímání potřeb celku a schopnost vidět širší souvislosti
Nástroje & metody	**Východisko:** Jste majitel malé nebo střední firmy. Jaké etické hodnoty, položky, zásady by měl uznávat, formulovat, prosazovat a žít majitel nebo výkonný ředitel firmy, tak, aby fungoval management firmy a firma jako celek. Aby firma dosahovala strategických cílů – obecně prosperity, kontinuity, konkurenceschopnosti a společenské odpovědnosti. **Zadání:** 1. Nejprve formuluje každý z účastníků sám písemně – 5 min. 2. Poté každý obhajuje před ostatními po jedné položce (každý jinou), podporuje svou obhajobu argumenty – max. 15 min. 3. Poté se spojí do dvojic a vytvoří společný seznam, tak, že panuje ve dvojici shoda – 5 min. 4. Stejný postup proběhne ve 2 skupinách, nakonec v celém týmu – 5 + 5 min. 5. Tým prezentuje výstup a vznikne tak desatero etického chování podnikatelů – 5 min. **Rozbor:** Lektor vede diskuzi k závěrečnému desateru etického chování, klade otázky na jeho význam v podnikání, na výhody i nevýhody, které mohou plynout z dodržování kodexu.
Cíl lekce - aktivity	Posílí: • schopnost argumentace a sebeprosazení • schopnost naslouchat a formulovat • týmovou kooperaci • schopnost koncepčně vyjednávat Naučí se: • vnímat etiku podnikání • dívat se na vlastní podnikání optikou etiky • společenské odpovědnosti
Časový rozsah	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

Motivace a podnikání

Popis lekce	Manažerská hra – kompetence v podnikání, optimálně pro tříčlenné týmy
Vede k rozvoji těchto konkrétních dovedností studentů	Práce s kompetencemi manažera + konfrontace výsledků
Nástroje & metody	1. Úloha – nalezněte a formulujte produkt či službu, která má přidanou hodnotu pro zákazníka, člověka, lidstvo… formulujte: a. Produkt/ službu b. Užitek pro potenciálního zákazníka c. Konkurenční výhody oproti stávajícím produktům a službám obecně známým na současném trhu (předpokládaný čas 30 min – pak prezentace) (týmy pracují odděleně) 2. Sestavte základní finanční kalkulaci, abyste mohli produkt uvést na trh, pojmenuje základní prostředky, které vnímáte, že bude potřeba. a. Co je potřeba pro rozjetí výroby či realizaci služby (seznam)? b. Jakou budete potřebovat investici, půjčku? c. Spočítejte základní schéma návratnosti (peníze/čas) d. Stanovte rozpočet na první rok provozu e. Formulujte, jak vypadá zisk před zdaněním a na které složky jej potřebujete rozpadnout (první rok) f. Jak vypadají finanční cíle na první rok provozu? g. Pojmenujte rizika (předpokládaný čas 60 minut, pak opět prezentace – zaměřit se na fakta a logickou návaznost) (klást moderačně oponentní otázky – možnost i mezi skupinami) 3. Sestavte v týmu základní strategii pro vaší organizaci/ firmu a. Finance – vstupem jsou finanční cíle pro první rok (výnos rozpadlý v oblastech) b. Zákazník – kdo bude vaším zákazníkem a jaké stanovíte pro první rok v této oblasti cíle? c. Procesy – jaké budete mít vnitřní procesy a jaké jim stanovíte cíle? d. Lidé – jaké potřebujete zaměstnance a jaké jim stanovíte cíle? (KPI) (45 minut a prezentace, u cílů hlídat, aby byly měřitelné a reálné) 4. Jaké budou vaše první kroky, jste-li managementem firmy? a. Desatero + argument proč. (45 minut+ argumentace – prezentace)

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

	Rozbor a. Co jste se v průběhu hry naučili? b. Co jste se dozvěděli o sobě? c. Co jste se dozvěděli o svém týmu? d. Který tým dle Vás sestavil nejvíce životný a reálný projekt? e. Co Vám pomáhá a brání podnikat? f. V čem vidíte největší úskalí řízení a vedení firem?
Cíl lekce - aktivity	Uvědomit si kompetence a roli manažera
Časový rozsah	Celodenní hra – možnost zadat navíc, aby týmy vytvořily maketu produktu.

Motivace a podnikání. Kdo je podnikavý člověk? „Archeologové“

Popis lekce	Účastníci se stanou průzkumníky, kteří se snaží odhalit osud různých objektů.[1]
Vede k rozvoji těchto konkrétních dovedností studentů	Kreativitu Komunikaci Kritické myšlení
Nástroje & metody	Materiály, které jsou užitečné při řízení společnosti: papír, pero, laptop, počítač telefon, počítačové programy, auto atd. Účastníci by se měli stát archeology, kteří při arecheologickém výzkumu objeví neznámé věci. Jejich úkolem je uhodnout co největší množství možných využití nalezených věcí. 1. Vysvětlete, že archeologové občas naleznou věci, které neznají - jejich funkci ani účel. V těchto situacích musí použít svou vlastní představivost. 2. Rozdělte skupinu na týmy a dejte jim zabalené položky. 3. Požádejte, aby se všichni vrátili na svá místa a prezentovali své objevy na archeologickém sympoziu. Účastníci mohou zpochybňovat návrhy jiných týmů. **Možné úpravy:** 1. Navrhnout účastníkům, že si po skončení lekce mohou mít objekty a pokusit se o nich získat co nejvíce informací. Další debata na téma původu různých objektů se nakonec může ukázat jako velmi zajímavá. 2. Namísto hádání, na co se některé položky v minulosti používaly, můžete zkusit na základě jejich pozorování odvodit obecné závěry o kulturách dvacátého století. Některé položky budou vhodnější než ostatní. Nejvhodnější bude, ty, na kterých jsou umístěny nápisy nebo ilustrace.
Cíl lekce – aktivity	Nalezení podnikatelského ducha a kreativity v sobě samém. Workshop vede k rozvoji kritického a analytického myšlení.
Časový rozsah	cca 45 minut

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

Motivace a podnikání. Kdo je podnikavý člověk? „Krátká sebeprezentace“

Popis lekce	Účastníci se naučí dovednosti spojené se sebeprezentací.[1]
Vede k rozvoji těchto konkrétních dovedností studentů	Rozvoj komunikačních dovedností, umění řeči, sebedůvěry, neverbální komunikace.
Nástroje & metody	1. Vysvětlete žákům, že jejich úkol bude založen na prezentaci jedno minutové prezentace a memorování témat prezentací ostatních kolegů. 2. Zeptejte se žáků, co nemají rádi ve svém každodenním životě, na co si stěžují, co by chtěli změnit ve svém prostředí, nápady, jak by jejich mohla firma vypadat, atd. Tyto podněty žáků by měly být tématy jejich prezentací. Učitel by měl požádat o co největší počet možných příkladů a uvede je na tabuli se jmény autorů – žáků. Pak učitel povede aukci témat. Každý žák má 1 000 korun, vyvolávací cena každého téma je 5 korun. Žáci, kteří budou mít na konci aukce peníze, budou potrestáni. Budou mít témata, které zůstaly, tedy ty, kterým zatím nikdo nevěnoval pozornost. 3. Učitel nechá žáky 10 minut připravit si prezentace a nabídne jim svou pomoc v případě potřeby. Prezentace by měla být založena především na gestech. Učitel by měl podpořit účastníky při vzájemné pomoci. 4. Po každé prezentaci ostatní žáci řeknou, co se z ní naučili (učitel se zdrží komentářů). Autoři se pokusí přednést svou prezentaci tak, aby i žáci, kteří daný předmět vůbec neznají, do 60 sekund pochopí, o čem to je. Zde je několik příkladů: • Osoba drží nákres telefonu ve svých rukou: „Stále telefonuje“. • Někdo shromažďuje hodinky: „Nikdy nemám dost času“.
Cíl lekce – aktivity	Rozvoj nápadů pro podnikání, analytického myšlení, důvěry, komunikace.
Časový rozsah	cca 45 minut

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.
TVOŘIVOST A INOVACE

Tvořivost a inovace

Popis lekce	Prožitek situace, která ukáže, jak eliminovat zablokování ve stereotypech, naučí kreativní cestu k řešení out the box, jak se zbytečně nehádat a nefixovat se jen na vlastní návrh řešení.
Vede k rozvoji těchto konkrétních dovedností studentů	Myšlení out the box Dovednost moderovat tým při hledání řešení mimo zajeté koleje.
Nástroje & metody	**Východisko:** Stojíte před řešením problému či situace, která vyžaduje nadhled a schopnost najít možnosti v širokém kontextu. Chcete zabránit zvyku přijímat to první, co nás k řešení napadá – „jako obvykle". K aktivitě je přiložen pracovní list – viz příloha níže. **Zadání:** 1. Nejprve formulujte na flip situaci, problém – 5 min 2. Poté se pokuste najít analogickou situaci k výše uvedené (př. reálný problém je, že zaměstnanec nepodává žádoucí výkon – analogická situace k němu může být: dítě se špatně učí ve škole, kuchař nevaří dobré jídlo, ovocný strom na zahradě neplodí) – max. 10 min 3. Poté se se pokuste bez limitu a vzájemné kritiky v týmu k vybrané analogii zapisovat návrhy řešení do sloupce pod sebe – 15 min 4. Uvolněte se a dejte si malou pauzu k odstřihnutí od týmu – 5 min 5. Tým se znovu sejde u sloupce s návrhy analogických řešení a postupně každý návrh převádí do roviny reálně řešené situace, problému. Příklad: přesadit strom = převést zaměstnance na jinou pozici. Prohlédnout strom zda nemá škůdce = zjistit, zda nemá nějaké zdravotní problémy zaměstnanec…Tak vzniká sloupec návrhů na řešení, který pokrývá celý možný kontext řešení. – 20 min **Rozbor:** Lektor vede diskuzi k tomu, jak hodnotí způsob hledání řešení. Kdy jim pomohl vybočit ze zajetých kolejí, jaká pravidla jim pomohla k tomu, aby mohli najít tolik možností. Jak chtějí s návrhy možností dále pracovat? Je možno si nastavit kritéria výběru z možností – co lze udělat rychle, co bude mít dlouhodobý dopad, co je nejvíc neobvyklé… – 20 min
Cíl lekce - aktivity	Posílí: • dovednost zvýšit variabilitu získaných možností • posílí spolupráci mozkových hemisfér • odblokování ve stereotypech • překlápět z analogických možností do reálného problému Naučí se: • dodržet návod a pravidla při moderaci • kontrolovat vliv emocí a návyků • použít techniku s jednotlivcem i týmem • překlápět z analogických možností do reálného problému
Časový rozsah	75 min

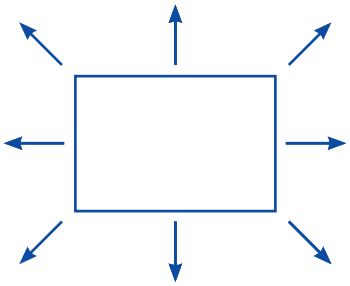
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

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

Kreativní metoda motivace k řešení

Metoda, jak kretaivně vést tým při řešení problému s minimálním úsilím k maximálnímu výsledku

Analogie



Příklad 1 – analogický problém „ovocný strom nerodí ovoce“

Analogický problém	Možnosti řešení v zástupné oblasti	Možnosti řešení v realitě	První krok k řešení bude

Příklad 2 – reálný problém z naší reality – „zaměstnanec nepodává žádoucí výkon“

Analogický problém	Možnosti řešení v zástupné oblasti	Možnosti řešení v realitě	První krok k řešení bude

Inspirace -> Co dalšího mě napadá jako možnost k využití v realitě?

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

Tvořivost a inovace

Popis lekce	Metoda Tří rolí umožňuje díky komunikaci s autorem nápadu pozměnit původní zadání, projekt, nápad. V porovnání s brainstormingem, kde je jakékoliv hodnocení nápadů zakázáno, zde nápad prochází i kritickým posouzením. Autorem metody je Walt Disney, který ji hojně používal při tvorbě nových příběhů.
Vede k rozvoji těchto konkrétních dovedností studentů	Naučí se zachránit zajímavé nápady, projekty, které se zpočátku mohou zdát naprosto absurdní. Naučí se metodu využít při libovolném kreativním procesu, ať již vymýšlí nový produkt, hledají efektivnější postup nebo vymýšlí strategii či reklamní kampaň. Tuto techniku budou umět využít jak pro skupinovou, tak i pro individuální samostatnou práci.
Nástroje & metody	**Východisko:** Základem Disneyho strategie je fakt, že v každém člověku se nacházejí tři různé „hlasy", které se podílejí na vzniku jakékoliv myšlenky. Mají důležité role, a podle nich dostali svá jména: Snílek, Realista a Kritik (optimista, realista, pesimista). Klíčovým prvkem je rozdělení kreativního procesu do tří fází. Striktní dodržování příslušných rolí a postupná zpětná vazba. V komunikaci mezi Realistou a Snílkem je zakázána jakákoliv kritika. Ta Snílka brzdí v rozletu, který je potřebný. Důležité je, že 3 hlasy chtějí, aby se projekt podařilo uskutečnit. Je nutné poskytnout všem třem potřebný čas na promyšlení a zpracování. U této metody nemohou všichni tři pracovat společně. Jednotlivé fáze na sebe navazují. **Zadání:** 1. Určete pro každý ze 3 hlasů jiný prostor, nejlépe samostatnou místnost, kde se může „hlas" ve své roli plně projevit – 10 min 2. Celý tým nebo dvojice se přesuňte do místnosti SNÍLKA. Zaujměte i uvolněnou pozici těla, která je typická pro snění. Dovolte si bez limitu dávat návrhy, náměty, sny, přání – jak byste to chtěli, kdyby neexistoval limit. Nikdo nekritizuje, nezavrhuje ani nedává návrhy na realizaci – to je těžké a měl by být ve skupině 1 člověk, který role hlídá a také zapisuje. 20 min 3. Celý tým nebo dvojice se přesuňte do místnosti REALIZÁTORA. Zaujměte i pracovní pozici těla, která je typická pro práci, dělání věcí – můžete třeba chodit. Dávejte postupně návrhy na realizaci předem řečených návrhů, nápadů. 1 člověk zapisuje. Nikdo nekritizuje, nezavrhuje ani nedává nevymýšlí další sny. Pokud se přece jen stále opakuje snaha snít, vraťte se do místnosti SNÍLKA. 20 min 4. Celý tým nebo dvojice se přesuňte do místnosti KRITIKA. Zaujměte i pracovní pozici těla, která je typická pro kontrolování, hledání a eliminaci rizik – můžete sedět u stolu nad zápisky. Dávejte postupně kritická upozornění, v čem jsou rizika u jednotlivých návrhů a realizací. Jeden člověk zapisuje. Nikdo se nevrací k realizaci a nevymýšlí další sny. Pokud se přece jen stále opakuje snaha snít nebo realizovat, vraťte se do místnosti SNÍLKA nebo REALIZÁTORA. 20 min

	Rozbor: 20 min Lektor vede diskuzi k tomu, jak se osvědčilo pečlivé oddělování tří hlasů. Nakolik se dařilo držet tok myšlenek a nepřeskakovat. Jak lze tento princip uplatnit v běžném životě. Co se tím naučili o sobě? Na konec je možné se znovu vrátit do pozice SNÍLKA a ověřit, jak vnímají projekt novou optikou. Celý proces lze projít znovu, vždy se ještě něco objeví – nespěchat je základ úspěchu.
Cíl lekce - aktivity	Posílí: • posílí spolupráci mozkových hemisfér • kontrolu nad pouhou kritikou bez možnosti snít • kreativitu a dotažení nápadů do realizace Naučí se: • dodržet návod a pravidla při moderaci • kontrolovat vliv emocí a návyků • použít techniku s jednotlivcem i týmem • pochopí zákonitosti myšlení v týmu, které fungují
Časový rozsah	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

Tvořivost a inovace. Jak rozvíjet vlastní kreativitu? „Ověřte svůj nápad a rozvíjejte svou kreativitu“

Popis lekce	Workshop je zaměřen na ověření obchodní myšlenky a její šance na úspěch.
Vede k rozvoji těchto konkrétních dovedností studentů	Rozvoj tvůrčího myšlení, plánování a řešení problémů.
Nástroje & metody	Nástroje: test, práce ve skupině, diskuse. 1. Učitel v první fázi požádá žáky o přípravu analýzy dat zaměřenou na oblasti trhu, nápad pro podnikání, plánu rozvoje. 2. Ze skupiny žáků učitel vybere osobu zodpovědnou za přípravu testovacích karet. 3. Vybraný žák dělá rozhovor s kolegy ze skupiny pomocí otázek z karet. 4. Připomínky a závěry týkající se jejich nápadů by měly poskytnout zpětnou vazbu a odpovědi na otázky, které byly pro ně obtížné.
Cíl lekce – aktivity	Analytické myšlení, rozvíjení tvořivosti, povzbuzení k podnikání.[1]
Časový rozsah	cca 45 minut

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

Dotazník

Ověřovací kritéria	**Ano**	**Ne**
Byla provedena analýza trhu?		
Jsou charakteristiky produktu/služby důležité pro zákazníky?		
Odlišují se naše produkty/služby od ostatních produktů/služeb?		
Je náš nápad inovativní na daném trhu?		
Potřebují zákazníci náš produkt/službu?		
Definovali a popsali jsme cílový tržní segment?		
Lze odhadnou možné výše prodejů?		
Koupili bychom si tento produkt/službu, kdyby byla nabízena jinou společností?		
Máme nezbytné zdroje pro rozvoj daného produktu/služby?		
Máme potřebnou kvalifikaci?		
Určili jsme silné a slabé stránky naší společnosti?		
Jsou naše aktivity naplánovány v čase?		
Spočítali jsme cenu našeho produktu/služby?		
Stojí za to investovat do tohoto projektu?		
Jak můžeme rozvinout náš nápad v budoucnu?		

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

Tvořivost a inovace. Jak rozvíjet vlastní kreativitu? „Může to fungovat? – případová studie“

Popis lekce	Workshop je zaměřen na analýzu, zda je myšlenka podnikání inovativní a má šanci uspět. Diskuze s argumenty.
Vede k rozvoji těchto konkrétních dovedností studentů	Rozvíjení schopností kreativního myšlení, plánování a řešení problémů.
Nástroje & metody	Nástroje: případová studie, diskuze • Ahoj Gorgio, jak se máš? Během dovolené jsi mi říkal, že navzdory krizi nemáte starosti o budoucnost. • Ano, viděl jsi sám, že všechny pokoje v našem penzionu byly obsazené a farmě mého otce se daří dobře – možná má staromódní přístup, ale právě ekologické produkty jsou dnes velmi populární. Bohužel nám ještě zbývá více než 20 tun mandarinek. • Vzpomínám si na váš ovčí sýr a olivový olej - byly výborné .... co se mě týká, tak jsem si právě založil vlastní firmu. • Prodávám, co se dá, většinou přes internet. Můžu se pokusit prodat tvé mandarinky do Polska. Podívám se, co by bylo možné. • Jasně, to je dobrý nápad. Jak bys to chtěl prodat – celých 20 tun najednou nebo po částech... teď jsou v mrazáku, ale to je jen dočasné řešení. • Ještě nevím. Teprve teď mě to napadlo! Musím se podívat, co je možné a jestli můžu prodat tolik tun... možná do supermarketů – nemám čas provozovat vlastní prodejny... nebo vlastně mám čas – je půlka listopadu. • Nejdůležitější otázka – za kolik je chce otec prodat? • Potřebuju si s ním promluvit. Nemyslím, že to bude drahé. Protože nám to zbylo bude rád, že dostane alespoň nějaké peníze. Pokud bys zaplatil okamžitě, určitě by ti dal i slevu. • No, to by mohl být problém, můžeš mi dát nějaký vhodný termín platby? • Ok, promluvím s otcem. Možná bys mohl část zaplatit hned. Nemá rád prodej na dluh. • Ok, oba máme úkoly, co musíme zvládnout. Zavolám ti za pár dní. • Ok. Brzy se uvidíme. • Pozdravuj rodinu.[1] **Otázky:** 1. Proč je řecká rodinná společnost v dobrém stavu i přes krizi? 2. Jaké faktory - ekonomické a neekonomické - musí být vzaty v úvahu při provozování vlastního podnikání? 3. Myslíte si, že je myšlenka řešení problémů pro obě strany kreativní a proč?
Cíl lekce - aktivity	Analytické myšlení, rozvíjení kreativity, podpora toho, být podnikatelem, situační analýza.
Časový rozsah	cca 30 minut

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

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

CENTRUM
PODPORY INOVACÍ
VŠB-TU OSTRAVA
The betlife
TÝM Č.2
THE BETLIFE

3.
NÁPADY A PŘÍLEŽITOSTI

Nápady a příležitosti

Popis lekce	Účastníci pracují ve skupinách, rozvíjí své komunikační, prezentační a argumentační schopnosti.
Vede k rozvoji těchto konkrétních dovedností studentů	Podnikatelské myšlení Efektivní komunikace Prezentace produktu Vyjednávání
Nástroje & metody	**Východisko aktivity:** Představte si, že jste malá firma, která již nějakou dobu funguje a dostali jste nápad na nový produkt, který chcete uvést na trh. Nejste si však jisti, zda je to správné rozhodnutí a zda do toho máte jít. **Zadání:** 1. Účastníci se rozdělí na 2 skupiny. 2. V čase 5 min si písemně: • Jedna skupina připraví podklady k argumentaci, jaké výhody a užitky jim přinese uvedení nového produktu na trh (proč to máme udělat). • Druhá skupina si naopak připraví podklady k argumentaci, jaké problémy či úskalí mohou při uvedení nového produktu na trh očekávat (proč to dělat nemáme). 3. Každá skupina dostane 2 minuty na odprezentování svých úvah tak, aby přesvědčila druhou skupinu. 4. Poté si skupiny své podklady vymění a doplňují k zapsaným argumentům svůj pohled, tzn. v pozitivních věcech hledají jedni možná úskalí a v problémech hledají druzí příležitosti. 5. V závěru se skupiny spojí a hledají možný konsensus. **Rozbor:** Lektor klade otázky na pohled ze dvou stran, na výměnu pohledů a její vliv na výsledek rozhodování, na komplexnost pohledu, schopnost vyjádřit užitek, schopnost změnit problém na příležitost, na schopnost přijmout nebo získat druhé pro jiný názor.
Cíl lekce – aktivity	Naučí se: • hledat užitek produktu • prodat svoji myšlenku • dívat se na věci z více stran Posílí: • schopnost vyhledávání příležitostí • analytické myšlení
Časový rozsah	30 min

Nápady a příležitosti

Popis lekce	Účastníci pracují s jedním ze základních metod strategického podnikání, SWOT analýzou.
Vede k rozvoji těchto konkrétních dovedností studentů	Podnikatelské myšlení Mapování trhu Uvědomování si předností a nedostatků Vytvoření konkrétnější představy o konkurenci
Nástroje & metody	**Východisko aktivity:** Potřebujete zmapovat v čem má smysl dále pokračovat, kam se případně vaše podnikání za dobu svého působení posunulo a aktualizovat kontext podnikání, ve kterém působíte. **Zadání:** 1. Účastníci se rozdělí na 2 skupiny. 2. Analýza SW bude vycházet striktně z faktů, které mají původ v interním prostředí firmy ... v čase 15 min písemně na flip: • Jedna skupina připraví fakta k silným stránkám firmy, lidí v týmu, produktu… • Druhá skupina si naopak připraví fakta ke slabým stránkám firmy. 3. Skupiny si flipy prohodí a v čase 10 minut doplní, co jim na flipu případně chybí. 4. Poté skupiny prezentují nejprve u flipu S (silné stránky), poté u flipu W (slabé stránky). 5. Následně se účastníci opět rozdělí do stejných dvou skupin a následná analýza OT bude vycházet striktně z faktů, které mají původ v externím prostředí firmy. V čase 15 min písemně na flip: • Jedna skupina připraví fakta k příležitostem pro firmu. • Druhá skupina si naopak připraví fakta k hrozbám pro firmu. 6. Skupiny si flipy opět prohodí a v čase 10 minut doplní, co jim na flipu případně chybí. 7. Poté skupiny prezentují nejprve u flipu O (příležitosti), poté u flipu T (hrozby). 8. V závěru se skupiny spojí, formulují závěr a stanovují akční kroky pro další období. **Rozbor:** Lektor se v průběhu prezentací ujišťuje, že účastníci vyčerpali všechny dostupné možnosti a že dodržují pravidlo interní (SW) vs externí (OT). V závěru je důležité využít aktuální motivace účastníků a formulovat konkrétní akční kroky.
Cíl lekce – aktivity	Naučí se: • rozlišovat mezi tím, co můžeme a co nemůžeme ovlivnit • hlouběji přemýšlet nad zdroji • dívat se na věci z více stran Posílí: • uvědomění si statutu quo • analytické myšlení
Časový rozsah	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

Nápady a příležitosti. Odkud pocházejí obchodní příležitosti? „Společnost – krok za krokem“

Popis lekce	Žáci se učí vytvářet podnikatelské nápady a jak používat vlastní schopnosti pro řízení společnosti.
Vede k rozvoji těchto konkrétních dovedností studentů	Rozvoj schopností navrhnout myšlení, motivace, nadšení, řešení problémů a práce pod časovým tlakem.
Nástroje & metody	Níže jsou uvedeny body/milníky strategie budování podnikání. Ve dvojicích se snažte najít správné pořadí kroků a vysvětlit to ostatním kolegům: • vytvořte produkt nebo službu • získejte financování pro firmu • připravte business plán • prezentace produktu/služby zákazníkům • založte společnost • prodej • marketing/propagační činnosti • analýza trhu
Cíl lekce – aktivity	Tvorba nápadů pro podnikání, jak rozjet a provozovat firmu, jak vytvořit podnikatelský plán.
Časový rozsah	cca 30 minut

Nápady a příležitosti. Odkud pocházejí obchodní příležitosti? „Finanční brainstorming“

Popis lekce	Brainstorming na téma financování podnikatelských nápadů. Žáci se pokusí analyzovat zdroje financování – sponzoři, soutěže, investice, evropské fondy pro podnikatele.
Vede k rozvoji těchto konkrétních dovedností studentů	Rozvoj schopností navrhnout myšlení, finanční analýza trhu, matematické dovednosti.
Nástroje & metody	Představte si, že máte skvělý nápad pro vaše podnikání. Jediným problémem jsou peníze... Mám jít do banky a požádat o úvěr, nebo existují jiné možnosti... V rámci skupiny vytvořte obchodní myšlenku a zkuste prozkoumat, jak lze financovat váš start-up? Snažte se přesvědčit své kolegy, že vámi vybraný zdroj financování bude to nejlepší: • přímé mezinárodní investice • soutěž • joint venture kapitál • evropské fondy • úvěry • půjčky od rodiny • od zákazníků • jiné
Cíl lekce – aktivity	Analytické myšlení, tvorba argumentů a protiargumentů, diskuze s kolegy, SWOT analýza.
Časový rozsah	cca 45 minut

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 bellife
TEMPERATURE T-SHIRT

4.
ZDROJE A NETWORKING

Zdroje a networking

Popis lekce	Disk Risk: prožitková aktivita, kde si studenti vyzkouší práci v týmu, tvorbu strategie a okamžitou zpětnou vazbu z její realizace.
Vede k rozvoji těchto konkrétních dovedností studentů	Strategické myšlení, vyjednávání a schopnost udělat dohodu v týmu, plánování zdrojů, realizace strategie, koordinace, zpětná vazba, reakce na problém.
Nástroje & metody	• Pro hru je potřeba 5 disků na Disk golf a značky pro mety. • Účastníci si na začátku zvolí metu, zbytek týmu podává disky (podavači). Poté už není možné měnit pozice. • Účastník na metě nemůže dál než jeden krok od mety. • Čím vzdálenější meta, tím více bodů za zásah – vždy hází v jeden čas pouze jeden účastník (účastníci vyvolávají své číslo, aby mohli hodit disk - instruktor slovně potvrzuje). • Podavač podává disky, které spadnou vedle nebo do koše a vrací je účastníkům – ovšem vždy jen poslednímu (nejvzdálenější meta) a ten posílá disk o pozici níže. • Předávání disků probíhá v pořadí 4-3-2-1. Např. „1“ hodila disk a čeká, než jej dostane od „2“ – „2“ čeká na disk od „3“ atd. • Záleží na účastnících, jakou strategii si navzájem dohodnou.
Cíl lekce - aktivity	Posílí schopnosti: • spolupráce ve skupině • vyjednávání o strategii a vyhledávání konsensu • systematické reakce na problém • koordinace činnosti v týmu • dávat a přijímat zpětnou vazbu
Časový rozsah	45 min

Zdroje a networking

Popis lekce	Stavba mostu: prožitková aktivita, kde si studenti vyzkouší práci v týmu, mezi týmy a práci se zdroji.
Vede k rozvoji těchto konkrétních dovedností studentů	Strategické myšlení, vyjednávání a schopnost udělat dohodu v týmu a mezi týmy, plánování zdrojů, realizace strategie, koordinace, zpětná vazba, reakce na problém.
Nástroje & metody	Rozděl si program na čtyři části: 1. Úvod • Představení příběhu (dvě země, řeka, viz zadání) • Rozdělení do týmů (pokud není nějaké specifické zadání, tak stačí rozpočítat 1., 2.) • Přidělení materiálů, vysílaček • Odchod na pracoviště 2. Stavba mostu • Nesmí se navzájem vidět, komunikují pouze vysílačkami • Příprava na přenesení 3. Spojování mostu • Přenesou svoji polovinu na společné místo (všechna tři pracoviště (dvě oddělené a jedno společné) mají dva stoly a mezi nimi 50 cm mezeru) • Spojí mosty • Proběhne zátěžová zkouška – nákladní vůz naložený šampaňským 4. Závěr a vyhodnocení • Fotografie • Zpětná vazba • Co se podařilo? • Jakou vidí spojitost s praxí? - Konkurence mezi týmy (cíle jednotlivců, které jsou nadřazeny cílům skupiny/není správně) - Nepřesné informace • Málo se domlouvají, jsou hned do řešení • Rozvrhnutí času, rolí (spíše intuitivní) • Co by příště udělali jinak? Z pohledu časové dotace vezme nejvíce druhá část (stavba mostu) min. 30 minut. Pak spojování mostu, min. 10 minut. Úvod a závěr po 10 minutách.
Cíl lekce - aktivity	Posílí schopnosti: • spolupráce ve skupině • dohodnuti týmové strategie a její komunikace s jiným týmem • návrh řešení a vytvoření postupu realizace • dohoda na řešení a postupu s jiným týmem • systematické reakce na problém • koordinace činnosti v týmu a mezi týmy • dávat a přijímat zpětnou vazbu
Časový rozsah	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

Zdroje a networking. Jak vytvářet, udržovat a používat kontakty v podnikání? „Jak budovat vztahy se stakeholdery a řešit problémy“

Popis lekce	Workshop je zaměřen na budování, udržování a řešení problémů ve vztazích s jinými podnikateli a zainteresovanými stranami.
Vede k rozvoji těchto konkrétních dovedností studentů	Rozvíjení schopností vytvářet sítě, udržovat a využívat společenské kontakty. Další nástroje - případová studie.
Nástroje & metody	Nástroje: diskuse, práce ve skupinách, prezentace. 1. Na začátku lekce učitel seznámí žáky s tím, že nejen konflikt, ale i samotné chování lidí, může být zdrojem nedorozumění. 2. Učitel dá žákům případovou studii „Chování lidí v konfliktu“ a žádá je, aby je analyzovali a podtrhli informace, které ukazují konstruktivní chování lidí. 3. Učitel rozdělí třídu do dvou týmů a požádá každý tým, aby graficky prezentoval dvě vybraná chování. 4. Práce ve skupinách. 5. Diskuse.
Cíl lekce - aktivity	Schopnost práce ve skupině, učení se o tom, jak udržovat dobré vztahy v obchodě s ostatními zainteresovanými stranami - zvláště v případě řešení problémů – vyjednávací schopnosti.
Časový rozsah	cca 30 minut

Chování lidí v konfliktu - případová studie

Vyhýbání se	Může spočívat ve fyzickém odchodu z konfliktních situací nebo těch, které mohou vést k jejich vzniku. Vyhnutí se - to je předstírání, že neexistuje žádný konflikt. Nevšímáte si signálů napětí, komentářů, nepřátelských gest, fám, řečí nebo jiných komunikačních potíží. Je to charakteristické pro lidi, kteří preferují odchod z konfliktu, spíše než konstruktivně jej vyřešit. Cítí příliš mnoho emocionálního napětí. Lidé, kteří tak reagují, odkládají obtížné rozhovory, ignorují ostatní, ignorují pro ně obtížné záležitosti, snaží se s nikým nedostat do konfliktu.
Soutěžení	Tuto strategii využívají ti, kteří považují konflikt za soutěž „kdo z koho“. Musí pro ně vždy být vítěz a poražený. Vítězství je zpravidla dosaženo na úkor někoho jiného. Vítězství je úspěch, síla, zvyšování prestiže, ztráta je selhání, slabost, ztráta prestiže. Pro lidi, kteří jsou ochotni soutěžit, je výsledek důležitější než akce, chtějí vyhrát za každou cenu, proto často používají neférové triky. Je třeba pamatovat na to, že porážka vytváří touhu po odplatě. Pro některé lidi je strategie soutěže atraktivní.
Zmírnění	Je to způsob, jakým lidé, kteří pečují o dobré vztahy s ostatními a pro ostatní jsou připraveni vzdát se svých potřeb. Bojí se osamělosti nebo odmítnutí. Někdy je přítomnost takových lidí užitečná při řešení napětí v situacích, kdy emoce mají přednost před důvodem.

Kompromis	Je založen na přesvědčení, že člověk nemůže vždy dělat to, co chce a jak chce, někdy musí přistoupit na dohodu. Lidé, kteří hledají kompromis, hledají možná řešení a jsou přesvědčeni, že každý by se měl vzdát části svých cílů a prokázat lepší porozumění s ostatními. Kompromis může být účinný, pokud jsou konfliktní strany „silné", a také kdy je méně času na delší vyjednávání. Doufájí, že zásada vzájemnosti funguje, což znamená, že očekávají, že druhá strana bude mít podobné návrhy.
Spolupráce	Jedná se o strategii, kterou používají lidé, kteří vědí, co chtějí a soustředí se na to, a současně jim jde o dobré kontakty s ostatními. Zastánce strategie spolupráce se vyznačuje přesvědčením, že je možné vyřešit konflikt, který celkově přinese největší užitek všem stranám. To souvisí s ochotou přijímat potřeby a cíle ostatních stran konfliktu, aniž by se sami vzdali svých vlastních. Toto je nejúčinnější způsob řešení konfliktu.
Odsouvání	Tato metoda je založená na oddálení okamžiku vyřešení konfliktu do nespecifikované budoucnosti. To může způsobit odrazení partnera, nižší emoční napětí a záležitost se sama vyřeší. Je však pravděpodobné, že zpoždění konflikt posílí, emocionální napětí mezi stranami poroste a v důsledku toho se problém stane ještě těžším na vyřešení, než byl na začátku.
Arbitráž	Používá se v takzvaných beznadějných případech, kdy strany konfliktu nejsou schopny komunikovat samy. Je třeba pomoci od odborníků. Podmínka pro použití této metody souvisí s dohodou o takovém řešení z obou stran. Arbitráž může být účinná, pokud: • žádná strana nemá nápad jak spor řešit a komunikace uvízla na mrtvém bodě, • naši odpůrci jsou předpojatí a nemáme šanci změnit tento postoj, • další nápady na řešení, v našem pojetí smysluplné, s přihlédnutím k zájmům druhé strany, jsou druhou stranou odmítnuty, • dohoda je tak obtížná, že není možné stanovit ani takové základní záležitosti, jako datum schůzky.
Vyjednávání	Znamená rozhovor, jehož cílem je dohodnout se na společném postoji v dané situaci. Vyjednávání je metodou postupu, která je užitečná v situacích, kdy je patrný nesoulad argumentů, nejsou však naprosto protichůdné. Tato metoda nemá žádné nevýhody, které mají jiné metody. Na rozdíl od ignorování nebo odsouvání vede k řešení konfliktů. Nezahrnuje nutnost odstoupení od vlastních zájmů. Síla vyjednávání spočívá v tom, že se vytvářejí opravdová nadějná řešení, která uspokojí obě strany.

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

Zdroje a networking. Jak vytvářet, udržovat a používat kontakty v podnikání? „Zdroje ve společnosti“

Popis lekce	Workshop je zaměřen na určení toho, jaké zdroje jsou pro společnost důležité – finanční a nefinanční.
Vede k rozvoji těchto konkrétních dovedností studentů	Rozvíjení schopností stát si za svým názorem, vedení diskuze s ostatními žáky, odhadování hodnoty hmotného a nehmotného majetku.
Nástroje & metody	Nástroje: diskuze, práce ve skupinách 1. Učitel rozdělí žáky do skupin. 2. Žáci dostanou na papírech vypsané zdroje, které mohou být pro firmu užitečné. Skupiny je mají rozdělit do dvou kategorií: finanční a nefinanční. Pak by měli ostatním žákům vysvětlit jejich rozdělení, stejně jako poukázat na to, které z nich - podle jejich názoru - jsou nejdůležitější? • půjčky • úvěry • peníze od rodiny • auto • počítač • patenty • stroj na výrobu • znalosti a know-how • kvalifikovaní zaměstnanci společnosti • zkušenosti • databáze zákazníků • jiné
Cíl lekce - aktivity	Práce ve skupině, vytváření argumentů a proti-argumentační aktivity.
Časový rozsah	cca 30 minut

5.
PREZENTACE A PRODEJ

Prezentace a prodej

Popis lekce	Popis obrázku a díky němu nalezení dvojice s originálem a kopií.
Vede k rozvoji těchto konkrétních dovedností studentů	Rozvíjíme efektivní komunikaci, rétoriku, zaměření při komunikaci na cíl, práce s popisným jazykem.
Nástroje & metody	**Aktivita s kartami** Pomůcky: 6 x 2 stejné obrázky (při 12 účastnících) **Postup:** 1. Připravit si při 12 účastnících 6 rozdílných obrázků + 6 kopií těchto obrázků (doporučením jsou fotky přírody, inspirace z webu obrázků, kalendáře imprese např. řeka s mosty) a vytisknout na tvrdý papír o velikosti A5. 2. Rozdat účastníkům náhodně karty, vždy sudý počet, aby měli vždy dva náhodní účastníci stejnou kartu, nesmí dostat informaci, že mají stejné karty. Účastníci se nedívají ke kolegům. **Zadání:** 1. „Jste galeristé, vymyslete ve 3 minutách název svého obrazu", v kolečku sdělují název svého obrazu a ostatní naslouchají. 2. Vymyslete krátký popis svého obrazu do katalogu, příprava + kolečko popisu a ostatní opět naslouchají. 3. „Obrazy mají velmi cennou hodnotu, a proto zde ve skupině máme originál i kopii. Doptávejte se kolegů na jejich obrazy tak, abyste našli ke svému obrazu kopii či originál. Hovoří nahlas vždy jen jeden". Pokud se našel originál s kopií, lektor nejprve sám zkontroluje. **Rozbor:** Co vám pomohlo nejvíce? Co z hlediska volby slov vám přišlo nejužitečnější? (detaily, přesnost, nevytvářet domněnky, různé úhly pohledu, naladění se, otevřenost, dát šanci, naslouchání, neškatulkovat, „vidím", zkušenost, že lidé vidí svět různě,…) Co byste příště udělali jinak a jak? **Doporučení** Doporučením je provést ještě druhé kolo, tzn. znovu zamíchat a rozdat karty a zaměřit se na zlepšení – zpřesnění volby slov.
Cíl lekce - aktivity	Uvědomí si způsob, jak hovoří. Zažijí AHA efekt, co je potřeba sdělit jinak. Vyzkoušejí si pokus – oprava, odblokování stereotypů.
Časový rozsah	Celková aktivita v jednom kole zabere 30 min 2 kola celkem 45 min

Prezentace a prodej

Popis lekce	AKTIVITA POPIS EMOCE s využitím řeči těla zaměřená na vyvarování se komentářů „nedělej na mě ksichty, koulíš očima, atd.“
Vede k rozvoji těchto konkrétních dovedností studentů	Rozvíjíme verbální složku komunikace, rétoriku, zaměření při komunikaci na cíl, práce s popisným jazykem.
Nástroje & metody	**Zadání:** 1. Utvořit trojice a postavit se k sobě zády. 2. První člen týmu vyjadřuje nápadnou emoci - živou sochu. 3. Druhý člen týmu je komentátor a popisuje popisným jazykem co nejpřesněji, co vidí. 4. Třetí člen týmu stojí k prvnímu zády a snaží se napodobit sochu dle instrukcí komentátora. **Rozbor:** Co bylo pro vás užitečné? V čem nastal AHA efekt? Co byste udělali příště jinak?
Cíl lekce - aktivity	Aktivita slouží jako icebreak k prezentacím, verbální a neverbální složce komunikace a zároveň jako prevence konfliktů. Zažijí AHA efekt, co je potřeba sdělit jinak. Zaměření se v řeči na volbu přesných slov, na přesná fakta.
Časový rozsah	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

Prezentace a prodej. Jak vytvořit, udržovat a používat kontakty v podnikání? „Řečník a dirigent“

Popis lekce	Hlavní obsah lekce je zaměřen na verbální a neverbální komunikaci.[1]
Vede k rozvoji těchto konkrétních dovedností studentů	Verbální a neverbální trénink komunikace, trénování asertivity.
Nástroje & metody	1. Učitel by měl na začátku říci pár slov o neverbální komunikaci a poznamenat, že mluvená slova ne vždy odpovídají gestům, nebo neverbálním komunikačním prostředkům. Rozdělte žáky do dvojic, ve kterých bude jedna osoba A, druhá B. Osoba A prohlásí tvrzení o konkrétním tématu, zatímco B pro jeho slova zvolí vhodné neverbální komunikační prostředky. Postavte se za B a chyťte ho v pase; B bude mít před sebou cizí ruce, které se budou pohybovat jako by to byly ruce partnera A. 2. Vysvětlete jakékoliv pochybnosti a požádejte jednotlivé dvojice o předmět jejich prezentace. Pokud mají problém s výběrem, navrhněte níže uvedené příklady. 3. Po každé změně proveďte krátkou diskusi.
Cíl lekce - aktivity	**Návrhy témat:** Prezident oznámil svou rezignaci. Podnikatel žádá úvěr v bance. Specialista na oblast personálního rozvoje vede rozhovor. Rozhovor s politikem, který vyhrál ve volbách.
Časový rozsah	cca 30 minut

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

Prezentace a prodej. Jak vytvořit, udržovat a používat kontakty v podnikání?[1] „Mluvící sochy“

Popis lekce	Papír s prohlášením: „Voda proudící do vypouštěcího otvoru ve vaně“. Papír s prohlášením: „Točité schodiště“.
Vede k rozvoji těchto konkrétních dovedností studentů	Trénink verbální a neverbální komunikace, marketingová komunikace, budování vztahů ve skupině.
Nástroje & metody	1. Učitel rozdělí žáky do dvou týmů. Každému z nich předá jeden ze dvou připravených listů s prohlášením. 2. Každý tým si zvolí osobu, která bude stát naproti druhého týmu a bude popisovat objekt nebo jev, který je uvedený na listu, bez použití slov, která jsou na něm napsaná. 3. Během prezentace se žák nemůže pohybovat. 4. Požádejte mluvčí, aby zahájili prezentaci. Po ukončení diskutujte a věnujte pozornost následujícím otázkám: • Co bylo nejobtížnější? • Kdyby bylo možné pohybovat rukama usnadnilo by to úkol?
Cíl lekce - aktivity	Hlavní cíle jsou zaměřeny na překonání strachu z prezentace, nové formy prezentace a marketingové komunikace.
Časový rozsah	cca 45 minut

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
22. 11. 2016

ZLEPŠI SI
TECHNIKU

CENU POROTY
ZLEPŠI SI TECHNIKU
CENU POROTY
ZLEPŠI SI TECHNIKU

PROJEKT

FIND YOUR INNER INVENTOR

PRACOVNÍ LISTY

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