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

PROJECT

FIND YOUR INNER INVENTOR

UČEBNÍ TEXTY
KRÁTKÁ VERZE

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.

ÚVOD

Úvod

Cílem navržených aktivit je zvýšit zájem o podnikání mezi studenty středních odborných škol a zlepšit kvalitu podnikatelského vzdělávání. Projekt je navržen tak, aby se jeho součástí mohli stát mentoři, kteří mají zkušenosti s řízením týmu, obchodem a jeho rozvojem, novými formami podnikání a využíváním moderních technologií. Tento projekt přispívá ke kvalitnímu propojení teoretických znalostí studentů a učitelů s praxí a napomáhá k řešení problémů, které vznikají při plánování a realizaci podnikatelského plánu.

Tohoto cíle bude dosaženo týmovou prací studentů pod vedením zkušených mentorů a výsledkem budou studenti a učitelé motivovaní k podnikatelské praxi. Učitelé získají zkušenosti,které studenti využijí v budoucnu.

Česká republika i Evropská unie prochází řadou změn, které mají mimo jiné dopad na trh práce, podnikatele i zaměstnance. Inovace a technologický pokrok zároveň přinášejí řadu nových příležitostí a oborů ve kterých se může podnikat. Nicméně je třeba věnovat dostatečnou pozornost i tvorbě podmínek, které umožní tyto nové příležitosti využít. Z tohoto důvodu se v poslední době diskutuje o podnikatelském vzdělávání, kde se podpora podnikání a podnikatelského ducha stává prioritou.

Podnikatelský sektor má nenahraditelné postavení v rozvoji národního hospodářství a vytváření nových pracovních míst. Evropská komise ve svém podnikatelském vzdělávacím projektu z roku 2015: Cesta k úspěchu, představila jaké pozitivní dopady má podnikatelské vzdělávání na růst ekonomiky EU a zaměstnanosti, vzdělávání studentů v oblasti podnikání a společnost jako takovou. Podnikatelé významně přispívají k růstu hrubého domácího produktu (HDP), růstu investic a podpoře zahraničního obchodu. Jejich schopnost využít nových obchodních příležitostí také přispívá ke zvýšení konkurenceschopnosti země. Podnikatelé vytvářejí nová pracovní místa, což přispívá ke snižování nezaměstnanosti. Avšak jen málo absolventů škol se po ukončení studia rozhodne podnikat. Mladá generace se zdráhá začít podnikat a dává přednost jistotě a stabilitě v podobě pozice zaměstnance, což vyplývá i z nedostatečné a nekonzistentní podpory podnikání mladých lidí.

Očekávanou změnou navrhovaného projektu je zavést prvek podnikatelského vzdělávání, a to jak zpracováním reálných podnikatelských záměrů, tak přímým zapojením podnikatelů do výuky a v rámci podpůrných aktivit i do řešení konkrétních dílčích projektů.

Zejména pro téma podnikání je velmi důležité, aby si studenti, učitelé a mentoři plně uvědomovali, jaké činnosti vykonávají v souvislosti s podnikáním a také skutečnost, že podnikání je jednou z alternativ zaměstnání. Je také nezbytné, aby si podnikatelé uvědomovali možnosti podpory podnikání a rizika spojená s podnikáním. Zároveň je třeba rozvíjet měkké dovednosti zanedbávané ve výuce, jež jsou pro dnešní podnikání naprosto nezbytné, jako je schopnost prezentovat se, umění vytvářet kontakty a zlepšovat obchodní dovednosti.

Změny, k nimž obecně dochází v oblasti podpory podnikání, můžeme najít především v těchto oblastech - rozvoj klíčových podnikatelských dovedností studentů i učitelů, spolupráce vysokých škol a středních škol, resp. jejich základní znalosti ve vztahu k rozvoji podnikání. Klíčovou výzvou pro univerzity je zajistit, aby si studenti během vysokoškolského studia osvojili také měkké dovednosti.

Obecně je zájem o podnikání i nadále malý a v zásadě je omezen pouze na studenty, kteří jsou sami motivováni usilovat o kariéru v podnikání. Je také nutné zohlednit požadavek na rozvoj podnikatelských dovedností do systému vzdělávání učitelů a podporovat učitele v pozitivním přístupu k podnikání, neboť to jsou právě oni, kdo předává studentům potřebné informace. Podle průzkumů je nutné zapojit do procesu vzdělávání firmy a odborníky z praxe. Zlepšení podnikatelského vzdělávání vyžaduje vzdělávání stávajících akademiků nebo nábor nových mentorů.

Přínosy projektu pro cílové skupiny:

- získání praktických znalostí z podnikatelského prostředí.
- získání zkušeností prací na reálných podnikatelských plánech v týmu pod vedením zkušených odborníků z praxe.
- realizace vlastního podnikatelského plánu: založení společnosti je ideálním výsledkem projektových aktivit. Podporovaná skupina získá i mimo předmět výuky podporu pro vývoj prototypu produktu a založení a rozvoj vlastní společnosti
- dosažení vyšší kvalifikace učitelů, kteří se zúčastnili projektu.
- vytvoření sítí univerzit a středních škol implementací společných činností.

Potřeby cílové skupiny:

- a need for self-realization or realization of own idea through the entrepreneurial path.
- potřeba motivace a podpory rozvoje podnikatelských aktivit.
- potřeba seberealizace nebo realizace vlastní myšlenky.

- potřeba znalostí moderních obchodních praktik a technologií.
- týmová práce a týmová tvorba (schopnost najít své silné stránky a najít vhodné místo v týmu, mít schopnost spolupracovat a rozdělovat úkoly, mít schopnost poskládat výkonný tým).
- Další důležitou potřebou pro studenty i učitele je kontakt s praxí. Pouze tímto způsobem je možné efektivně propojit souvislosti získané teoretickým studiem. Studenti budou schopni porozumět tomu, co se naučili, a učitelé získají mnohem lepší a užitečnější kompetence pro efektivnější předávání získaných zkušeností dalším studentům v rámci výuky.

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.
MOTIVACE A PODNIKATELSKÝ DUCH

Cílem kapitoly „Motivace a podnikatelský duch" je:

- vysvětlit model podnikatelského učení.
- propojit Vaše osobní zkušenosti s rámcem podnikatelského vzdělávání.
- charakterizovat vztah mezi motivací a vlastním výkonem.

Budete schopni:

- rozpoznat a hodnotit své vlastní hodnoty, cíle a motivaci.
- posoudit soulad mezi vlastními cíly a nápady.
- rozvíjet svůj vlastní podnikatelský potenciál.

Cílem této kapitoly je rozvinout Vašeho podnikatelského ducha. Budeme se věnovat problematice učení se podnikat či se stát podnikatelem, výběru příležitostí a vztahu mezi učením se a volbou příležitostí. Tato kapitola se především věnuje důležitosti podnikatelského vzdělávání a jeho klíčových prvků. Zahrnuje cvičení, která Vám pomohou při podnikatelském studiu, jak správně přistupovat ke studiu a budete schopni identifikovat oblasti, které potřebujete rozvíjet a zlepšovat,což se především týká Vaší sebereflexe, hodnocení Vašich cílů, motivace, sebedůvěry a schopností.

Model podnikatelského vzdělávání (Rae, 2007)

1. Osobní a sociální rozvoj: Jak se stát podnikatelem

Cílem podnikatelského vzdělávacího projektu je stimulovat hlubší porozumění a poznatky získané při Vaší cestě podnikatelským učením. Není to jen dotazník o tom, zda jste podnikatel. Následující části vysvětlí jednotlivé složky. Cílem je pomoci Vám poukázat na Váš podnikatelský rozvoj, ať už individuálně nebo v malých skupinách. Podívejte se na každé z těchto tří témat a soubor podoblastí. Ne každé téma Vás musí zaujmout, některé z nich mohou být podmíněny praxí ve firmě. Zaměřte se na ty, které se Vás týkají. Některé z nich můžete studovat později, když budete plnit úkoly této kapitoly. Dělejte si poznámky a vraťte se určitým bodům.

Osobní a sociální rozvoj

- Otázky ve všech čtyřech kapitolách Vám pomohou poukázat na Váš osobní a sociální vývoj:

Narativní tvorba identity

- Jak byste popsal/a svůj životní příběh? Přemýšlejte o své minulosti, přítomnosti a budoucnosti.
- Co byste zdůraznil/a (jakou roli máte ve Vašem životním příběhu)? Přemýšlejte o příkladech, kdy jste jednali v podnikatelském duchu, snažili se využít příležitostí a experimentovali s novými příležitostmi.
- Jak byste dále chtěli měnit svou identitu?

Role rodiny

- Jaká je Vaše role v rodině? Co od Vás Vaše rodina očekává?
- Mají Vaše rodinné obchodní zkušenosti vliv na Vaše ambice?
- Jak Vaše rodinná očekávání ovlivňují Váš život, kariéru a obchodní ambice?
- Jak se stavíte k těmto očekáváním?
- Jak byste chtěli změnit očekávání své rodiny k Vaší osobě?
- Jaké důsledky by mohlo mít Vaše rozhodnutí o založení vlastního podnikání na vztazích a Vaší rodině?

Identita jako praxe

- V čem jste dobrý/á, co Vás baví?
- Jak nejlépe umíte uplatnit své schopnosti a dovednosti?
- Jak nejlépe uplatníte Vaše schopnosti při hledání příležitostí?

Napětí mezi existující a budoucí identitou

- Čeho byste chtěli dosáhnout ve svém životě, práci a studiu?
- Nabízí Vám Vaše současné zaměstnání nebo vzdělání příležitost k dosažení těchto cílů?
- Co by Vás motivovalo ke změně Vaší současné pozice? Začal/a byste podnikat?
- Máte nějakou "budoucí" představu, kterou byste chtěli realizovat?
- Myslíte si, že byste ji mohli skutečně realizovat? Co je k tomu potřeba?

2. Kontextové učení

Učení prostřednictvím ponoření se do komunity a průmyslu

- Jaké jsou Vaše nejpřínosnější dovednosti, jaké jsou Vaše hlavní odborné znalosti? V jakých situacích je můžete aplikovat?
- Jaké schopnosti a dovednosti jste vyvinuli?
- Které sociální sítě jste členem? Jaké jsou Vaše kontakty v rámci těchto sítí?

- Jak můžete tyto kontakty využít na počátku sociálního podnikání?

Rozpoznání příležitostí a inovací

- Jaké potřeby a problémy vidíte ve svém každodenním životě?
- Které z nich by mohly vytvořit příležitosti?
- Jak Vám mohou Vaše zkušenosti a kontakty pomoci vytvořit příležitosti?
- Jak byste mohli zkombinovat Vaše stávající znalosti, moderní technologii a nápady k vytvoření nové příležitosti a inovace?

Praktické teorie podnikatelského chování

- Co jste udělali pro rozvoj svých nových myšlenek a jejich realizaci?
- Jaké jsou Vaše „praktické teorie" a jak je můžete aplikovat v sociální podnikání?

3. Podnikatelský duch

Zapojení ostatních do realizace projektu

- Jak efektivně pracujete s ostatními při vyjednávání společných cílů a jejich naplňování?
- Jste si vědom/a svých silných stránek v týmu?
- Poznáte schopnosti druhých?
- Věříte lidem, se kterými pracujete? A věří oni Vám?

Společné vytváření struktur a sdílení významu a hodnot

- Jak sdílíte hodnoty a způsoby práce?
- Jak stimulujete a udržujete nadšení při práci na projektu?
- Jak můžete efektivně zvládat konflikty?

Zapojení zainteresovaných stran

- Jaký je Váš nejdůležitější kontakt pro realizaci projektu?
- Jak můžete zapojit klienty?
- Existují mezery ve vztazích s klíčovými zúčastněnými stranami?

Postupná změna a výměna rolí

- Jste ochoten souhlasit se změnou role během sociálního podnikání?
- Jak můžete zapojit nové lidi do týmů nebo podnikání?
- Co byste udělali s lidmi zapojenými do podnikání na jeho počátku ale s růstem podnikání, by jste zjistili, že tito lidé nejsou schopni být nadále součástí Vašeho podnikání?

Samostatný úkol

Podívejte se na video Dana Pinka, kde vysvětluje, proč tradiční motivační nástroje nejsou tak efektivní, jak si myslíme. Video má české titulky a můžete ho najít na adrese: http://www.ted.com/talks/lang/eng/dan_pink_on_motivation.html

OSTATNÍ ZDROJE

KIRBY, D. Entrepreneurship. Berkshire: McGraw-HillEducation, 2003. ISBN 0077098587

RAE, D. Entrepreneurship: FromOpportunity to Action. Hampshire: PalgraveMacmillan, 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.
NÁPADY A PŘÍLEŽITOSTI

V kapitole „Nápady a příležitosti" se naučíte:

- jádro a význam obchodních příležitostí.
- jak hodnotit příležitosti.
- jaká jsou rizika příležitostí.
- souvislosti mezi kreativitou, podnikatelským duchem a jeho rozvojem.

Budete schopni:

- Používat metody a techniky vhodné pro rozvoj příležitostí.
- Rozvíjet své dovednosti, podnikatelského ducha a Vaši kreativitu.

Obchodní příležitosti

Cílem této kapitoly je prozkoumat pojem podnikatelská příležitost a její význam v procesu podnikatelského rozhodování.

Definice

1. Žádoucí budoucí stav, který je odlišný od současného stavu a existuje přesvědčení, že dosažení tohoto stavu je možné. Lidé mají jiné vnímání, pro někoho je příležitost překážkou a naopak. Výsledek vnímání závisí na prostředí, přístupu ke zdrojům a správném načasování.
2. Čas, kritický moment nebo situace příznivě směřují k cíli, účelu, šanci, výhodě nebo prospěchu určitého místa nebo pozice. Ve volném podnikatelském prostředí vznikají příležitosti vyplývající z měnících se okolností (podmínek), chaosu, rozporů, zpomalení nebo zrychlení, nedostatků znalostí nebo informací a řady dalších typů nesrovnalostí v průmyslu a na trhu.

Rozdíl mezi nápady a příležitostmi

Pokud tato myšlenka není příležitost, co je potom příležitost? Příležitost má vlastnost, aby se stala: Atraktivní, Dlouhotrvající, Aktuální.

Příležitost je součástí produktu nebo služby, která kupujícímu nebo uživateli přidává hodnotu nebo výhody.

Úkol: Jaký je rozdíl mezi nápadem, příležitostí a výzvou?

Zdroje příležitostí

Příležitosti jsou vytvářeny samy o sobě pouze ve výjimečných situacích. Obecně musí být aktivně vytvořeny. Dobrý podnikatel je schopen vidět příležitost, kde ji jiní nevidí.

Pochopení a identifikace příležitosti

Je důležité, aby podnikatel věděl, kde hledat zdroje příležitostí a jaký faktor vytváří příležitost, protože současná dynamika podnikatelského prostředí nutí podnikatele, aby přicházeli s novými nápady a přístupy.

Zdroje příležitostí

Chápat podnikání jako službu pro ostatní.

Objevování zdrojů:

- Přijít na věci a služby, které lidé potřebují a vyžadují.
- Najít harmonii mezi tím, co jsem schopen nabídnout a co ostatní vyžadují.

Rozvíjení kreativity a představivosti

Kreativita / Vynalézavost

Jedním z nejdůležitějších prvků ve vzdělávání týkajícího se obchodních příležitostí je kreativní myšlení. Kreativita je jedním z atributů, se kterými se lidé rodí. Kreativní myšlení přirozeně kulminuje v dospívání a to především proto,že kreativní myšlení je ovlivňováno vzděláváním. Člověk je nucen přemýšlet logicky a racionálně. Sociální tlak člověka nutí potlačovat kreativní myšlení.

Kreativní myšlení je možné trénovat a zlepšovat. Každý je schopen kreativně přemýšlet a naučit se ho aplikovat v podnikání.

Speciální metody - kreativní řešení problémů

Existuje řada speciálních metod pro řešení problémů. V této kapitole představíme některé z nich.

Brainstorming

Jedná se o nejznámější a nejpoužívanější metodu pro rozvoj formy řešení problémů kreativně. Začíná seznámením s danou problematikou. Po seznámení s danou problematikou se sestaví tým o 6 až 12 lidech. Žádný z účastníků by neměl být uznávaným odborníkem v dané problematice. Všechny zmíněné myšlenky jsou zaznamenány bez ohledu na jejich často nelogický obsah. Vzájemná kritika a hodnocení členů v tým jsou během procesu brainstormingu nepřijatelné.

„Reverse" brainstorming

„Reverse" brainstorming se liší od brainstormingu pouze v tom, že je u něho povoleno kritizovat. V praxi je tato metoda založena na hledání nedostatků prostřednictvím otázky: Kolik existuje způsobů, jak selhat? S pomocí „reverse" brainstormingu budete schopni najít veškeré nedostatky Vašeho nápadu a poté diskutovat o metodách, jak je napravit.

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.

Synetika

Je to tvůrčí proces, který nutí jednotlivce řešit problémy prostřednictvím čtyř analogických mechanismů - osobních, přímých, symbolických a virtuálních. Tento proces je rozdělen do dvou fází. V první fázi se účastníci seznámí s problematikou z dobře známé perspektivy. Ve druhé fázi se pokoušejí transformovat známé na neznámé a najít tak nové řešení.

Gordonova metoda

Členové skupiny předem neznají přesný charakter problému - je obzvláště důležité, aby členové skupiny našli řešení, která nebudou zatížena již známými stereotypy.

Volná asociace

Je jednoduchá a efektivní metoda. Tato metoda napomáhá k rozvoji zcela nových pohledů na problém. Nejprve se napíše slovo nebo věta týkající se problému a pak jsou přidávány nové. Každé nové slovo by mělo evokovat něco nového v probíhajícím procesu myšlení, který vytváří řetězec myšlenek poukazující na představu o novém produktu.

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.
KREATIVITA A INOVACE

Kapitola „Kreativita a inovace“ si klade za cíl:

- popsat model kreativního řešení problému.
- vysvětlit fáze řešení kreativního problému.
- vysvětlit Herrmannův model.

Budete schopni:

- identifikovat svůj vlastní styl kreativního myšlení.
- rozvíjet jednotlivé styly kreativního myšlení.

Tato kapitola se zaměřuje na tvůrčí proces. Velká pozornost je věnována tzv. Herrmannovu modelu kreativity. Seznámíte se s jednotlivými částmi a budete mít možnost zjistit, kterou z částí máte nejrozvinutější. Analýzou počtu řešených problémů bylo zjištěno, že v procesu tvůrčí práce existují určité algoritmy a principy. Soustřeďme se na výchozí bod tvůrčího pracovního procesu. Dá se rozdělit do několika po sobě jdoucích etap - kroků, jejichž kontinuita a existence obvykle není realizována v průběhu řešení problémů. Je však žádoucí ji zohlednit a využít k řízení pracovního procesu.

1. Příprava - výběr, sběr a analýza potřebných informací. Během přípravy se rozhoduje o metodě analýzy a o metodách, kterými budou získané informace zpracovávány. Stanoví se stupeň syntézy; jsou specifikovány charakteristiky řešeného problému a cílový stav řešení.

2. Maturace - práce se získanými informacemi. Jsou vytvořeny podmínky pro práci na řešení; používají se metody intuice a asociace vedoucí k dalším řešením. Témata jsou analyzována, jejich realizace je za daných podmínek simulována a zkoumána jejich efektivita. A toto se stává základem budoucí formy inovace.

3. Zrození (osvícení) -výzkumný pracovník dosáhne konkrétní formy vynálezu - není spokojen s jediným řešením a hledá jiné varianty. Výzkumný pracovník rozvíjí vynález do finální podoby, kterou lze snadno a komplexně implementovat jako úspěšnou inovaci.

4. Ověření - výzkumný pracovník hodnotí vlastnosti, výhody a nevýhody generovaných variant vynálezů, zkoumá jejich účinnost a efektivitu. Výzkumný pracovník rozhoduje o optimální variantě, která je výsledkem práce. Tvůrčí práci považujeme za realizaci výsledků tvůrčího myšlení.

Proces tvořivosti

Proces tvořivosti lze rozdělit do několika fází:

1. Příprava

Příprava na kreativní myšlení. Dobrým tréninkem je:

- uznat, že vzdělávání je nekončící proces a každá situace představuje příležitost něco se naučit.
- číst o tématu.
- vytvořit soubor článků na dané téma.
- věnovat čas diskusi s ostatními, včetně těch, kteří o tomto tématu nevědí mnoho.
- věnovat čas studiu dalších zemí a kultur, které mohou přispět k identifikaci globálních příležitostí.
- rozvíjet schopnost naslouchat a učit se od druhých.

2. Průzkum

Zahrnuje zkoumání problému a jeho složek.

3. Transformace

Rozpoznání podobností a rozdílů v získaných informacích a to zahrnuje konvergentní a divergentní myšlení. Konvergentní myšlení je schopnost vidět podobnosti a spojení. Divergentní myšlení je schopnost vidět rozdíly. Schopnost přetvářet informace může být posílena:

- snahou vidět věci jako komplex a nezajímat se o ně jen detailně.
- reorganizací jednotlivých prvků.
- zvažováním různých přístupů.
- odolností vůči prvním dojmům.

4. Inkubace

Někdy je nutné zapojit nevědomé hledání odpovědí. Často vyžaduje čas, který může být podpořen následujícími technikami:

- dělat něco, co se netýká problému.
- snít někdy během dne.
- přemýšlet o problému, než usnete.
- přemýšlet o problému na různých místech.

5. Osvícení

Zrání problému, přemýšlení o problému a zjevně pasivní čekání na nápad.

6. Ověření

Může se jednat o experimenty, simulace, marketingové ověřování, vytvoření pilotního programu atd. Cílem je ověřit myšlenku, zda je dobrá, prakticky realizovatelná a která se zdá být lepším řešením konkrétního problému nebo příležitosti.

7. Realizace

Přeměna myšlenky v realitu.

4.
NETWORKING
CESTA K ÚSPĚŠNÉMU PODNIKÁNÍ

Jak na networking

V této kapitole se naučíte, jak budovat a udržovat networking v podnikatelském prostředí.

Sociální sítě a networking hrají v podnikání klíčovou úlohu (Durda a Krajčík, 2016). Sociální kapitál je jedním z významných faktorů inovací a zdrojem organizačních výhod(Adlešič a Slavec, 2012). Podnikatelé mají určitý nápad, znalosti a kompetence pro podnikání, ale potřebují také jiné zdroje, které nemají k dispozici, aby se mohli rozvíjet a nabízet konkrétní produkty či služby.

Networking je udržování rovnováhy mezi velkým množstvím kontaktů a vyvažování mezi tím, jak mají kontakty a mnoho kontaktů a které mají větší vztah, s tím, co se týká skupiny. Nemusí být možné mít 3000 uzavřených vztahů. Zejména v těch začátcích, kdy se buduje důvěra - po tom, co by se dalo dát spoustu energie, ale to je to, co je v kontaktu s lidmi.

Networking by měl být rovnováhou mezi velkým množstvím kontaktů a úzkými, hlubšími vztahy uvnitř dané skupiny. Je prostě nemožné mít 3000 blízkých vztahů s lidmi. Zejména v počátečních fázích trvá vybudovat si důvěru. V následující fázi se nemusíte už tolik snažit kontakty sbírat, ale záleží na tom, jak si je budete udržovat.

Tipy na užitečné aktivity:

Nakreslete si vlastní síť kontaktů

Toto je aktivita, která by mohla každému ze studentů ukázat, jaké spojení mají s různými zdroji. Také se dozví, kde najít užitečné informace a jak komunikovat, aby získali pomoc při své práci. Je také možné zkusit načrtnout chybějící kontakty a připravit optimální síť.

Nakreslete si síť kontaktů pro projekt, na kterém pracujete

Toto je důležitý úkol pro celý projekt. Jaké zdroje jsou potřebné, jaké partnery a zdroje máme v projektu a jak bychom mohli rozvíjet organizaci projektu?

Jaké jsou tři nejdůležitější společnosti ve Vašem blízkém okolí?

Udělejte brainstorming se studenty a diskutujte o tom, jaké kompetence nebo zdroje jsou v místní komunitě. Udělejte si schůzku s osobami nebo společnostmi, jděte a udělejte rozhovory, pořiďte fotografie a videa a udělejte prezentaci.

Využijte obchodní sektor jako důležitou vzdělávací oblast

Vymyslete projekt, ve kterém studenti analyzují a poznávají různé stránky místní komunity prostřednictvím vytváření sítí kontaktů. Po naplánování projektu a využití kontaktů v rámci školy, by studenti měli jít do terénu a shromažďovat informace o komunitě. Hlavním cílem projektu by mohlo být pochopení různých rolí ve společnosti.

Povědomí o zdrojích ve Vaší místní komunitě

Touto aktivitou bychom měli získat přehled o zdrojích přírodních či uměle vytvořených v místní komunitě. Cílem je porozumět, jaké zdroje zde jsou, jak jsou využívány a jak jsou zneužívány.

Poznejte své místní firmy

Studenti navštíví místní firmy a budou u nich hledat rozdílné a podobné znaky. Měli by rozvíjet porozumění o podnikání a také hledat možnosti spolupráce nebo interakce s těmito firmami v průběhu projektů či jiných aktivit.

Nejdůležitější firma ve Vaší komunitě

Kdekoli najdete firmu, která je velmi důležitá pro místní komunitu. Během této aktivity by jste se měli zaměřit na významnou firmu,ať už je to firma z velkého průmyslu či farma. Vyučující zajistí exkurzy do firmy, kde se studenti dozví o historii firmy, vývoji podnikání, výrobních aktivitách a podobně. Pořízené fotografie, videa rozhovory slouží k přípravě prezentace a následné práci ve škole.

(Zdroj: Teach&ESPRIT. Developing Entrepreneurial Spirit in European Teachers´ Training for Vocational Education)

Tipy pro studenty - „networking icebreakers“

Networking je důležitou součástí akcí a umožňuje účastníkům setkat se s novými potenciálními klienty, dodavateli nebo užitečnými kontakty pro pozdější spolupráci. Můžete vyzkoušet pár snadných aktivit zaměřených na "prolamování ledů". Je nezbytné rozvíjet vztahy s důležitými kontakty, protože se mohou přeměnit v mezníky pro vaše podnikání a rozvoj kariéry.

Jelikož je v současné době tolik času věnováno on-line interakcím, je skutečná interakce mezi lidmi ještě důležitější. Hledání a navazování kontaktů osobně však může být příčinou úzkosti u mnoha introvertních studentů.

Zde je pár jednoduchých nápadů na to, jak "prolomit ledy". Měli by podpořit Váš networking a zjednodušit navázání konverzace.

Avatary a virtuální tvoření kontaktů

Mnoho lidí zjistí, že je pro ně jednodušší se představovat on-line než osobně. Tím, že seznámíte hosty akce prostřednictvím sociálních médií, snížíte riziko, že se na akci nikdo nebude znát. Vytvořte soukromou skupinu akce na Facebooku nebo začněte chatovat na Twitteru, což pomůže lidem poznat se.

Jediné slovo Vám stačí na „prolomení ledů“

Tato aktivita může být použita v jakékoli situaci a je skvělým úvodem pro jakoukoli konferenci. V malých skupinách po pěti lidech každého požádejte, aby na chvíli myslel na slovo, které popisuje XY (vložte jakékoli téma). Tím pádem získáte velké množství odpovědí a postřehů, které povedou ke spontánním rozhovorům, kde se účastníci navzájem zpochybňují a diskutují o významech za vybranými slovy. Několik dobrovolníků pak může být požádáno, aby se podělili se širší skupinou.

Rychlé kladení otázek

Toto je zábavná a snadná hra, která nic nestojí. Řekněte svým účastníkům, aby si našli partnera a dejte jim 60 sekund na to,aby si kladly rychle otázky. (Můžete je zobrazit na plazmových obrazovkách. Nezapomeňte zařadit i zajímavé a vtipné otázky jako třeba: Kdybyste mohla být nějaká kreslená postavička, kterou byste byl/a?

(Zdroj:
https://www.eventmanagerblog.com/20-ideas-to-help-event-networking)
Avatars and Virtual 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.
VLASTNÍ PREZENTACE /PREZENTACE VE VÝTAHU

V této kapitole se budeme zabývat prezentací, publikem a prostředím. Hledáme cíl Vaší prezentace v závislosti na tom, jaké materiály shromažďujete a vybíráte. Pokusíme se připravit manuál, který může být průvodcem pro Vaši prezentaci. Na konci si vše vyzkoušíte,protože víte,že opakování je matka moudrosti.

Příprava prezentace

Bez nadsázky můžeme přípravu označit za nejdůležitější část procesu. Protože dobrá prezentace je založena na tom co posluchač chce slyšet, odpovídá na otázky a odráží důvody, které vedou k zapojení posluchačů do Vaší prezentace. Dobrá prezentace je založena na pečlivé přípravě s přihlédnutím k potřebám posluchačů, sledovaných cílech, ale také osobnosti posluchače a prostředí, ve kterém budete prezentovat.

První krok v přípravě by měl vycházet z potřeb cílové skupiny, prostředí, ve kterém budete prezentovat, a samozřejmě nástrojů, které budete moci použít. A tady je první rada.

Přemýšlejte o tom, jak by měla Vaše prezentace končit

Zamyslete se nad tím, jak by měla Vaše prezentace končit. Začněte s myšlenkou, čeho chcete dosáhnout,jaký bude výsledek. Stručně řečeno, musíte posluchače přesvědčit,získat čas, nebo jednoduše vytvořit příležitost znovu se s posluchačem setkat. Mějte na paměti, že ne vždy máte příležitost prezentovat deset a více minut. Právě když se dostáváte do kontaktu s posluchačem, je důležité posluchače získat a vaším jediným cílem bude přesvědčit posluchače k další schůzce. Setkání, kde budete moci využít své skvělé prezentace. Pro vás to však znamená, že nebudete mít nejen jednu prezentaci, ale pro různé příležitosti připravíte více variant. Pokud již máte deadline, víte, kolik času Vám zbývá na prezentaci a je to jen na Vás posluchače přesvědčit. Pokud deadline nemáte,potřebujete ji získat. Připravte si druhou prezentaci nebo prezentaci„ve výtahu".

Klíčové otázky před prezentací

- Čeho chci dosáhnout?
- Kdo bude mým publikem?
- Co prezentuji?
- Proč a kde prezentuji?
- Jak dlouhá je prezentace?
- Jaké nástroje a techniky použiji?
- Jaký úvod bude mít moje prezentace?
- Co bude dál - Další kroky po prezentaci?

Prezentace ve výtahu

Vaše schopnost získat pozornost a zájem potenciálního obchodního partnera, zaměstnavatele nebo zákazníka může být postavena na takové banalitě jako je výlet. Klíčem k úspěšné prezentaci je Váš proslov.

Tato řeč proslov by měl být v rozmezí od 30 sekund do 2 minut. Měli byste získat pozornost a zachytit všechny náležitosti... maximálně v deseti větách. Může se to zdát jako obtížný úkol, ale je to jeden z nejlepších způsobů, jak udělat pozitivní, originální a výrazný první dojem.

Jednou z příležitostí, kdy je vhodné mít dokonale řízenou řeč, je když se potřebujete představit. S potřebou rychle se představit a zapojit se do rozhovoru, například v pracovním pohovoru, ale i v běžné komunikaci.Všichni dobře víme, že je dobré mít jasnou strukturu pro Vaše podnikání.

Nejprve by mělo být zmíněno Vaše jméno a jaké je Vaše zaměstnání nebo čemu se věnujete. Ve druhé části by mělo být poukázáno na Vaše znalosti. A ve třetí,nejdůležitější části, je nutno zmínit jak se odlišujete od ostatních a proč jste tou správnou volbou. Jelikož jakákoli řeč by neměla být přednášena z patra, doporučuji si ji předem připravit.

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
TRŽIŠTĚ NÁPADŮ

PROJECT

FIND YOUR INNER INVENTOR

UČEBNÍ TEXTY
KRÁTKÁ VERZE

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