



PRZEWODNIK DLA NAUCZYCIELA.

PROGRAM ZAJĘĆ, MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Projekt współfinansowany ze środków Samorządu Województwa Mazowieckiego

Mazowsze.
serce Polski



Założenia programu

Startup Days for Youth nawiązuje do nowoczesnego postrzegania gospodarki rynkowej, w której uczestnicy mogą tworzyć swoje miejsce pracy, umiając właściwie sprecyzować swoje umiejętności i możliwości, a także określać potrzeby rynku i na nie odpowiadać. W kontekście obecnie prężnie powstających startupów pokażemy, jak duże znaczenie mają umiejętności tzw. “miękkie” (kreatywność, empatia, współpraca, innowacyjność), aby poradzić sobie na rynku pracy. Włączymy uczestników zajęć – uczniów i uczennice szkół gimnazjalnych – do udziału w praktycznych zajęciach promujących postawy przedsiębiorcze.

Zajęcia będą organizowane w innowacyjnej formie projektowej, wykorzystującej elementy wydarzeń startupowych, uczniowie zapoznają się z nowymi formami przedsiębiorczego spędzania czasu, pracy na modelach biznesowych oraz zarządzania projektami. W programie zajęć stosowane będą innowacyjne metody pracy: uczenie przez doświadczenie, gra symulacyjna, kreatywne rozwiązywanie problemów, a także innowacyjne podejście do pracy z uczniem, który sam ma decydować za siebie i w trakcie zajęć ma się stać podmiotem decydującym o swoim rozwoju edukacyjnym i zawodowym. W trakcie cyklu 4 spotkań grupy uczniowskie będą tworzyły swoje pomysły na innowacyjne przedsięwzięcie, opracowywały i przygotowywały prototypy produktów i usług, które będą chcieli zapewnić swoim odbiorcom. Będziemy działać niestandardowo, pracować na najnowszych modelach biznesowych i dobrych praktykach – tak aby odbiorcy uczyli się, jak z pewnością siebie wkroczyć na współczesny i przyszły rynek. Na zakończenie zaplanowana jest uroczysta gala, w trakcie której każda grupa przedstawi wyniki swojej pracy i będzie przekonywać społeczność szkolną do swoich produktów i usług.

Program zajęć grupowych

Spotkanie 1. Przedsiębiorcze „ja”

Czas warsztatu: 90 minut

Wykorzystywane metody: burza mózgów, kreatywne rozwiązywanie problemów, metoda diagnostyczna, symulacja

Cele spotkania:

- uświadomienie cech osoby przedsiębiorczej i możliwości ich rozwijania;
- rozwinięcie umiejętności pracy w grupie;
- uświadomienie ról przyjmowanych w trakcie pracy grupowej;
- rozwinięcie umiejętności myślenia kreatywnego.

Ćwiczenie 1. „Osoba przedsiębiorcza” (15 minut)

Potrzebne materiały: karteczki post-it, papier flipchartowy (ew. tablica – choć wykorzystanie papieru pozwala na zachowanie pracy grupowej i wracanie do niej w czasie kolejnych spotkań).

Ćwiczenie stanowi wprowadzenie do cyklu szkoleniowego, ma uświadomić uczniom i uczennicom, czym jest postawa przedsiębiorcza. Ważne jest, aby zwrócić uwagę, że zarabianie „dużych pieniędzy” może być w niektórych przypadkach manifestacją postawy przedsiębiorczej, ale nie jest jej elementem.

Uczniowie i uczennice otrzymują po 1-2 karteczkach post-it. Na kartce każdy zapisuje wszystkie cechy, jakie przyjdą mu do głowy, opisujące osobę przedsiębiorczą. Następnie na flipcharcie z napisem „osoba przedsiębiorcza” przyczepiają swoje karteczki. Nauczyciel omawia z uczniami i uczennicami ich propozycje, kategoryzuje pomysły i zbiera te, które pojawiały się najczęściej.

Ćwiczenie 2. Test NASA (20 minut)

Potrzebne materiały: zestaw dla każdej grupy: opisana historia (załącznik 1.), spis przedmiotów lub wydrukowane rekwizyty (załącznik 1a).

Uczniowie i uczennice dzielą się na grupy (warto w tym zadaniu wykorzystać losowy podział na grupy) 5-6-osobowe. Każda grupa otrzymuje instrukcję oraz spis przedmiotów (rekwizyty). Ich zadaniem jest podjęcie decyzji co do ważności przedmiotów i tego, które mają wziąć ze sobą. Grupy powinny umieć uargumentować, dlaczego wybrały właśnie te konkretne przedmioty.

Jako podsumowanie ćwiczenia prowadzący pyta uczniów i uczennice, jak pracowało im się w grupach, czy wszyscy mieli poczucie udziału w procesie decydowania. Jak ten proces przebiegał? To ćwiczenie na kreatywność jest jednocześnie wstępem do rozmowy o różnych rolach, które różne osoby przyjmują w zespole.

Ćwiczenie 3. Jaka jest twoja rola w zespole? (10 minut)

Potrzebne materiały: kwestionariusz badawczy „Moja rola w grupie” M. Belbina.

Uczniowie i uczennice wypełniają kwestionariusze badawcze i sprawdzają, jakie role przyjmowane w trakcie pracy grupowej są dla nich najodpowiedniejsze, w których najlepiej się odnajdą. Wiedza na ten temat przyda im się nie tylko w trakcie realizacji dalszych działań projektowych, ale przy każdej pracy grupowej.

Ćwiczenie 4. „Szukam pracy” (15 minut)

Potrzebne materiały: karta „Szukam pracy” (załącznik 2.) – wydrukowana dla każdego ucznia, uczennicy.

Zadanie ma wspomóc podział grup na zespoły projektowe, które w kolejnych tygodniach będą tworzyły i realizowały pomysły na startup.

Uczniowie i uczennice wypełniają karty, wpisując swoje mocne strony, zainteresowania, wyjątkowe umiejętności, a także zaznaczając rolę, w jakiej najlepiej się odnajdą pracując w zespole. Wszystkie karty zostają rozłożone (na podłodze lub powieszono tak, aby wszyscy mieli do nich dostęp) i na tej podstawie mają uformować się grupy 5-6-osobowe. Nauczyciel zwraca uwagę, żeby uczniowie i uczennice tworzyli grupy biorąc pod uwagę zarówno zainteresowania, jak i rolę (aby w jednej grupie nie było 5 liderów – bo to może bardzo utrudnić realizację projektu).

Ćwiczenie 5. Innowacyjnie, czyli jak? (10 minut)

Nauczyciel pokazuje uczniom i uczennicom przykłady innowacyjnych marek, wyjaśnia, skąd się wzięły na nie pomysły. Pokazuje, że siła i sukces nowoczesnego startupu wychodzi z potrzeb odbiorców tworzonego produktu/usługi. Omówienie różnych znanych przykładów powinno uświadomić uczniom i uczennicom, że innowacyjność pomysłu nie zawsze musi wynikać ze stworzenia czegoś, czego wcześniej nie było, ale znalezienia rozwiązań na problemy, które były z wykorzystaniem narzędzi, które już są dostępne.

W trakcie dyskusji prowadzący sprawdza, czy wszyscy uczestnicy rozumieją różnicę między produktem a usługą.

Ćwiczenie 6. Pierwsze pomysły na własny biznes (20 minut)

Potrzebne materiały: karta „Nasz pomysł na biznes”, arkusz wspierający „Odnajdź w sobie innowatora”

Uczniowie i uczennice z wykorzystaniem karty pracy oraz arkusza wspierającego, wymyślają pomysły na własny biznes. Celem zadania jest wymyślenie przez uczniów i uczennice projektów, które będą realizowali przez kolejne spotkania. Na koniec nauczyciel prosi uczniów i uczennice, aby do kolejnego spotkania przeprowadzili rozmowy z potencjalnymi odbiorcami ich produktów/usług i sprawdzili, na ile ich produkt jest potrzebny na rynku.

Spotkanie 2. Nowoczesny startup – budowanie modelu biznesowego

Czas warsztatu: 90 minut

Wykorzystywane metody: gry dydaktyczne, symulacja, metoda planowania

Cele spotkania:

- poznanie zasad tworzenia nazw firm;
- uświadomienie znaczenia nazwy firmy dla rozwoju przedsięwzięcia;
- zapoznanie ze znaczeniem podziału ról w procesie produkcyjnym;

- zapoznanie z praktycznymi aspektami popytu i podaży;
- zapoznanie ze sposobami budowania nowoczesnych modeli biznesowych;
- rozwinięcie umiejętności planowania;
- rozwinięcie postawy przedsiębiorczej i umiejętności współpracy w grupie;
- rozwinięcie umiejętności komunikacyjnych;
- rozwinięcie umiejętności logicznych i matematycznych w zastosowaniu praktycznym.

Ćwiczenie 1. Energizer (5 minut)

W zależności od grupy można wykorzystać wybrany energizer:

1. Wolne elektrony: każdy uczestnik wybiera w myślach osobę A i osobę B. Zadaniem każdego jest stawanie jak najbliżej osoby A i jak najdalej od osoby B. Osoba A powinna się znajdować między nim, a osobą B. Uczestnicy mogą następnie zgadywać, kto był dla kogo osobą A i osobą B.
2. Wyrzuć to z siebie: każdy uczestnik zapisuje na kartce myśli, których chce się pozbyć przed zajęciami, które będą mu/jej utrudniały pracę na zajęciach. Następnie każdy zgina kartkę i wyrzuca ją do kosza – w formie rzutów koszykarskich.

Ćwiczenie 2. Tworzenie nazwy firmy (15 minut)

Potrzebne materiały: teczki kartonowe dla wszystkich grup, materiał pomocniczy do wymyślenia nazwy (załącznik 7.).

Zadaniem grup jest wymyślenie nazwy dla swojej firmy. Prowadzący omawia z uczniami i uczennicami kwestie związane z wyborem nazwy, jej znaczeniem dla dalszych losów produktu/usługi. Omawia komiks, który uczniowie otrzymują w materiale pomocniczym. Po wybraniu nazw, grupy zapisują je na swoich teczkach kartonowych, w których będą przechowywały wszystkie materiały związane z pracą nad projektem startupowym.

Uwaga metodyczna: Warto zwrócić uwagę na to, jak przebiega proces wymyślenia i wyboru nazwy. Jakie są procesy grupowe? Jakie role przyjmują uczniowie i uczennice? Można podrzucić uczniom i uczennicom pomysły na ćwiczenia rozbudzające kreatywność, które ułatwią im wymyślenie nazwy.

Ćwiczenie 3. Gra symulacyjna – Fabryka dekoracji (35 minut)

Potrzebne materiały: instrukcje dla grup, instrukcje dla kontrolerów, karty podsumowania produkcji dla kontrolerów, zapowiedzi trendów rynkowych, informacja o aktualnych cenach w skupie (1 egzemplarz), instrukcje origami, papier kolorowy (w 4 kolorach).

Zadaniem grup będzie wcielenie się w rolę firm produkujących dekoracje z papieru (dekoracje origami). Prawidłowy podział obowiązków, opracowanie planu procesu produkcyjnego oraz właściwe obserwowanie trendów rynkowych ma pomóc grupom w osiągnięciu najlepszego wyniku sprzedaży ich produktów. Gra rozgrywana jest przez 3 rundy. Na zakończenie podsumowywane są wyniki poszczególnych grup i wskazywana jest grupa, która osiągnęła najlepszy wynik finansowy.

Przebieg gry symulacyjnej: Prowadzący wyjaśnia uczestnikom, że staną się firmami produkującymi papierowe dekoracje do domów. To, w jaki sposób potrafią obserwować trendy rynkowe, planować pracę zespołu, dzielić się obowiązkami i wykonywać powierzone zadania, będzie decydujące dla wyniku końcowego.

Zasady:

1. Każda z grup ma produkować 4 rodzaje dekoracji origami, zgodnie z otrzymanymi instrukcjami.
2. Grupy otrzymują ograniczoną liczbę materiału (każda grupa otrzymuje tyle samo), z którego mogą skorzystać w czasie 3 rund gry.
3. Każdą rundę poprzedza informacja o nadchodzących trendach rynkowych – jest to podpowiedź, co prawdopodobnie będzie się lepiej sprzedawało (i za lepszą cenę).
4. W trakcie etapu produkcji zespoły mogą wyprodukować, ile chcą i w jakich chcą proporcjach dekoracje: z żółtego papieru: sowa, z czerwonego papieru: pudełko, z niebieskiego papieru: pingwin, z zielonego papieru: koala.
5. Po rundzie produkcji następuje runda informacji ze skupu – ile faktycznie w danej rundzie kosztują poszczególne dekoracje stworzone przez grupy.
6. Przed rozpoczęciem gry zespoły wybierają ze swojego grona kontrolerów jakości, którzy zostaną wysłani do innych firm w celu kontroli jakości wykonywanych przez inne firmy produktów (to od nich będzie zależało, czy produkty będą mogły być sprzedane w skupie – oceniać będą na podstawie listy kontrolnej). Kontrolerzy otrzymają oddzielną instrukcję pracy.
7. Każda runda trwa 7 minut. Na początku zespoły mają zapewniony czas na zapoznanie się z instrukcjami i przećwiczenie poszczególnych instrukcji origami. Zespoły otrzymują także zadanie zaplanowania procesu produkcji – wyznaczenia ról itp. Jedyną obowiązkową rolę, którą muszą wyznaczyć jest kontroler jakości. Inne role uzależnione są od ich podejścia oraz tego, co wiedzą o stojącym przed nimi zadaniu. Mają na to 5 minut.

W ramach podsumowania zadania, prowadzący omawia z uczniami i uczennicami, jak im się pracowało w grupach. Jak zaplanowali proces produkcyjny? Czy było to efektywne? Co by zmienili?

Ćwiczenie 4. Budowanie modelu biznesowego – lean canvas (40 minut)

Potrzebne materiały: lean canvas (jeden dla każdej grupy), mapa empatii (dla każdej grupy)

Uczniowie i uczennice budują modele biznesowe swoich firm w oparciu o lean canvas, a także omawiają potrzeby swojej grupy docelowej (wynik samodzielnej pracy między zajęciami i rozmów z potencjalnymi odbiorcami) na podstawie mapy empatii. Każda grupa prezentuje wynik swojej pracy na forum klasy. Zbiera uwagi od pozostałych uczestników.

Spotkanie 3. Marketing & Promocja

Czas warsztatu: 90 minut

Wykorzystywane metody: gry dydaktyczne, metody kreatywnego rozwiązywania problemów, metoda planowania

Cele spotkania:

- poznanie kompozycji marketingowej 4P - Produkt, Cena, Dystrybucja, Promocja;
- zapoznanie z zasadami projektowania produktów/usług;
- uświadomienie znaczenia identyfikacji wizualnej marek;
- uświadomienie sposobów kształtowania cen;
- poznanie zasad odpowiadania na potrzeby rynku;
- rozwijanie kreatywności i umiejętności myślenia nieszampowego;
- poznanie zasad tworzenia materiałów promocyjnych.

Ćwiczenie 1. Energizer (5 minut)

Potrzebne materiały: tekst do czytania przez wybranych uczniów i uczennice, karteczki z wypisanymi emocjami (nienawiść, zaskoczenie, podekscytowanie, strach).

Wprowadzenie do tematu zajęć poprzez czytanie na głos tekstu na temat kompozycji marketingowej 4P. Chętne 4 osoby mają za zadanie czytać podany przez prowadzącego fragment tekstu, zgodnie z wylosowaną emocją. Zadaniem reszty grupy jest odgadnięcie, o jaką emocję chodzi.

Ćwiczenie 2. Karta Produktu (30 minut)

Potrzebne materiały: Karta Produktu do wypełnienia dla każdej grupy, kredki, ołówki, inne materiały papierniczo-piśmiennicze, kartki A3 (po 2 na grupę) lub papier pakowy, ew. kolorowe gazety do wycinania (+ nożyczki, kleje), naklejki itp.

Nawiązując do ćwiczenia 1. prowadzący wyjaśnia, czym jest obszar produktu. Grupy mają za zadanie, korzystając ze wsparcia Karty Produktu (w formie check-listy), stworzyć projekt swojego produktu/usługi na kartkach A3, w którym uwzględnią: wygląd produktu/usługi, marka, jakość,

potrzeby, które spełnia, oczekiwany sposób postrzegania przez klientów, rodzaje dostępnego asortymentu. Grupy mogą też zaplanować istnienie usług dodatkowych: gwarancji lub pomocy technicznej.

Ćwiczenie 3. Cena i dystrybucja (10 minut)

Potrzebne materiały: Karta Ceny (po jednej dla każdej grupy)

Rozmowa wprowadzająca: z jakimi cenami się spotykacie? Jak cena wpływa na odbiór produktu i jego dostępność? Kto kupi produkt za daną cenę? Czy od razu stosować promocję cenową przy wprowadzaniu projektu? Kiedy stosowane są rabaty? Jakie znacze formy dotarcia do klienta? Na jakich zasadach można sprzedawać swój produkt (hurtowo, indywidualnie)?

Grupy mają za zadanie podzielić się pracą – część grupy zastanawia się nad zaplanowaniem ceny produktu/usługi, część opracowuje plany na promocje cenowe, rabaty itp., reszta opracowuje plan dystrybucji produktu/usługi. Prowadzący zwraca uwagę na znaczenie pracy grupowej i ostateczne zatwierdzenie decyzji przez wszystkich. Jakie role przyjmowali uczniowie i uczennice w trakcie pracy grupowej?

Ćwiczenie 4. Promocja (30 minut)

Potrzebne materiały: kartki A4 dla wszystkich grup (białe i kolorowe), ołówki, flamastry, kredki, nożyczki, kleje, kolorowe czasopisma, gazety codzienne (jedna dla każdej grupy), flipchart, Karta Promocji dla każdej grupy.

Na początku prowadzący razem z uczniami i uczennicami zbiera pomysły:

- w jaki sposób promuje się usługi i produkty?
- w jaki sposób dociera się do odbiorców?
- co odbiorcy zapamiętują na temat produktu/usługi?

Jest to punkt wyjścia to opracowania strategii promocji dla poszczególnych grup – zrozumienie, jakie elementy promocji są istotne i w jaki sposób wpływają na postrzeganie przez odbiorców (w tym miejscu prowadzący odnosi się do projektów produktów/usług, w których uczestnicy zaplanowali w jaki sposób chcą, żeby były postrzegane ich produkty/usługi).

Każda grupa otrzymuje Kartę Promocji (w formie checklisty), która ma pomóc w zaplanowaniu działań promocyjnych. Każda grupa ma stworzyć: logo firmy (ew. dodatkowo pełną historię firmy), hasło promocyjne, notatkę prasową (notatka ma być po przygotowaniu wklejona do gazety), projekt strony internetowej, projekt ulotki, ew. inne formy promocyjne, które wymyślą.

Uwaga metodyczna: dla rozbudzenia kreatywności młodzieży przy tworzeniu hasła promocyjnego można zaproponować ćwiczenie twórcze ze słownikiem, które wymaga, że po wylosowaniu słowa ze słownika musi ono być uwzględnione w tworzonym hasle promocyjnym.

Ćwiczenie 5. Omówienie zaprojektowanych produktów i usług (10 minut)

Grupy przedstawiają na forum klasy stworzone pomysły na firmy. Zbierają uwagi na temat swojego pomysłu. Prowadzący zachęca do wprowadzenia poprawek i modyfikacji do wymyślonych produktów/usług, na podstawie zebranej informacji zwrotnej.

Ćwiczenie 6. Ewaluacja zajęć (5 minut)

Potrzebne materiały: tarcze dla wszystkich uczniów i uczennic.

Uczniowie i uczennice zaznaczają, na ile udało im się dotrzeć do celu „Wiem, w jaki sposób zaprojektować produkt/usługę”. Prowadzący zachęca, aby w razie wątpliwości lub pytań, uczestnicy zapisali je po drugiej stronie swoich tarcz. Następnie zbiera wszystkie wypełnione tarcze.

Spotkanie 1. Budżetowanie i prototypowanie

Czas warsztatu: 90 minut

Wykorzystywane metody: kreatywne rozwiązywanie problemów, praca twórcza, gra dydaktyczna, symulacja, metoda ewaluacyjna, design thinking.

Cele spotkania:

- rozwinięcie umiejętności zarządzania finansami;
- rozwinięcie umiejętności myślenia kreatywnego;
- rozwinięcie umiejętności współpracy w grupie;
- rozwijanie postawy proaktywnej i sprawczej;
- poznanie zasad myślenia projektowego.

Ćwiczenie 1. Energizer (5 minut)

Każdy z uczestników wybiera sobie odgłos, który będzie wydawał, inny niż odgłosy pozostałych osób. Uczniowie i uczennice tworzą koło i z zamkniętymi oczami zapamiętują odgłosy partnerów stojących po prawej i lewej stronie. Następnie rozchodzą się po pomieszczeniu (ławki muszą być odsunięte lub ćwiczenie wykonywane jest na korytarzu), a następnie, wciąż z zamkniętymi oczami, ponownie muszą utworzyć identyczne koło, rozpoznając zapamiętane odgłosy i przemieszczając się w ich kierunku. Ćwiczenie ma pobudzić w młodzieży energię do dalszej pracy i rozwinąć poczucie zaufania do pozostałych osób w klasie.

Ćwiczenie 2. Budżetowanie (10 minut)

Potrzebne materiały: karty budżetu domowego dla każdego ucznia i uczennicy.

Uczestnicy opracowują plan budżetu domowego na następny miesiąc. Uwzględniając ograniczenia budżetowe podane przez prowadzącego.

Ćwiczenie 3. Tworzenie prototypów (35 minut)

Potrzebne materiały: kartony, kolorowe papiery, materiały, nożyczki, kleje, flamastry, kredki itp. Inne materiały, które uczniowie i uczennice przynieśli na potrzeby tworzenia prototypów (pudełka, folie, naklejki, materiały itp.)

Każda grupa, zgodnie ze swoimi pomysłami oraz projektem produktu/usługi stworzonym na poprzednich zajęciach przygotowuje prototyp (lub prototypy), które będą prezentowane w trakcie uroczystej gali podsumowującej program.

Ćwiczenie 4. Przygotowywanie stanowisk promocyjnych na galę (20 minut)

Potrzebne materiały: kartony, kolorowe papiery, materiały, nożyczki, kleje, flamastry, kredki itp.

Każda grupa, zgodnie ze swoją wyobraźnią oraz projektem promocji opracowanym w trakcie poprzednich zajęć przygotowuje stanowisko promocyjne na galę.

Ćwiczenie 5. Ćwiczenie wystąpień publicznych – winda (15 minut)

Grupy mają za zadanie stworzyć półminutowe wypowiedzi na temat swoich produktów/usług, które będą zwięzłe, a jednocześnie będą zachęcały potencjalnego inwestora do zainwestowania w ich firmę. Nauczyciel prosi uczniów, aby wyobrazili sobie, że jest znaną, bardzo bogatą osobą, która może zapewnić im finansowanie dla wymyślonej firmy. „Teraz jedziecie ze mną windą. Tylko wy i ja. Jak przekonacie mnie, żebym to właśnie na wasze przedsięwzięcie wyłożył pieniądze? Co was wyróżnia? Czemu to właśnie was powinienem wybrać?”. Chętne osoby z grup (warto tu zauważyć, że też najodważniejsze) mają tylko 30 sekund na „zareklamowanie” swoich produktów/usług.

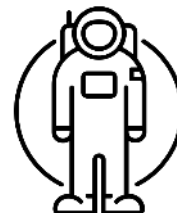
Ćwiczenie 6. Podsumowanie zajęć

Potrzebne materiały: kolorowe kartki.

Uczniowie i uczennice zapisują na kolorowych kartkach, czego się o sobie dowiedzieli na przestrzeni wszystkich zajęć. Wypisują wszystko, co było dla nich ciekaw i co chcieliby wykorzystać w przyszłości. Na tych samych kartkach, pozostałe osoby z grupy, w której pracowali, zapisują każdy każdemu pozytywną informację zwrotną na swój temat.

Załącznik 1.

Jesteście grupą astronautów, którzy wyruszyli na podbój kosmosu. Celem waszej podróży jest Mars. Wielomiesięczna podróż minęła bez przygód, ale w trakcie lądowania coś poszło nie tak... Mielicie się spotkać ze statkiem-bazą na oświetlonej stronie Marsa 300 km stąd. Awaria waszego statku i jego zniszczenie spowodowało, że musicie przejść to 300 km na piechotę. Warunkiem przeżycia na czerwonej planecie jest dotarcie do statku-bazy. Ze zniszczonego pojazdu ocalało tylko 15 przedmiotów. Musicie wspólnie wybrać, które z nich ze sobą weźmiecie i dlaczego (do czego będą potrzebne). Każde z was może wziąć ze sobą tylko jeden z tych przedmiotów plus jeden przedmiot na podręczny wózek.



Grafika: nounproject.org

Załącznik 1a. Rekwizyty

Pudełko zapatek i zestaw ogniskowy 	Koncentrat jedzenia na 2 tygodnie 	15 m nylonowej liny 
Jedwab ze spadochronu 	Dwa duże zbiorniki tlenu 	Mapa nieba widocznego z Marsa 

Grafiki: nounproject.org



<p>Sadzonki warzyw i owoców</p> 	<p>Kompas magnetyczny</p> 	<p>50 litrów wody</p> 
<p>Lampy sygnałowe</p> 	<p>Apteczka</p> 	<p>Radionadajnik na baterie słoneczne</p> 
<p>Zestaw naprawczy do kombinezonów</p> 	<p>Mapa fizyczna Marsa</p> 	<p>Prosty zestaw narzędziowy (młotek, kombinerki, lutownica)</p> 

Załącznik 2. „Szukam pracy”

AAA SZUKAM CIEKAWEJ PRACY!!!	
KTO?	MOCNE STRONY:
_____	_____
ZAINTERESOWANIA:	_____
_____	_____
_____	BARDZO DOBRZE UMIEM:
MOJA ROLA W ZESPOLE:	_____
_____	_____

AAA SZUKAM CIEKAWEJ PRACY!!!	
KTO?	MOCNE STRONY:
_____	_____
ZAINTERESOWANIA:	_____
_____	_____
_____	BARDZO DOBRZE UMIEM:
MOJA ROLA W ZESPOLE:	_____
_____	_____

Załącznik 3. „Nasz pomysł na biznes”

CO NAS WYRÓŻNIA?	NASZE UMIEJĘTNOŚCI, ZAINTERESOWANIA
←-----→	
↘ ↙	
MIEJSCE NA POMYSŁY	
	
KTO TO KUPI?	
	

Załącznik 4. Przykłady innowacyjnych marek (teksty źródłowe: „Jak rozwijać innowacyjność swoją i firmy” Hal B. Gregersen, Sergiusz Prokurat, Harvard Business Review; „Od handlu dyskietkami do sukcesu „Wiedźmina”. Historia CD Projektu”, Mateusz Kasperski, Forbes.pl)

Lego

W pierwszych latach działalności firma funkcjonowała jako warsztat stolarski. Ole Kirk (założyciel firmy) z czasem zauważył, że z odpadów poprodukcyjnych może wytwarzać drewniane zabawki. Ta decyzja okazała się kluczową dla dalszych losów firmy.

W 1947 roku Ole zwrócił uwagę na wykorzystanie tworzyw sztucznych do produkcji zabawek. Wbrew opinii współpracowników zakupił wtryskarkę za 30 000 koron duńskich co stanowiło kilkukrotność zysków z ostatnich lat. Była to pierwsza wtryskarka w Danii i z początku nikt nie miał pewności czy na miejscu znajdą się dostawcy niezbędnych surowców czy form.

Nike

Firma Nike powstała w 1971 roku w Portland w stanie Oregon w USA. Założycielami marki byli: wynalazca, trener i nauczyciel Bill Bowerman oraz sportowiec Phil Knight. Dziś Nike jest nie tylko największym producentem odzieży, obuwia i akcesoriów sportowych na świecie, ale także wyznacza wiele trendów globalnej kultury masowej. Początkowo Phil Knight sprzedawał buty dosłownie z bagażnika samochodu, jeżdżąc do trenerów i zawodników, a towar przechowywał w garażu swoich rodziców.

Legendą owiane jest powstanie podeszwy o strukturze gofra. Bill Bowerman podpatrzył kiedyś swoją żonę, gdy robiła gofry. Zauważył, że charakterystyczna struktura gofra może zwiększyć elastyczność i przyczepność podeszwy. Zabrał więc gofrownicę żony do warsztatu i na jej rozgrzaną powierzchnię wylał płynny uretan. Tak właśnie powstała pierwsza podeszwa z charakterystycznymi wypustkami

Apple – budowa iPada

Pewien inżynier w Apple’u, próbując wymyślić sposób na to, aby użytkownik mógł znaleźć tysiące piosenek na swoim iPodzie, bawił się zamkiem szyfrowym. W ten sposób odkrył, że tarcza przewijania zainstalowana w odtwarzaczu MP3 może pomóc ludziom w łatwym dotarciu do szukanego utworu. Odkrycie to powstało ze skojarzenia przedmiotu – zamka szyfrowego – z problemem, jakim było znalezienie utworu.

Polskie firmy

Saule Technologies

Świat nauki żył kilka miesięcy temu informacją o potencjalnym wykorzystaniu perowskitów (materiały o specyficznym ułożeniu siatki krystalicznej) do tworzenia cienkich folii fotowoltaicznych. Gwiazdą badań była polska naukowczyni Olga Malinkiewicz, która nowym materiałem zajęła się na Uniwersytecie w Walencji. Udało jej się wytworzyć perowskit z fazy gazowej w bardzo efektywny sposób. Naukowczyni otrzymała nawet od Komisji Europejskiej nagrodę Photonics21.

Po kilku miesiącach prac Malinkiewicz zrozumiała, że nowa technologia ma duży potencjał. Naukowczyni chciała kontynuować badania w Uniwersytecie, jednak zmieniła zdanie, gdy inwestorzy sami zaczęli się do niej zgłaszać. W maju, wraz z Piotrem Knychem i Arturem Kupczuną, założyła firmę, która skomercjalizuje dotychczasowe wyniki badań – ma na to duże szanse. (przykład realizacji: <https://www.youtube.com/watch?v=GuzrHfGZSBE>)

CDProjekt

Michał Kiciński (brat Adama, obecnego prezesa) i Marcin Iwiński, założyciele CD Projektu, to przyjaciele ze szkolnej ławki. Poznali się w liceum i szybko połączyła ich wspólna pasja – gry komputerowe. W szkole nie uchodzili raczej za prymusów, większość wolnego czasu spędzali na wspólnym graniu.

Od najmłodszych lat obaj mieli też żyłkę do biznesu. W czasach szkolnych za zaoszczędzone pieniądze kupowali za granicą niewielkie ilości gier na dyskietkach, a następnie sprzedawali je z zyskiem na warszawskiej giełdzie i wśród znajomych. Tak twórcy komputerowego „Wiedźmina” zarobili swoje pierwsze pieniądze. Większość oszczędności przeznaczali jednak na kolejne gry i w ten sposób krok po kroku rozwijali biznes.

– Zaczynałem od jednego stoiska. Jeździłem autobusem, z wielkim i bardzo ciężkim plecakiem, z komputerem, dyskietkami i monitorem, a później – kupionym do spółki z rodzicami maluchem. W ten sposób spędzałem praktycznie każdy weekend – tak początki swojej zawodowej kariery wspomina Michał Kiciński.

Połowa lat 90. przyniosła ze sobą nowy nośnik danych w postaci płyty CD, która była kilkaset razy bardziej pojemna od zwykłych dyskietek, i było praktycznie pewne, że wkrótce podbije rynek. Dla założycieli CD Projektu oznaczało to pierwszy przełom w prowadzeniu działalności. Po naradzie postanowili, że porzucają dyskietki na rzecz nowego „nośnika przyszłości”. Już pod szyldem CD Projekt zaczęli więc handlować gramami na płytach CD.

Załącznik 6. Odnajdź w sobie innowatora



Zdawaj pytania, podważające istniejący status quo. Próbuj dociec, co się dzieje i dlaczego tak się dzieje, zastanów się, co by się stało, gdyby zmienić utarty sposób postępowania. Myśl w odmienny sposób, zestawiając lub budując skojarzenia między rzeczami, których nikt wcześniej nie próbował połączyć. **Narzędzie:** burza pytań: Warto poświęcić cztery minuty każdego dnia na zapisanie pytań dotyczących wybranego problemu. Z czasem pytania będą się zmieniać, a wówczas wyłonią się też nowe odpowiedzi. Czasem nie możemy rozwiązać jakiegoś problemu, gdyż po prostu zadajemy niewłaściwe pytania.



Buduj skojarzenia. Łączenie rzeczy na pozór niemożliwych do zintegrowania. To dzięki tej umiejętności otrzymujemy nowe pomysły poprzez tworzenie związków między pytaniami, problemami lub pomysłami, wywodzącymi się z całkowicie różnych obszarów czy dziedzin życia. **Narzędzie:** wybieranie przedmiotu/słowa i poszukiwanie skojarzeń z wybranym problemem. Jak rozwiązać problem z wykorzystaniem danego przedmiotu?



Obserwuj. Obserwowanie pomaga innowatorom wykrywać drobne szczegóły w działaniach klientów, dostawców czy firm, które stanowią dla nich inspirację do nowych sposobów postępowania. Zwracają uwagę na wszystko, co się dzieje dookoła, na to, co i dlaczego robią klienci, czy produkt ich zachwyca i jak można go poprawić – prowadzą regularne obserwacje. **Narzędzie:** przyglądanie się, jak ludzie wykorzystują nasze produkty i usług oraz w jaki sposób je kupują. Pomaga w tym robienie notatek, zdjęć, nagrywanie filmów wideo.



Buduj relacje. Budowanie sieci relacji pozwala z kolei innowatorom uzyskać nowe spojrzenie na zagadnienie od osób pochodzących z innego środowiska społecznego czy zawodowego. Mistrzowie w tworzeniu sieci relacji świadomie szukają ludzi, którzy są od nich odmienni, aby dzięki rozmowie wpaść na nowy pomysł lub udoskonalić istniejący. **Narzędzie:** rozmowy z ludźmi, którzy nie myślą lub nie działają w taki sam sposób lub też nie mają podobnych do nas doświadczeń.



Eksperymentuj. Eksperymentatorzy pragną samodzielnie wypróbować nowe koncepcje i zakosztować nieznaną doświadczeń. Uwielbiają też rozmontowywać przedmioty na czynniki pierwsze. **Narzędzia:** Pomagają im w tym prototypy i bardzo szybkie eksperymenty, dzięki którym – za pomocą aktywnego działania – znajdują właściwe i nowatorskie rozwiązania.

Załącznik 7. Materiał pomocniczy do wymyślania nazw firm (źródła: glosywmojejglowie.pl, wittamina.pl)



Imię lub nazwisko: To zwykle pierwsza myśl właściciela, ale trzeba pamiętać, że rzadko zdarza się, żeby znana na całym świecie firma miała w nazwie imię. Wyjątkowe przykłady to Mercedes (imię żeńskie, o czym nie wszyscy wiedzą), a u nas na przykład Joanna, czyli producent kosmetyków. Podstawową wadą takiej nazwy jest to, że niewiele mówi o samej firmie, a imiona żeńskie kojarzą się często z salonami fryzjerskimi, kosmetycznymi i sklepami spożywczymi. Częściej udaje się to już z nazwiskami: Inglot, Ziaja, Batycki, Wittchen, Dr Irena Eris, Kler, Wedel, Grycan, ale wiele z nich to przecież nazwiska, które nie brzmią typowo po polsku. Inne: Kopernik, Chopin czy Bluetooth (przydomek króla Haralda, który w X wieku zjednoczył Danię). Światowe przykłady nazwiskowych marek to Rolls-Royce, Hewlett-Packard, McDonald's, Ford, Wilson, Jacobs czy Marks&Spencer.

Obcojęzyczna nazwa: Popularną tendencją jest wymyślenie nazwy, która brzmi obcojęzycznie, ale nie tak ordynarnie jak te wszystkie -pole i -exy. Jest w Polsce sporo takich marek: Bierhalle, Mastercook, Gino Rossi, Cin&Cin, Vifon, Grey Wolf, Rebel. Mistrzem w wymyślaniu takich marek jest gdańska firma LPP, do której należą m.in. Reserved, Mohito, House, Cropp czy Esotiq.

Miejscowość: Markę można stworzyć także z nazwy miejscowości, w której znajduje się firma. To tendencja szczególnie popularna wśród producentów z branży spożywczej: Włocławek, Pudliszki, Tymbark, Kotlin, Sokołów, ale także dawniej marki samochodów takich jak Nysa czy Warszawa. Na świecie też mamy takie przykłady, np. Adobe czy Nokia.

Rzeczownik pospolity: Helion, Polar, Zenit, Żubr, Spodek, a światowe przykłady to Rubin, Apple, Blackberry, Jaguar, Virgin, Samsung (po koreańsku znaczy trzy gwiazdki) czy Subaru (z japońskiego plejada, dlatego w logo firmy są gwiazdy).

Neologizm i gra słów: Zupełnie nowe słowo. Orlen (orzeł + energia), koszulkowo, Energa, Elzab – elektronika + Zabrze, a na świecie Asus – skrócenie początkowego pomysłu Pegasus, Hotmail – zgrabne połączenie hot + mail i jednocześnie słowo zawierające wszystkie litery z HTML, Sony – z łaciny sonus, czyli dźwięk.

Załącznik 8. Gra symulacyjna „Fabryka dekoracji” - instrukcje dla grup

INSTRUKCJA

Waszym zadaniem jest stworzenie firmy, która będzie produkowała dekoracje z papieru zgodnie z otrzymanymi instrukcjami produkcyjnymi. Macie do dyspozycji ograniczoną ilość papieru. Każdy produkt musi mieć właściwy kolor papieru (podany w instrukcji).

Podzielcie się zadaniami produkcyjnymi, tak aby działać najszybciej. MUSICIE wyznaczyć kontrolera jakości. Przed rozpoczęciem produkcji zapoznajcie się z trendami rynkowymi – one wam podpowiedzą, czego produkować najwięcej.

INSTRUKCJA

Waszym zadaniem jest stworzenie firmy, która będzie produkowała dekoracje z papieru zgodnie z otrzymanymi instrukcjami produkcyjnymi. Macie do dyspozycji ograniczoną ilość papieru. Każdy produkt musi mieć właściwy kolor papieru (podany w instrukcji).

Podzielcie się zadaniami produkcyjnymi, tak aby działać najszybciej. MUSICIE wyznaczyć kontrolera jakości. Przed rozpoczęciem produkcji zapoznajcie się z trendami rynkowymi – one wam podpowiedzą, czego produkować najwięcej.

INSTRUKCJA

Waszym zadaniem jest stworzenie firmy, która będzie produkowała dekoracje z papieru zgodnie z otrzymanymi instrukcjami produkcyjnymi. Macie do dyspozycji ograniczoną ilość papieru. Każdy produkt musi mieć właściwy kolor papieru (podany w instrukcji).

Podzielcie się zadaniami produkcyjnymi, tak aby działać najszybciej. MUSICIE wyznaczyć kontrolera jakości. Przed rozpoczęciem produkcji zapoznajcie się z trendami rynkowymi – one wam podpowiedzą, czego produkować najwięcej.

INSTRUKCJA

Waszym zadaniem jest stworzenie firmy, która będzie produkowała dekoracje z papieru zgodnie z otrzymanymi instrukcjami produkcyjnymi. Macie do dyspozycji ograniczoną ilość papieru. Każdy produkt musi mieć właściwy kolor papieru (podany w instrukcji) oraz odpowiednie wzorki zgodne z instrukcją.

Podzielcie się zadaniami produkcyjnymi, tak aby działać najszybciej. MUSICIE wyznaczyć kontrolera jakości. Przed rozpoczęciem produkcji zapoznajcie się z trendami rynkowymi – one wam podpowiedzą, czego produkować najwięcej.

INSTRUKCJA

Waszym zadaniem jest stworzenie firmy, która będzie produkowała dekoracje z papieru zgodnie z otrzymanymi instrukcjami produkcyjnymi. Macie do dyspozycji ograniczoną ilość papieru. Każdy produkt musi mieć właściwy kolor papieru (podany w instrukcji) oraz odpowiednie wzorki zgodne z instrukcją.

Podzielcie się zadaniami produkcyjnymi, tak aby działać najszybciej. MUSICIE wyznaczyć kontrolera jakości. Przed rozpoczęciem produkcji zapoznajcie się z trendami rynkowymi – one wam podpowiedzą, czego produkować najwięcej.

INSTRUKCJA

Waszym zadaniem jest stworzenie firmy, która będzie produkowała dekoracje z papieru zgodnie z otrzymanymi instrukcjami produkcyjnymi. Macie do dyspozycji ograniczoną ilość papieru. Każdy produkt musi mieć właściwy kolor papieru (podany w instrukcji) oraz odpowiednie wzorki zgodne z instrukcją.

Podzielcie się zadaniami produkcyjnymi, tak aby działać najszybciej. MUSICIE wyznaczyć kontrolera jakości. Przed rozpoczęciem produkcji zapoznajcie się z trendami rynkowymi – one wam podpowiedzą, czego produkować najwięcej.

Załącznik 9. Gra symulacyjna „Fabryka dekoracji” – instrukcja dla kontrolera jakości

INSTRUKCJA DLA KONTROLI

Twoim zadaniem jest obiektywna ocena jakości wytworzonych produktów.

Każdy produkt możesz albo dopuścić, albo nie dopuścić do skupu.

Zasady dopuszczenia do skupu:

- złożone zgodnie z instrukcją
- wszystkie wzorki zostały narysowane
- złożenie estetyczne

Po sprawdzeniu jakości wykonanych produktów – zlicz wszystkie odpowiednio i przelicz przychód firmy produkcyjnej.

Nie omawiaj wyników z zespołami ani z innymi kontrolerami. Twoje zadanie jest bardzo istotne!

INSTRUKCJA DLA KONTROLI

Twoim zadaniem jest obiektywna ocena jakości wytworzonych produktów.

Każdy produkt możesz albo dopuścić, albo nie dopuścić do skupu.

Zasady dopuszczenia do skupu:

- złożone zgodnie z instrukcją
- wszystkie wzorki zostały narysowane
- złożenie estetyczne

Po sprawdzeniu jakości wykonanych produktów – zlicz wszystkie odpowiednio i przelicz przychód firmy produkcyjnej.

Nie omawiaj wyników z zespołami ani z innymi kontrolerami. Twoje zadanie jest bardzo istotne!

INSTRUKCJA DLA KONTROLI

Twoim zadaniem jest obiektywna ocena jakości wytworzonych produktów.

Każdy produkt możesz albo dopuścić, albo nie dopuścić do skupu.

Zasady dopuszczenia do skupu:

- złożone zgodnie z instrukcją
- wszystkie wzorki zostały narysowane
- złożenie estetyczne

Po sprawdzeniu jakości wykonanych produktów – zlicz wszystkie odpowiednio i przelicz przychód firmy produkcyjnej.

Nie omawiaj wyników z zespołami ani z innymi kontrolerami. Twoje zadanie jest bardzo istotne!

INSTRUKCJA DLA KONTROLI

Twoim zadaniem jest obiektywna ocena jakości wytworzonych produktów.

Każdy produkt możesz albo dopuścić, albo nie dopuścić do skupu.

Zasady dopuszczenia do skupu:

- złożone zgodnie z instrukcją
- wszystkie wzorki zostały narysowane
- złożenie estetyczne

Po sprawdzeniu jakości wykonanych produktów – zlicz wszystkie odpowiednio i przelicz przychód firmy produkcyjnej.

Nie omawiaj wyników z zespołami ani z innymi kontrolerami. Twoje zadanie jest bardzo istotne!

INSTRUKCJA DLA KONTROLI

Twoim zadaniem jest obiektywna ocena jakości wytworzonych produktów.

Każdy produkt możesz albo dopuścić, albo nie dopuścić do skupu.

Zasady dopuszczenia do skupu:

- złożone zgodnie z instrukcją
- wszystkie wzorki zostały narysowane
- złożenie estetyczne

Po sprawdzeniu jakości wykonanych produktów – zlicz wszystkie odpowiednio i przelicz przychód firmy produkcyjnej.

Nie omawiaj wyników z zespołami ani z innymi kontrolerami. Twoje zadanie jest bardzo istotne!

INSTRUKCJA DLA KONTROLI

Twoim zadaniem jest obiektywna ocena jakości wytworzonych produktów.

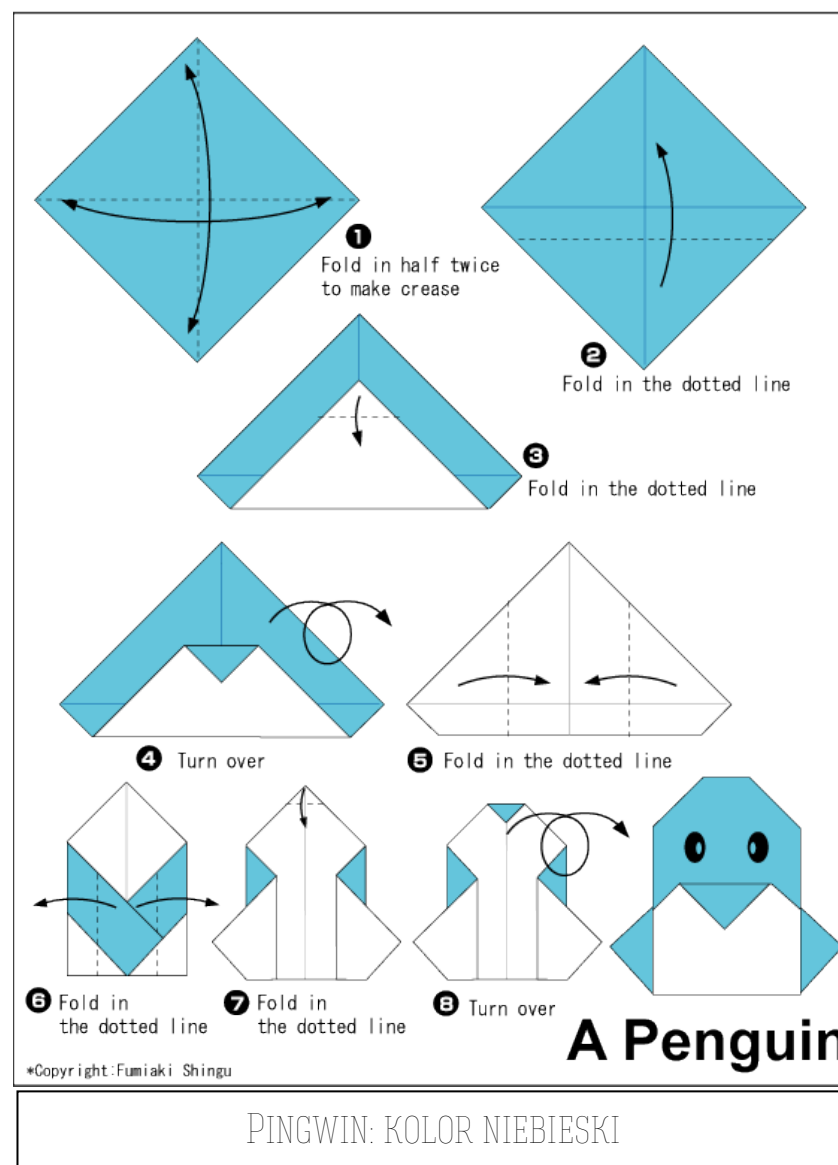
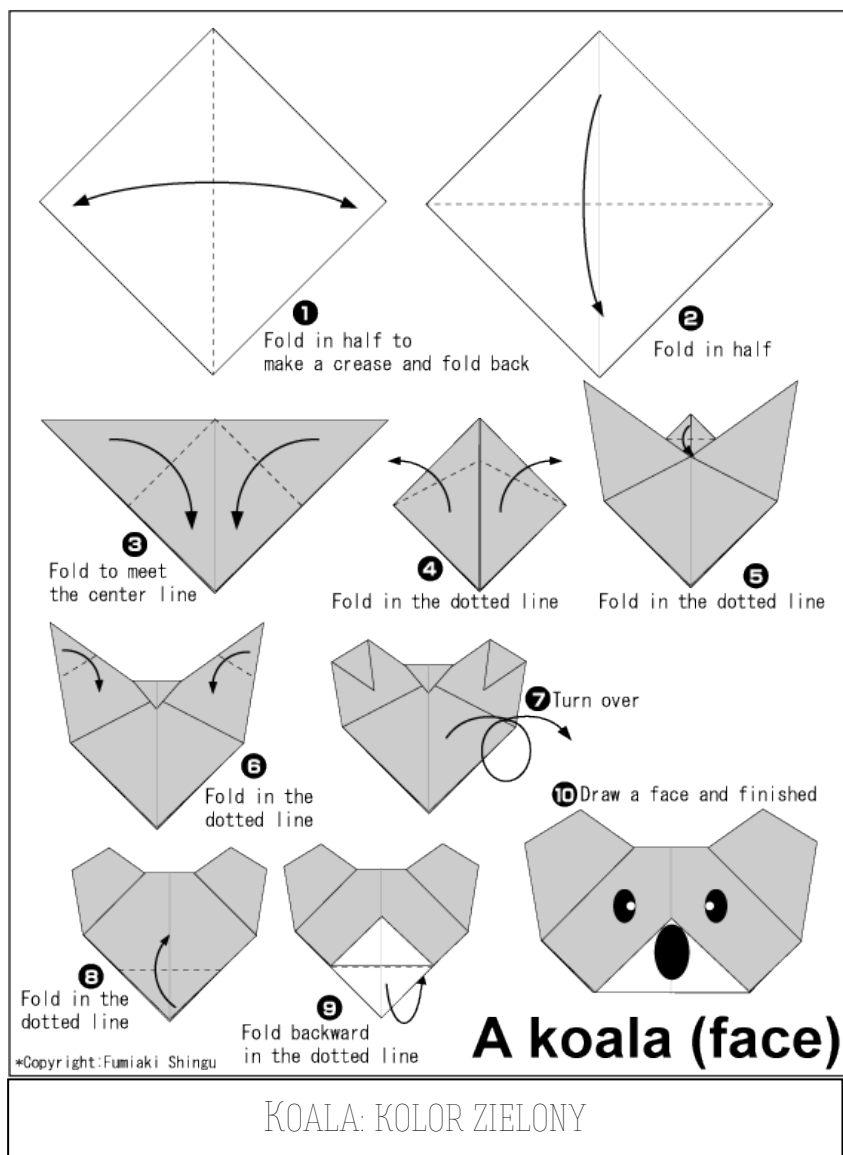
Każdy produkt możesz albo dopuścić, albo nie dopuścić do skupu.

Zasady dopuszczenia do skupu:

- złożone zgodnie z instrukcją
- wszystkie wzorki zostały narysowane
- złożenie estetyczne

Po sprawdzeniu jakości wykonanych produktów – zlicz wszystkie odpowiednio i przelicz przychód firmy produkcyjnej.

Nie omawiaj wyników z zespołami ani z innymi kontrolerami. Twoje zadanie jest bardzo istotne!



1 Fold in the dotted lines to make creases and fold back

2 Fold to meet the center line

3 Fold to make creases and unfold

4 Unfold

5 Fold in the dotted lines to meet the center line

6 Open and fold in the creases to build

7 Finished

A Box 1

*Traditional Diagram: Fumiaki Shingu

PUDEŁKO: KOLOR CZERWONY

1 Fold in the dotted lines to make creases and fold back

2 Fold in the dotted line $\frac{1}{3}$

3 Fold in the dotted line $\frac{1}{2}$

4 Fold to meet the center line

5 Fold in the dotted line

6 Draw a eyes and wings and finished

Sowa

SOWA: KOLOR ŻÓŁTY

Załącznik 11. Gra symulacyjna „Fabryka dekoracji” – informacje o trendach

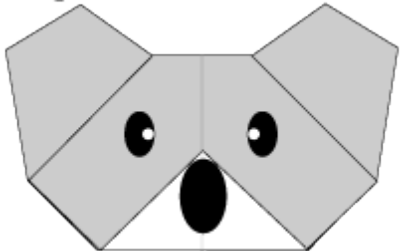
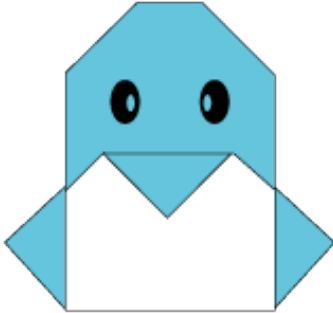
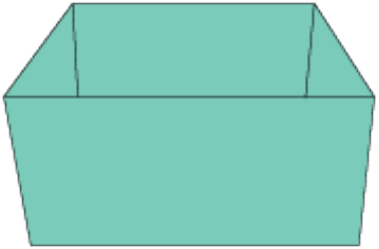

<p style="text-align: center;">Trend 1 – Runda 1</p> <p>Nadchodzi jesień – czas porządków w szafach. Osoby dobrze zorganizowane wyruszą do sklepów, aby zaopatrzyć się w przydatne dodatki do domów. Wrzesień to też początek roku szkolnego - rodzice i dzieci będą szukały czegoś, co można dać nauczycielowi w prezencie na powitanie.</p>	<p style="text-align: center;">Trend 2 – Runda 2</p> <p>Wkrótce okres zimowy. Z informacji rynkowych wynika, że najpopularniejsze kolory w tym sezonie to zimne kolory. Właściciele zimowisk, pensjonatów i hoteli szukają dekoracji, które przyciągną turystów.</p>	<p style="text-align: center;">Trend 3 – Runda 3</p> <p>Niedługo Walentynki! Z badań, które przeprowadziliście wynika, że największą popularnością będą cieszyć się przedmioty, które kojarzą się z radością i przytulaniem. Przewidujecie duże zyski, bo każdy będzie chciał wręczyć prezent swojej walentynce.</p>
<p style="text-align: center;">Trend 1 – Runda 1</p> <p>Nadchodzi jesień – czas porządków w szafach. Osoby dobrze zorganizowane wyruszą do sklepów, aby zaopatrzyć się w przydatne dodatki do domów. Wrzesień to też początek roku szkolnego - rodzice i dzieci będą szukały czegoś, co można dać nauczycielowi w prezencie na powitanie.</p>	<p style="text-align: center;">Trend 2 – Runda 2</p> <p>Wkrótce okres zimowy. Z informacji rynkowych wynika, że najpopularniejsze kolory w tym sezonie to zimne kolory. Właściciele zimowisk, pensjonatów i hoteli szukają dekoracji, które przyciągną turystów.</p>	<p style="text-align: center;">Trend 3 – Runda 3</p> <p>Niedługo Walentynki! Z badań, które przeprowadziliście wynika, że największą popularnością będą cieszyć się przedmioty, które kojarzą się z radością i przytulaniem. Przewidujecie duże zyski, bo każdy będzie chciał wręczyć prezent swojej walentynce.</p>
<p style="text-align: center;">Trend 1 – Runda 1</p> <p>Nadchodzi jesień – czas porządków w szafach. Osoby dobrze zorganizowane wyruszą do sklepów, aby zaopatrzyć się w przydatne dodatki do domów. Wrzesień to też początek roku szkolnego - rodzice i dzieci będą szukały czegoś, co można dać nauczycielowi w prezencie na powitanie.</p>	<p style="text-align: center;">Trend 2 – Runda 2</p> <p>Wkrótce okres zimowy. Z informacji rynkowych wynika, że najpopularniejsze kolory w tym sezonie to zimne kolory. Właściciele zimowisk, pensjonatów i hoteli szukają dekoracji, które przyciągną turystów.</p>	<p style="text-align: center;">Trend 3 – Runda 3</p> <p>Niedługo Walentynki! Z badań, które przeprowadziliście wynika, że największą popularnością będą cieszyć się przedmioty, które kojarzą się z radością i przytulaniem. Przewidujecie duże zyski, bo każdy będzie chciał wręczyć prezent swojej walentynce.</p>

Załącznik 12. Gra symulacyjna „Fabryka dekoracji” – karta podsumowania produkcji – dla kontrolera jakości

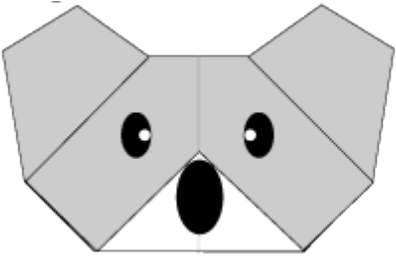
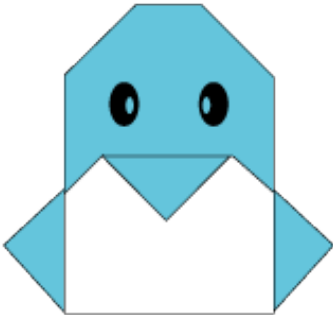
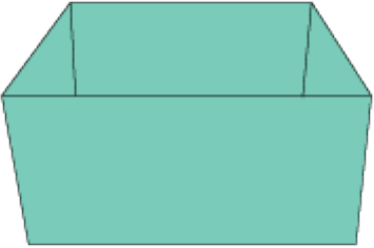

PODSUMOWANIE PRODUKCJI 1.	PODSUMOWANIE PRODUKCJI 2.	PODSUMOWANIE PRODUKCJI 3.
<p>Liczba prawidłowo wykonanych dekoracji:</p> <p>- koala _____</p> <p>- pingwin _____</p> <p>- pudełko _____</p> <p>- sowa _____</p> <p>Przyczyny odrzucenia (jeśli dotyczy):</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>Uzyskany przychód ze sprzedaży:</p> <p>- koala _____ x _____ =</p> <p>- pingwin _____ x _____ =</p> <p>- pudełko _____ x _____ =</p> <p>- sowa _____ x _____ =</p> <p>W sumie _____ =</p>	<p>Liczba prawidłowo wykonanych dekoracji:</p> <p>- koala _____</p> <p>- pingwin _____</p> <p>- pudełko _____</p> <p>- sowa _____</p> <p>Przyczyny odrzucenia (jeśli dotyczy):</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>Uzyskany przychód ze sprzedaży:</p> <p>- koala _____ x _____ =</p> <p>- pingwin _____ x _____ =</p> <p>- pudełko _____ x _____ =</p> <p>- sowa _____ x _____ =</p> <p>W sumie _____ =</p>	<p>Liczba prawidłowo wykonanych dekoracji:</p> <p>- koala _____</p> <p>- pingwin _____</p> <p>- pudełko _____</p> <p>- sowa _____</p> <p>Przyczyny odrzucenia (jeśli dotyczy):</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>Uzyskany przychód ze sprzedaży:</p> <p>- koala _____ x _____ =</p> <p>- pingwin _____ x _____ =</p> <p>- pudełko _____ x _____ =</p> <p>- sowa _____ x _____ =</p> <p>W sumie _____ =</p>

Załącznik 13. Gra symulacyjna „Fabryka dekoracji” – informacja o aktualnych cenach w skupie

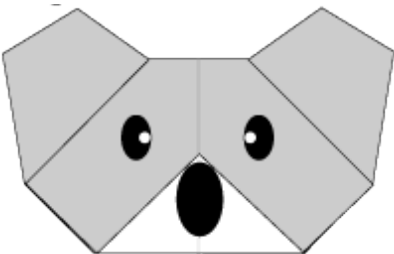
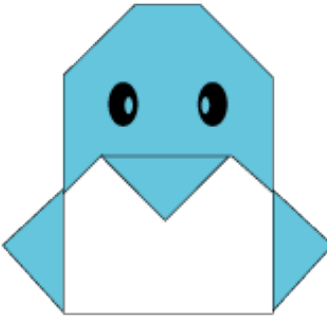
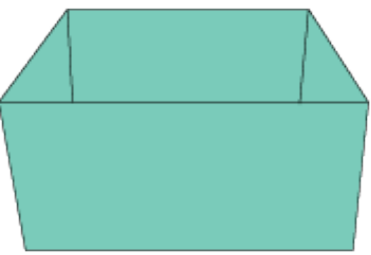

RUNDA 1. POCZĄTEK JESIENI

	10 zł		20 zł
	40 zł		50 zł

RUNDA 2. POCZĄTEK ZIMY

	30 zł		50 zł
	10 zł		30 zł

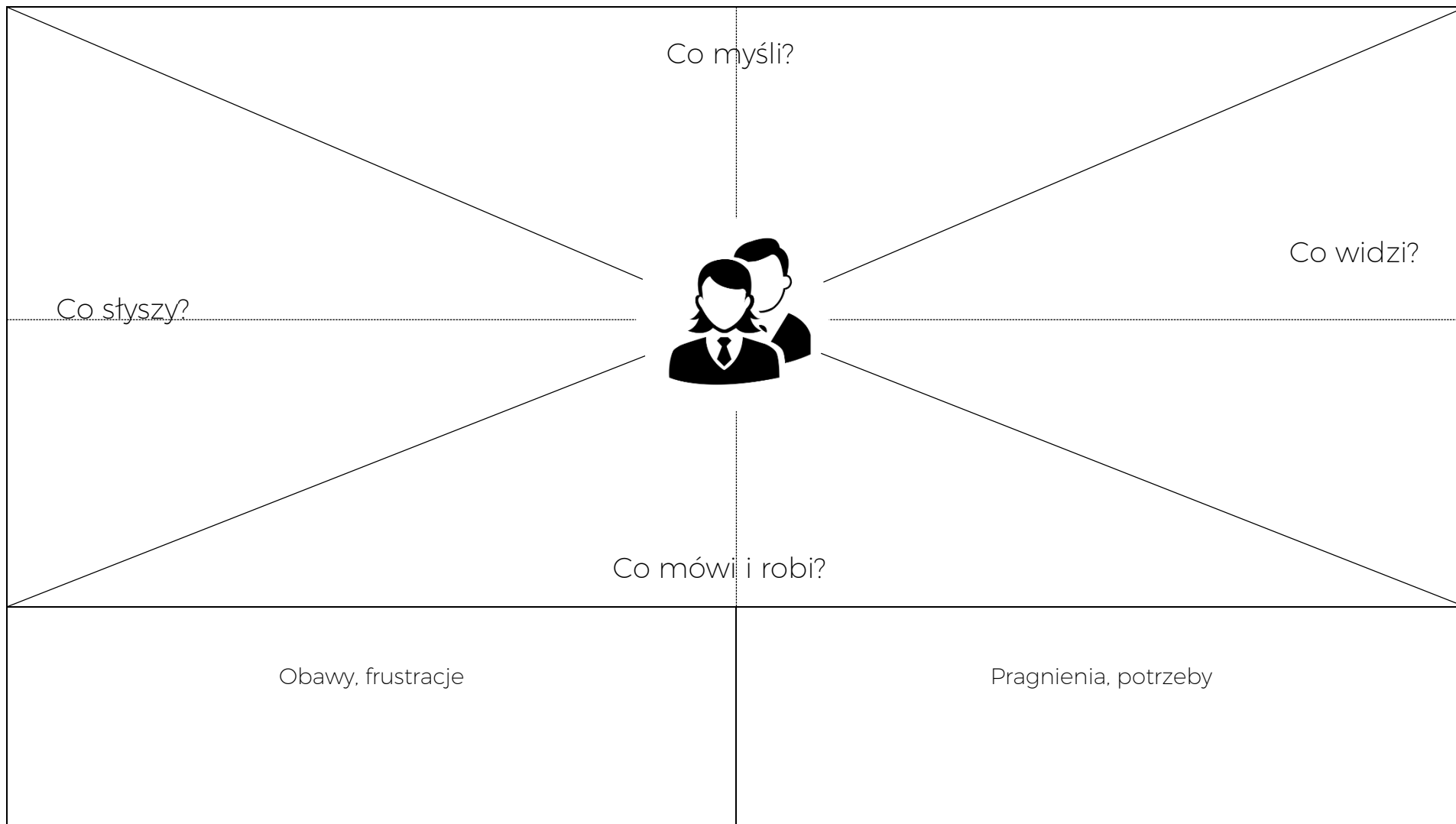
RUNDA 3. WALENTYNKI

	50 zł		20 zł
	40 zł		10 zł

Załącznik 14. Lean canvas

Problemy	Rozwiązanie	Wartość	Przewaga konkurencyjna	Klienci
	Kluczowe miary (jak sprawdzasz osiągnięcie celu)		Sposoby dotarcia	
Koszty			Przychody	

Załącznik 15. Mapa empatii



Załącznik 16. Tekst na temat kompozycji marketingowej 4P (źródło: wikipedia.org)

Kompozycja marketingowa to inaczej zespół elementów (instrumentów) za pomocą których możemy oddziaływać na rynek.

Najbardziej popularna koncepcja kompozycji marketingowej to tzw. „4p”, czyli z ang.: product, price, place, promotion.

Product (produkt)

Mówiąc o produkcie omawiamy m.in.: asortyment, jakość, markę, opakowanie, usługi.

Współcześnie mówiąc o cechach produktu koncentrujemy się na potrzebach docelowych klientów, jakie produkt ma zaspokajać. W tym elemencie zawierają się działania wspierające produkt (gwarancja, pomoc techniczna, nazwa)

Price (cena)

Cenę charakteryzuje się za pomocą: polityki cenowej, rabatów, warunków płatności

Place (dystrybucja)

Omawia zarówno kanały dystrybucji jak rozwiązania logistyczne

Promotion (promocja)

Oddziaływanie na odbiorców produktów danej firmy, polegające na przekazaniu im informacji, które mają w odpowiednim stopniu zwiększyć wiedzę na temat produktów lub usług oraz samej firmy w celu stworzenia dla nich preferencji na rynku.

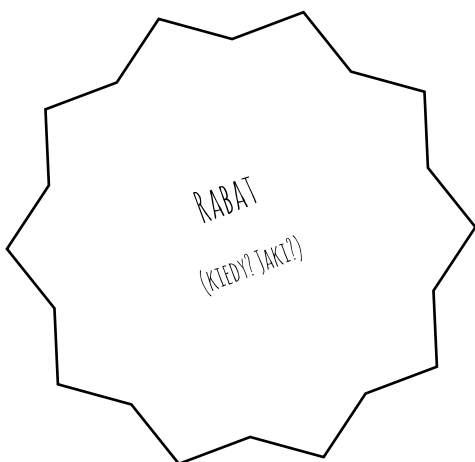
- promocja osobista
- reklama
- promocja dodatkowa (inaczej: promocja uzupełniająca, promocja sprzedaży), zaliczamy tu także: public relations

Załącznik 17. Karta Produktu

ZAZNACZCIE, CZY PROJEKT WASZEGO PRODUKTU/USŁUGI ZAWIERA:	
NAZWĘ FIRMY	<input type="checkbox"/>
NAZWĘ PRODUKTU/USŁUGI	<input type="checkbox"/>
SZKIC PROJEKTU WYGLĄDU PRODUKTU/USŁUGI Z ZAZNACZENIEM JEGO FUNKCJI I WYKORZYSTYWANYCH MATERIAŁÓW	<input type="checkbox"/>
OPIS JAKOŚCI PRODUKTU/USŁUGI	<input type="checkbox"/>
OPIS POTRZEB KLIENTÓW/ODBIORCÓW PRODUKTU/USŁUGI	<input type="checkbox"/>
HASŁA, KTÓRE MAJĄ SIĘ KOJARZYĆ Z WASZĄ FIRMĄ, PRODUKTEM/USŁUGĄ	<input type="checkbox"/>
RODZAJE ASORTYMENTU	<input type="checkbox"/>
DODATKOWO: GWARANCJA	<input type="checkbox"/>
DODATKOWO: POMOC TECHNICZNA	<input type="checkbox"/>

ZAZNACZCIE, CZY PROJEKT WASZEGO PRODUKTU/USŁUGI ZAWIERA:	
NAZWĘ FIRMY	<input type="checkbox"/>
NAZWĘ PRODUKTU/USŁUGI	<input type="checkbox"/>
SZKIC PROJEKTU WYGLĄDU PRODUKTU/USŁUGI Z ZAZNACZENIEM JEGO FUNKCJI I WYKORZYSTYWANYCH MATERIAŁÓW	<input type="checkbox"/>
OPIS JAKOŚCI PRODUKTU/USŁUGI	<input type="checkbox"/>
OPIS POTRZEB KLIENTÓW/ODBIORCÓW PRODUKTU/USŁUGI	<input type="checkbox"/>
HASŁA, KTÓRE MAJĄ SIĘ KOJARZYĆ Z WASZĄ FIRMĄ, PRODUKTEM/USŁUGĄ	<input type="checkbox"/>
RODZAJE ASORTYMENTU	<input type="checkbox"/>
DODATKOWO: GWARANCJA	<input type="checkbox"/>
DODATKOWO: POMOC TECHNICZNA	<input type="checkbox"/>

Załącznik 18. Karta Ceny



Załącznik 19. Karta Promocji

SPRAWDŹCIE, CZY UDAŁO WAM SIĘ ZAPLANOWAĆ PEŁNĄ PROMOCJĘ:	
LOGO FIRMY LUB LOGO PRODUKTU/USEUGI	<input type="checkbox"/>
HASEŁ PROMOCYJNE PRODUKTU/USEUGI	<input type="checkbox"/>
NOTATKA PRASOWA – „WYDRUKOWANA” W GAZECIE	<input type="checkbox"/>
PROJEKT STRONY INTERNETOWEJ	<input type="checkbox"/>
PROJEKT ULOTKI	<input type="checkbox"/>
INNE.....	<input type="checkbox"/>

SPRAWDŹCIE, CZY UDAŁO WAM SIĘ ZAPLANOWAĆ PEŁNĄ PROMOCJĘ:	
LOGO FIRMY LUB LOGO PRODUKTU/USEUGI	<input type="checkbox"/>
HASEŁ PROMOCYJNE PRODUKTU/USEUGI	<input type="checkbox"/>
NOTATKA PRASOWA – „WYDRUKOWANA” W GAZECIE	<input type="checkbox"/>
PROJEKT STRONY INTERNETOWEJ	<input type="checkbox"/>
PROJEKT ULOTKI	<input type="checkbox"/>
INNE.....	<input type="checkbox"/>

SPRAWDŹCIE, CZY UDAŁO WAM SIĘ ZAPLANOWAĆ PEŁNĄ PROMOCJĘ:	
LOGO FIRMY LUB LOGO PRODUKTU/USEUGI	<input type="checkbox"/>
HASEŁ PROMOCYJNE PRODUKTU/USEUGI	<input type="checkbox"/>
NOTATKA PRASOWA – „WYDRUKOWANA” W GAZECIE	<input type="checkbox"/>
PROJEKT STRONY INTERNETOWEJ	<input type="checkbox"/>
PROJEKT ULOTKI	<input type="checkbox"/>
INNE.....	<input type="checkbox"/>

Załącznik 20. Budżetowanie

BUDŻET DOMOWY 		
Wydatki	Zakupy: jedzenie	
	Zakupy: kosmetyki i środki czystości	
	Zakupy: ubrania	
	Rozrywka (kino, basen, teatr)	
	Hobby (książki, gry itp.)	
	Czynsz i media	
	Wspieranie potrzebujących.....	
	Inne....	
Oszczędności	W banku	
	W świnie skarbonce	

BUDŻET DOMOWY 		
Wydatki	Zakupy: jedzenie	
	Zakupy: kosmetyki i środki czystości	
	Zakupy: ubrania	
	Rozrywka (kino, basen, teatr)	
	Hobby (książki, gry itp.)	
	Czynsz i media	
	Wspieranie potrzebujących.....	
	Inne....	
Oszczędności	W banku	
	W świnie skarbonce	

BUDŻET DOMOWY 		
Wydatki	Zakupy: jedzenie	
	Zakupy: kosmetyki i środki czystości	
	Zakupy: ubrania	
	Rozrywka (kino, basen, teatr)	
	Hobby (książki, gry itp.)	
	Czynsz i media	
	Wspieranie potrzebujących.....	
	Inne....	
Oszczędności	W banku	
	W świnie skarbonce	