

Trzydzieście ćwiczeń do Modułu I

“Podstawy przedsiębiorczości LSE”

Praktyczne ćwiczenie Nr 1 dla submodułu 1

Definicje przedsiębiorczości i przedsiębiorczości opartej na stylu życia

Cele submodułu 1: nauczyciele dorosłych rozwiną zrozumienie definicji przedsiębiorczości i przedsiębiorczości opartej na stylu życia.

Cel ćwiczenia: Zdefiniowanie głównych zasad przedsiębiorczości i porównanie ich z pojęciem przedsiębiorczości opartej na stylu życia.

- Czym jest przedsiębiorczość?
- Jakie są główne cechy przedsiębiorczości?
- Czym jest przedsiębiorczość LSE?
- Jakie są charakterystyczne cechy LSE?
- Jakie są podobieństwa i różnice pomiędzy tradycyjną przedsiębiorczością a przedsiębiorczością LSE?

Zadanie:

<ul style="list-style-type: none">• Podziel na grupy• Każda grupa ma zdefiniować czym według nich jest LSE.• Pokaż grupie definicję LSE• Każda grupa wymienia różnice między przedsiębiorczością tradycyjną i LSE.• Dyskusja w grupach	<p>Grupy prezentują swoje spostrzeżenia.</p> <p>Dyskusja w grupie</p> <p>Lista podstawowych różnic</p>	<p>Flip chart</p> <p>Długopisy i ołówki</p>
--	--	---

Wyniki nauczania:

Uczniowie będą potrafili określić podstawowe zasady przedsiębiorczości.

Uczniowie zrozumieją różnicę pomiędzy LSE a przedsiębiorczością tradycyjną.

Czas trwania: 30-40 minut.

**Praktyczne ćwiczenie Nr 2
do submodułu 2**

Ocena potencjału ucznia jako przyszłego przedsiębiorcy LSE

Celem Submodułu 1.2 jest rozwój zdolności oceny potencjału uczniów jako przyszłych przedsiębiorców

Cel ćwiczenia: zapoznanie się z ramami EntreComp, jako narzędziem pomagającym w indywidualnej ocenie możliwości zostania przedsiębiorcą.

Kryteria oceny:

Na skali 1 do 5, jak oceniasz swoją wiedzę i pewność w poniższych obszarach?

1	2	3	4	5
brak	nieznaczna	dostateczna	wysoka	kompletna

(Całościowy wynik jest wskaźnikiem podkreślającym słabe i mocne strony)

Wyniki:

Uczestnicy uzyskują podstawowe zrozumienie możliwości potencjału przyszłych przedsiębiorców LSE.

Uczestnicy zapoznają się z ramami EntreComp, wspierającymi uczniów defaworyzowanych w ocenie i zrozumieniu czym jest LSE i jakie daje możliwości.

Czas trwania: 30 minut.



Obszar	Umiejętność	Wskazówki	Deskryptory	Samocena
1. Pomysły i możliwości	1.1 Dostrzeganie możliwości	Użyj wyobraźni do zidentyfikowania możliwości tworzenia dochodowych LSE	<ul style="list-style-type: none"> Zidentyfikuj i wykorzystaj możliwości tworzenia dochodu, badając swoje społeczne, kulturowe i ekonomiczne otoczenie. Zidentyfikuj wyzwania i potrzeby, na które należy odpowiedzieć. Utwórz nowe relacje i połącz ze sobą luźne elementy, tak aby stworzyć możliwości dochodu 	
	1.2 Kreatywność	Rozwiń kreatywne i sensowne pomysły	<ul style="list-style-type: none"> Rozwiń parę pomysłów i możliwości tworzenia dochodu, wliczając w to lepsze rozwiązania dla istniejących wyzwań. Sprawdź i eksperymentów z nowymi metodami Łącz wiedzę i zasoby w celu osiągnięcia wartościowych efektów 	
	1.3. Wizja	Pracuj nad osiągnięciem swojej wizji przyszłości	<ul style="list-style-type: none"> Wyobraź sobie przyszłość Rozwiń swoją wizję aby zmieniać pomysły w działania Wizualizuj przyszłe scenariusze tak aby lepiej pokierować swoim wysiłkiem i działaniami 	
	1.4 Wartościowanie pomysłów	Maksymalnie wykorzystaj pomysły i szanse	<ul style="list-style-type: none"> Oceniaj wartość pod kątem społecznym, kulturowym i ekonomicznym Rozpoznawaj potencjał pomysłu dla tworzenia dochodu i określ najbardziej efektywne sposoby jego realizacji 	



	1.5 Etyczne i zrównoważone podejście	Oceń konsekwencje i wpływ pomysłów, możliwości i działań	<ul style="list-style-type: none"> Oceń konsekwencje pomysłów, które przynoszą dochód i wpływ działań przedsiębiorczych na docelową społeczność, rynek, społeczeństwo i środowisko Rozważ długoterminowe cele społeczne, kulturowe i ekonomiczne Działaj odpowiedzialnie 	
--	---	--	---	--

Obszar	Umiejętność	Wskazówki	Deskryptory	Samooceana
2. Źródła	2.1 Samoświadomość i poczucie własnej skuteczności	Uwierz w siebie i stale pracuj nad swoim rozwojem	<ul style="list-style-type: none"> Zastanów się nad swoimi potrzebami, aspiracjami i pragnieniami, w perspektywie krótko, średnio i długofalowej. Zidentyfikuj i oceń swoje słabe i mocne strony Uwierz w swoją możliwość wpływania na bieg wydarzeń, pomimo niepowodzeń czy chwilowych przeciwności 	
	2.2 Motywacja i upór w dążeniu do celu	Bądź skoncentrowany i nigdy się nie poddawaj	<ul style="list-style-type: none"> Bądź zdecydowany przekształcić pomysły w działanie i zaspokoić swoją potrzebę osiągnięć Przygotuj się na cierpliwość i staraj się osiągnąć długoterminowe cele Nie uginaj się pod presją czy chwilowym niepowodzeniem 	



	2.3 Zabezpieczanie zasobów	Zgromadź i zarządzaj niezbędnymi ci zasobami	<ul style="list-style-type: none"> Zdobądź i zarządzaj zasobami materialnymi, nie materialnymi i cyfrowymi, tak aby zmieniać pomysły w działania Maksymalnie wykorzystaj ograniczone zasoby Zdobytą i zarządzaj kompetencjami wymaganymi na każdym etapie, wliczając kompetencje techniczne, cyfrowe, znajomość prawa i podatków 	
	2.4 Wiedza finansowa i ekonomiczna	Rozwiń niezbędną wiedzę z zakresu finansów i ekonomii	<ul style="list-style-type: none"> Oszacuj koszty zamiany pomysłu w dochodową działalność Planuj, wdrażaj i oceniaj decyzje finansowe Zarządzaj finansami tak aby upewnić się, że dochody będą długoterminowe 	
	2.5. Mobilizacja innych	Inspiruj innych i zachęcaj do współpracy	<ul style="list-style-type: none"> Inspiruj i zachęcaj do współpracy osoby zainteresowane Zdobądź wsparcie potrzebne do osiągnięcia wartościowych wyników Pokazuj, że posiadasz umiejętności komunikacyjne, negocjacji i przywództwa 	

Obszar	Umiejętność	Wskazówki	Deskryptory	Samoocena
3. Wprowadzenie	3.1 Przejmowanie inicjatywy	Zrób to!	<ul style="list-style-type: none"> Zainicjuj procesy tworzące dochód Podjmij wyzwania Działaj i pracuj niezależnie aby osiągnąć cele, trzymaj się swoich zamiarów i wykonuj planowane działania 	



3.2 Planowanie i zarządzanie	Ustalaj priorytety, organizuj i sprawdzaj	<ul style="list-style-type: none">• Ustalaj krótko, średnio i długoterminowe cele• Określaj priorytety i plany działań• Dostosowuj się do nieprzewidzianych zmian	
3.3 Radzenie sobie z niepewnością, dwuznacznością i ryzykiem	Podejmuj decyzje związane z niepewnością, dwuznacznością i ryzykiem	<ul style="list-style-type: none">• Podejmuj decyzje nawet kiedy rezultat jest niepewny, kiedy dostępna informacja jest niepełna lub dwuznaczna oraz kiedy istnieje ryzyko niezamierzonych rezultatów• W procesie tworzenia dochodu, weź pod uwagę metody testowania pomysłów i tworzenia prototypów, aby ograniczyć ryzyko niepowodzenia.• Szybko i elastycznie reaguj na zmieniającą się sytuację	
3.4 Praca z innymi	Współpracuj i twórz sieci kontaktów	<ul style="list-style-type: none">• Pracuj i współpracuj z innymi nad rozwijaniem pomysłów i ich realizacją• Twórz sieci kontaktów• Rozwiązuj konflikty a w razie potrzeby angażuj się w rywalizację z konkurencją	
3.5. Nauka poprzez doświadczenie	Ucz się w praktyce	<ul style="list-style-type: none">• Wykorzystaj każdą inicjatywę tworzenia dochodu jako możliwość nauki• Ucz się z innymi, w tym z mentorami i rówieśnikami• Ucz się zarówno na sukcesach jak i porażkach (swoich własnych i innych)	

Ćwiczenie praktyczne Nr 3 do submodułu 3 Ocena misji

Cel ćwiczenia: rozwój zrozumienia nauczycieli dorosłych tematu określania misji firmy

Instrukcja:

- Podziel uczestników na grupy.
- Rozdaj w grupach 10 przykładowych misji firm. 1 grupa powinna otrzymać przynajmniej 2 misje.
- Dyskusja w grupach na temat otrzymanych misji.
- Każda grupa wypisuje swoje pomysły związane z daną misją.
- Każda grupa prezentuje swoje misje i wnioski z dyskusji.
- Poproś uczestników aby zidentyfikowali firmy, które mają te właśnie misje (Kwiz dotyczący misji firmy)

10 przykładów misji firmy:

• Udostępnić globalny serwis aukcyjny, na którym każdy będzie mógł kupić lub sprzedać co zechce.
• Zostać największym producentem piwa na świecie
• Zainspirować każdego atletę na świecie, a każdy kto ma ciało, jest atletą.
• Skatalogować światowe zasoby informacji i uczynić je powszechnie dostępnymi i użytecznymi
• Uszczęśliwiać ludzi, w każdym wieku, z całego świata, dostarczając im najlepszą rozrywkę.
• Stać się światowym liderem w branży produktów i usług dla motoryzacji
• Zostać najlepszą firmą komputerową na świecie oferując najlepszą z możliwych obsługę klienta
• Zostać głównym dostawcą najlepszej kawy na świecie, przy jednoczesnym zachowaniu bezkompromisowych zasad
• Naszą misją jest dać ludziom możliwość dzielenia się i tworzenia bardziej otwartego i połączonego świata
• Stać się najlepszą na świecie restauracją szybkiej obsługi. Bycie najlepszym oznacza zapewnienie najwyższej jakości produktu, usługi, czystości i wartości, tak aby wszyscy klienci byli zadowoleni.

Mission Statement Quiz Answers:

Misja	Firma
<ul style="list-style-type: none"> • Udostępnić globalny serwis aukcyjny, na którym każdy będzie mógł kupić lub sprzedać co zechce. 	EBay
<ul style="list-style-type: none"> • Zostać największym producentem piwa na świecie 	Budwieser
<ul style="list-style-type: none"> • Zainspirować każdego atletę na świecie, a każdy kto ma ciało, jest atletą. 	Nike
<ul style="list-style-type: none"> • Skatalogować światowe zasoby informacji i uczynić je powszechnie dostępnymi i użytecznymi 	Google
<ul style="list-style-type: none"> • Uszczęśliwiać ludzi, w każdym wieku, z całego świata, dostarczając im najlepszą rozrywkę. 	Walt Disney
<ul style="list-style-type: none"> • Stać się światowym liderem w branży produktów i usług dla motoryzacji 	Henry Ford
<ul style="list-style-type: none"> • Zostać najlepszą firmą komputerową na świecie oferując najlepszą z możliwych obsługę klienta 	Dell
<ul style="list-style-type: none"> • Zostać głównym dostawcą najlepszej kawy na świecie, przy jednoczesnym zachowaniu bezkompromisowych zasad 	Starbucks
<ul style="list-style-type: none"> • Naszą misją jest dać ludziom możliwość dzielenia się i tworzenia bardziej otwartego i połączonego świata 	Facebook
<ul style="list-style-type: none"> • Stać się najlepszą na świecie restauracją szybkiej obsługi. Bycie najlepszym oznacza zapewnienie najwyższej jakości produktu, usługi, czystości i wartości, tak aby wszyscy klienci byli zadowoleni. 	Mc Donalds

Czas trwania: 30-40 minut.

Praktyczne ćwiczenie Nr 4
do submodułu 3
Tworzenie własnej misji firmy

Cel ćwiczenia: ćwiczenie w zakresie tworzenia misji.

Instrukcja: Każdy uczestnik ma opracować misję dla swojej firmy

- Najpierw, każdy z uczestników musi stworzyć listę SŁÓW KLUCZY do opisanie swojego biznesu.
- Następnie, ma wykorzystując zidentyfikowane wcześniej słowa klucze, napisać misję dla swojej firmy. Misja powinna jasno opisywać cel przedsięwzięcia i wyjaśniać jego typowe cechy

Opracować misję dla swojego biznesu

Zrób listę **SŁÓW KLUCZY** które najlepiej opisują twój biznes:

Wykorzystując wszystkie lub niektóre zidentyfikowane słowa klucze, napisz misję dla swojego biznesu. Misja powinna jasno opisywać cel przedsięwzięcia i wyjaśniać jego typowe cechy:

Czas trwania: 20 minut.

Praktyczne ćwiczenie nr 5
dla submodułu 3
Analiza SWOT

Cel ćwiczenia: rozpoznanie swoich słabych i mocnych stron, możliwości i zagrożeń w odniesieniu do pomysłu na biznes.

Instrukcja: Każdy uczestnik musi przeprowadzić analizę SWOT swojego pomysłu.

Powinno zostać wyjaśnione, że słabe i mocne strony pochodzą z wewnątrz i można je kontrolować; a możliwości i zagrożenia pochodzą z zewnątrz i nie mamy na nie wpływu, ale dotyczy to wszystkiego, nie tylko jednego pomysłu biznesowego.

Należy też zaprezentować różne strategie przeprowadzania analizy SWOT. Na przykład, bazując na mocnych stronach, można zmniejszyć zagrożenia i lepiej wykorzystywać możliwości, a wykorzystując możliwości ograniczyć słabe strony. Wybrane strategie analizy SWOT dla każdego uczestnika powinny zostać odpowiednio wyjaśnione.

Mocne strony	Słabe strony
Możliwości	Zagrożenia

Czas trwania: 20 minut.

Praktyczne ćwiczenie nr 6
dla submodułu 3
Badanie rynku

Cel ćwiczenia: przećwiczyć z uczestnikami przeprowadzanie badań rynkowych na potrzeby ich pomysłów biznesowych.

Instrukcje: Każdy uczestnik powinien przeprowadzić badanie rynku dla ich pomysłu biznesowego, w przejrzysty i zwięzły sposób, określając co już wie, co chce się dowiedzieć i jakich dowodów potrzebuje.

Badania powinny obejmować:

- Analizę potrzeb klienta
- Profile konkurencji
- Analizę dostawców
- **Analiza potrzeb klienta**

Krótki opis klienta	

Potrzeby klienta	
<ul style="list-style-type: none">• Kim jest twój klient? Czy to mężczyzna czy kobieta? W jakim mogą być wieku? Jakie zawody wykonują?	
<ul style="list-style-type: none">• Czym się zajmują? Jeśli twoja oferta skierowana jest do klientów indywidualnych, warto wiedzieć czym się interesują i co robią zawodowo. Jeśli twoja oferta skierowana jest do klientów biznesowych, dobrze jest rozumieć ich cele.	
<ul style="list-style-type: none">• Co ich motywuje do zakupu? To pozwala zrozumieć dlaczego twój klient kupuje produkt i lepiej dostosować swoją ofertę do ich potrzeb.	



<ul style="list-style-type: none"> Kiedy dokonują zakupów? Znając najlepszy czas na przedstawienie oferty, zwiększamy swoje szanse na skuteczną sprzedaż. 	
<ul style="list-style-type: none"> W jaki sposób dokonują zakupów? Osobiście, przez Internet, itp. 	
<ul style="list-style-type: none"> Jakimi środkami dysponują? Wiedząc ile może wydać twój klient, możesz lepiej dostosować swoją ofertę. 	
<ul style="list-style-type: none"> Co wpływa na ich zadowolenie z zakupów? Dobra obsługa klienta? Szybkość obsługi? 	
<ul style="list-style-type: none"> Czego od ciebie oczekują? Spełnianie ich oczekiwań zapewni że będą do ciebie wracać. 	
<ul style="list-style-type: none"> Co sądzą o twojej firmie? Możesz rozwiązywać problem, o ile zdajesz sobie sprawę z ich istnienia. 	
<ul style="list-style-type: none"> Co sądzą o twojej konkurencji? Znając ich mocne i słabe strony, możesz wyprzedzić konkurencję. 	

- Profile konkurencji**

Ta część ćwiczenia pomoże ci w przeprowadzeniu dokładnej analizy i w przygotowaniu profilu konkurencji. Napisz o każdej firmie będącej twoją bezpośrednią konkurencją, a następnie przygotuj krótkie podsumowanie.

Konkurent 1	
Nazwa i adres email oraz strona internetowa:	
Produkty / usługi:	
Cena:	
W jaki sposób się reklamują?	
Lokalizacja:	
Mocne/słabe strony, atmosfera, dbanie o klienta, jakość, itp.:	
Podsumowanie analizy konkurencji	

- **Analiza dostawców**

Musisz znaleźć nazwy i adresy swoich dostawców oraz podać powody ich wyboru. Poza dostawcami, z usług których korzystasz lub planujesz korzystać, powinieneś podać szczegóły dostawców alternatywnych. Nawet jeśli uważasz, że obecni dostawcy są idealni dla twojego biznesu powinieneś podać szczegóły innych dostawców, ponieważ w ten sposób pokazujesz że masz plan awaryjny, na wypadek gdyby twoi dostawcy cię zawiedli lub wypadli z biznesu.

Wypisz kluczowych dostawców i wyjaśnij dlaczego ich wybrałeś, np. podając cenę, asortyment, obsługę posprzedażową, dostarczenie, itp.

Nazwa i adres dostawcy [Email i adres strony internetowej]	Dlaczego ich wybrałeś? [Co mogą zaoferować twojemu biznesowi?]

Czas trwania: 110 minut.

Praktyczne ćwiczenie nr 7
dla submodułu 3
Segmentacja rynku

Cel ćwiczenia: umożliwienie nauczycielom osób dorosłych wyjaśnienie procesu badania rynku w sposób jasny i zrozumiały, poprzez ustalenie stanu wiedzy ucznia, czego powinien się jeszcze nauczyć i jakich dowodów potrzebuje.

Instrukcje: Każdy uczestnik musi opisać segment rynku w jakim chce działać, korzystając z kategorii wymienionych poniżej.

- **Kto będzie potencjalnym klientem?**
- Czy można ich podzielić ze względu na **wiek/pleć/wielkość rodziny, dochód/miejsce zamieszkania/praca?**
- Jaka jest ich grupa zawodowa – **osoby zarządzające, urzędnicy, robotnicy fizyczni, osoby bezrobotne, emeryci?**
- Jakie są ich **zainteresowania i nawyki dotyczące zakupów?**
- Czy twoja oferta skierowana jest na **rynek budżetowy/premium?**
- **Jak szeroki jest twój zasięg – z jak daleka spodziewasz się klientów?**
- Jeśli działasz w obszarze **B2B**, musisz określić zarówno profil klienta biznesowego jak i **końcowego odbiorcy.**

Instrukcje:

Po zdefiniowaniu rynku docelowego, przy wykorzystaniu *ćwiczenia na segmentację rynku*, będziesz mógł posegregować zdobyte informacje odnośnie rynku, klientów i konkurencji i ustalić braki wiedzy. Wtedy możesz rozpocząć badanie rynku dla swojego biznesu. Pamiętaj aby korzystać zarówno z badania źródeł jak i badań w terenie.

Czas trwania: 30 minut

Praktyczne ćwiczenie nr 8
dla submodułu 3
Plan marketingowy

Cel ćwiczenia: ćwiczenie umiejętności tworzenia planu marketingowego poprzez przygotowanie takiego planu przez uczestników.

Instrukcja: Każdy uczestnik musi opracować metody marketingu swoich pomysłów biznesowych.

Twój opis produktu / usługi

Opisz produkt / usług, które zostaną dostarczone.

Nie zapomnij dodać: unikalny punkt sprzedaży, cechy i zalety, jakość, design, nazwy marek, opakowanie / dostawę, serwis i gwarancje.

Marketing- Metody promocji biznesu

	Metody promocji	Jak obliczyć koszty?	Jak dotrzeć do odbiorców?
1.			
2.			
3.			

Czas trwania: 90 minut.

Praktyczne ćwiczenie nr 9 dla submodułu 4

Dlaczego i w jaki sposób, LSE oferuje możliwość wyboru?

Cele submodułu 4: W tym rozdziale, nauczyciele osób dorosłych rozwiną zrozumienie ambicji i czynników motywujących przedsiębiorców LSE.

Cel ćwiczenia. Rozwinąć zrozumienie tego jak i dlaczego przedsiębiorczość LSE oferuje możliwość wyboru.

Zadanie


<ul style="list-style-type: none"> • Podziel uczestników na grupy • Każda z grup czyta stadium przypadku. • Każda grupa omawia i wypisuje główne czynniki które zmotywowały Caz do założenia biznesu. • Każda grupa wypisuje główne osiągnięci/sukcesy • Grupowa dyskusja 	<p>Grupy prezentują swoje spostrzeżenia pozostałym uczestnikom.</p>	<p>Flipchart Długopisy i papier</p> <p>Materiały: Przypadek Caz</p>
--	---	---

Wyniki:

Uczniowie rozumieją ambicje i czynniki motywujące przedsiębiorców LSE.

Uczniowie będą mogli zidentyfikować dlaczego i w jaki sposób przedsiębiorczość LSE daje im możliwość wyboru.

Czas trwania: 30 minut.

	<p>Seksizm w branży budowlanej pozbawił pracy Caz i zmusił ja do szukania innych możliwości.</p>
<p><i>“Dali mi do zrozumienia że jest to świat mężczyzn”</i> mówi 24-letni Caz Jackson, opowiadając o swoich doświadczeniach w branży budowlanej.</p> <p>Mając doświadczenie w malowaniu i dekoracjach, Caz odkryła, że nawet rozmowa o pracę może być wyzwaniem. <i>“Poczułam, że będąc kobietą ciężko jest mi nawet zacząć. Kiedy dzwoniłam w odpowiedzi na ogłoszenie, śmieli się słysząc kobiecy głos w słuchawce.”</i></p> <p>Nawet jeśli Caz dostawała szansę pracy, czuła silną dyskryminację ze strony kolegów. <i>“Dyskryminowali mnie i krytykowali, co miało duży wpływ na moją pewność siebie. Moje pobory też były mniejsze. Nie mogli uwierzyć, że kobieta jest w stanie wykonywać taką pracę. Patrząc z perspektywy czasu, uważam że moja praca była dokładna i wartościowa, była dla mnie powodem do dumy.”</i></p>	



Caz została zwolniona z pracy, a jej pewność siebie wyraźnie spadła:

“Utrata tej pracy była chyba najlepszą rzeczą, która mnie tam spotkała. Wiedziałam już wtedy, że sama mogę sobie poradzić, zakładając własną firmę zajmującą się malowaniem i dekoracją, oferującą najwyższą jakość usług.”

Pochodząca z ubogiej społeczności w Merseyside, Caz była zdeterminowana do walki z dyskryminacją w tej branży i zrobieniem kariery. Caz powróciła do szkoły aby dokończyć naukę i doszkolić się w zakresie tapetowania i innych specjalistycznych usług takich jak gold leaf, malowanie natryskowe, grawerowanie drewna i szalowanie, co pozwoliło jej na rozpoczęcie samotnej kariery w zakresie malowania i dekorowania.

Wiedziała że chce założyć małą firmę, ale będąc bez pracy przez prawie rok, Caz potrzebowała wsparcia w odbudowaniu straconej pewności siebie oraz w sfinansowaniu swojego przedsięwzięcia. To wtedy Caz dowiedziała się o możliwości otrzymania bezpłatnego wsparcia ze strony ‘The Women’s Organisation’.

“Przyszedłam do The Women’s Organisation, przeszłam kilka oferowanych tam kursów i dostałam wsparcie doradcy biznesowego. Nauczyli mnie gdzie szukać i co robić aby rozkręcić biznes. Wskazówki jakie otrzymałam naprowadziły mnie na dobry kierunek i bardzo mi pomogły. Poprzednie przykre doświadczenia spowodowały, że musiałam odbudowywać poczucie własnej wartości i pewność siebie oraz nauczyć się organizacji i odpowiedzialności, i myślę że to mi się udało. Kiedy czytam teraz swój biznes plan, widzę dużą pewność siebie i uświadamiam sobie, że nigdy nie byłam taka jaką chcieli mnie uczyńić moi koledzy z pracy.”

Ale Caz nie zawsze marzyła o dekorowaniu. *“Kiedy byłam młodsza chciałam być aktorką! Kiedy jednak spróbowałam aktorstwa, odkryłam, że bardziej ciągnie mnie do malowania sceny i myślę, że od tamtej pory na poważnie zainteresowałam się tym tematem. Chciałabym teraz zajmować się dekoracją scen zawodowo, i kto wie może to będzie następny krok w mojej karierze.”*

Brak pewności siebie nie jest już problemem dla Caz, która codziennie widzi jak jej biznes się rozwija.

“Na początku mówiłam klientom ‘dzwońcie do mnie gdyby coś było nie tak’ ale zamiast tego dzwoniли z kolejnymi zamówieniami. To dało mi wielkiego kopa” mówi Caz.

‘Caz jest twoją lokalną dekoratorką. Profesjonalna, miła obsługa.’

Po raz pierwszy w życiu Caz docenia to że jest kobietą.

“Teraz, pracując dla siebie, wiem że bycie kobietą czyni mnie bardziej godną zaufania w oczach klientów. To wspaniałe uczucie. Ale najlepsza w pracy na własny rachunek jest wolność robienia co się chce i kiedy się chce. Możliwość wyboru zlecenia. Opiekuję się babcią, a tego typu praca umożliwia mi częstsze jej odwiedzanie.”

Od rozpoczęcia działalności Caz dołączyła do klubu The Women’s Organisation’s aby mieć kontakt z innymi kobietami prowadzącymi biznes i budować swoją bazę kontaktów. Wykorzystała również Facebooka w celu lokalnej promocji swojego biznesu.

Jako że popularność jej firmy rośnie, Caz myśli o podjęciu współpracy z innymi freelancerami lub zatrudnieniu pracowników. Caz jest dobrym przykładem tego jak czynniki zewnętrzne mogą zniszczyć poczucie pewności siebie i wpłynąć na i doprowadzić do sytuacji długotrwałego bezrobocia. Coaching i szkolenie pozwoliło jej odbudować tą pewność i było to pierwszym krokiem tej przygody biznesowej.

Praktyczne ćwiczenie nr 10 dla submodułu 5

Światła uliczne

Cel ćwiczenia: rozwinąć umiejętność budowania pewności siebie wśród przedsiębiorców LSE poprzez pozytywne myślenie i odpowiednio dobrane wyzwania połączone z umiejętnościami i technikami. *Ćwiczenie to umożliwi nauczycielom osób dorosłych rozwinięcie pewności siebie i motywacji przedsiębiorców LSE. Zachęci to również do wyznaczania przyszłych celów.*

Instrukcja: Uczestnicy pracują indywidualnie lub w parach. Nauczyciel osób dorosłych rozdaje kartki i prosi uczestników o wypisanie barier, utrudniających im zostanie przedsiębiorcami.

Popatrz na bariery stojące na drodze przedsiębiorcy LSE przez pryzmat światel ulicznych.

Które to światła czerwone?

Nie do pokonania w tym momencie

Które to światła pomarańczowe?

Możliwe do pokonania w najbliższej przyszłości

Które to światła zielone?

Możliwe do pokonania teraz



















Uczniowie pracują nad zadaniem, następnie omawiają wyniki. Nauczyciel osób dorosłych dokonuje podsumowania i przedstawia swoją opinię.

Czas trwania: 30 minut

Jakie bariery stoją na drodze do zostania przedsiębiorcą LSE?

1. Wypisz wszystkie rzeczy, które myślisz że uniemożliwiają ci podjęcie działań. Na światłach ulicznych zaznacz czerwone/pomarańczowe/zielone w zależności czy bariery te wydają się być łatwe do pokonania, wymagające trochę pracy czy obecnie niemożliwe do przejścia.

BARIERA

- _____ CZERWONY/ POMARAŃCZOWY/ ZIELONY   
- _____ CZERWONY/ POMARAŃCZOWY/ ZIELONY   
- _____ CZERWONY/ POMARAŃCZOWY/ ZIELONY   
- _____ CZERWONY/ POMARAŃCZOWY/ ZIELONY   
- _____ CZERWONY/ POMARAŃCZOWY/ ZIELONY   
- _____ CZERWONY/ POMARAŃCZOWY/ ZIELONY   

2. W parach lub w małych grupach omówcie swoje wyniki i pomyślcie o możliwościach pokonania tych barier. Przedstawcie wyniki pozostałym grupom.

Nauczyciel osób dorosłych wspomaga dyskusję i udziela informacji zwrotnej.

Praktyczne ćwiczenie nr 11 do submodułu 5

Rozwój osobisty

Cele ćwiczenia:

1. przeszkolenie nauczycieli dorosłych w zakresie pomocy uczniom w identyfikacji swojego doświadczenia i silnych stron i zwiększenie szans na zostania przedsiębiorcą LSE.
2. zwiększenie pewności siebie wśród potencjalnych przedsiębiorców LSE – dorosłych osób z grup defaworyzowanych.

Czas trwania: (~ 1 a. h)

Instrukcja. Uczestnicy pracują indywidualnie. Każdy uczestnik otrzymuje kartkę z ćwiczeniami. Uczestnicy – osoby dorosłe – są proszeni o opisanie swoich doświadczeń związanych z pracą.

Zadanie 1. Proszę opisać swoje doświadczenie zawodowe.

Praca/projekty

Umiejętności

Zadanie 2. Proszę opisać swoje doświadczenie w nauce i zainteresowania.

Wykształcenie

Kursy/szkolenia

Samodzielna nauka/hobby i zainteresowania

Zadanie 3. Proszę wybrać minimum 30 umiejętności (po 10 z każdego obszaru: ludzie, rzeczy, pojęcia i informacja) najbardziej odpowiadających twojej osobowości.**Postępowanie z ludźmi**

Akceptacja	Ekspertyzowanie	Nadzorowanie	Szkolenie
Osiągnięcia	Wyjaśnianie	Perswazja	Rozumienie
Przemawianie	Wyrażanie	Planowanie	Aktualizowanie
Doradzanie	Przewodzenie	Przygotowywanie	Pisanie
Zadziwianie	Kierowanie	Prezentowanie	
Analizowanie	Identyfikacja	Problemy	Publikowanie
Aranżowanie	Identyfikacja	Rozwiązania	Zakupy
Ocenianie	Wyobrażenia	Pytanie	
Badanie	Wdrażanie	Rozumowanie	
Gospodarowanie	Poprawianie	Zalecanie	
Opieka	Improwizowanie	Rekrutowanie	
Sprawdzanie	Wywieranie wpływu	Raportowanie	
Klasyfikowanie	Informowanie	Reprezentowanie	
Coaching	Inicjatywa	Badanie	

Komunikowanie	Inspirowanie	Rozwiązywanie
konsultowanie	Instruowanie	Reagowanie
Kontrolowanie	Namawianie	Podejmowanie ryzyka
Rozmowa	Osądzanie	Planowanie
Koordinacja	Prowadzenie	Wybieranie
Doradzanie	Uczenie się	Samoświadomość
Tworzenie	Nauczanie	Podsumowywanie
Debata	Słuchanie	Sprzedawanie
Decyzje	Utrzymywanie	Wyczuwanie
Szczegółowość	Mediacje	Ustalanie celów
Rozwijanie	Spotkania	Rozmowa
Kierowanie	Zapamiętywanie	Studiowanie
Empatia	Mentoring	Opowiadanie
Uprawomocnianie	Monitoring	Nadzorowanie
Zachęcanie	Motywowanie	Dyskusja
Zmuszanie	Negocjowanie	Nauczanie
Ocenianie	Obserwacja	Budowanie zespołu
Sprawdzanie	Organizowanie	Telefonowanie

W odniesieniu do rzeczy:

Osiągnięcie	Rozwijanie	Ocena	Nawiązywanie
Dostosowywanie	Dystrybucja	Tworzenie	Zapamiętywanie
Administracja	Edytowanie	Monitoring	Naprawa
Audyt	Ewaluacja	Obserwacja	Raportowanie
Sprawdzanie	Eksperymentowanie	Działanie	Badanie
Klasyfikacja	Segregowanie	Zamawianie	Rozwiązywanie
Zbieranie	Finansowanie	Pozyskiwanie	Odpowiadanie
Opracowywanie	Wykańczanie	Planowanie	Recenzowanie
Budowanie	Naprawianie	Precyzja	Selekcja
Decydowanie	Przewidywanie	Prognozowanie	Sprzedaż
Dostarczanie	Uogólnianie	Przygotowywanie	Studiowanie
Projektowanie	Obsługa	Określanie	Nadzorowanie
Wykrywanie	Odpowiedzialność	Przetwarzanie	Zapisywanie
Określanie	Wdrażanie	Programowanie	Pisanie
Rozwijanie	Poprawianie	Sprawdzanie	Opisywanie
Wymyślanie	Innowacje	Czytanie	
Kierowanie	Kreowanie	Realizacja	
Odkrywanie	Badanie	Polecanie	

W odniesieniu do pojęć i informacji:

Liczenie	Diagnozowanie	Innowacje	Przetwarzanie
Adaptowanie	Odkrywanie	Integrowanie	Przepytywanie
Analizowanie	Pokazywanie	Interpretowanie	Czytanie
Branie udziału	Obalanie	Tworzenie	Zalecanie
Upewnianie się	Preparowanie	Dociekanie	Nagrywanie
Tworzenie budżetu	Dostarczanie	Uczenie się	Badanie
Kalkulowanie	Edytowanie	Utrzymywanie	Przeglądanie
Sporządzanie	Rozszerzanie	Zarządzanie czasem	Wyszukiwanie
Komponowanie	Eksperymentowanie	Zapamiętywanie	Porządkowanie
Obliczanie	Przewidywanie	Modelowanie	Dzielenie się
Formułowanie	Obserwowanie	Rozwiązywanie	
Kopiowanie	Generowanie	Uzyskiwanie	Studiowanie
Kreowanie	Zdobywanie	Organizowanie	Logiczne myślenie
Decydowanie	Dawanie	Zaczynanie	Tłumaczenie
Definiowanie	Prowadzenie	Postrzeganie	Oznaczanie
Projektowanie	Planowanie	Aktualizowanie	Rozmawianie
Wykrywanie	Wdrażanie	Przewidywanie	Rozumienie
Rozwijanie	Ulepszanie	Przygotowywanie	Opracowanie
Zwiększanie	Ustalanie priorytetów	Wizualizacja	Opisywanie

Zadanie 4. Po zidentyfikowaniu 30 umiejętności, ogranicz listę do 15 najważniejszych. Wypisz je poniżej jako przypomnienie.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.
- 11.
- 12.
- 13.
- 14.
- 15.

Zadanie 5. Proszę wybrać 12 cech, określających twoją osobowość.

Cechy

Elastyczny	Pomocny	Z poczuciem humoru
Czujny	Inteligentny	Tolerancyjny
Spokojny	Innowacyjny	Taktowny
Kreatywny	Uprzejmy	Godny zaufania
Konsekwentny	Lojalny	Troskliwy
Sumienny	Miły	Wyrozumiały
Zdolny	Dojrzały	Chętny
Opiekuńczy	Opiekuńczy	Roztropny
Pewny siebie	Wolny od osądów	Chojny
Szczery	Szczęśliwy	Wrażliwy
Nakręcony	Optymista	Oddany
Zdeterminowany	Otwarty	Rozsądny
Łatwo podejmujący decyzje	Wolny od uprzedzeń	
Zdyscyplinowany	Pozytywny	
Zależny	Grzeczny	
Dynamiczny	Cierpliwy	
Entuzjastyczny	Punktualny	
Empatyczny	Aktywny	
Energiczny	Praktyczny	
Zaangażowany	Odpowiedzialny	
Elastyczny	Zaradny	
Przyjacielski	Godny zaufania	
Skoncentrowany	Odporny	
Łagodny	Mądry	

Proszę wypisać 12 cech:

-
-
-
- ...

Zadanie 6. Omów w parach lub grupach jak łatwo bądź trudno było zidentyfikować te umiejętności i cechy; jak można wykorzystać wcześniejsze doświadczenie, umiejętności, zdolności, zainteresowania i cechy charakteru w tworzeniu biznesu?
Po ukończeniu zadania, omów wyniki z nauczycielem osób dorosłych.

Praktyczne ćwiczenie nr 12
do submodułu 6
Zapraszam na piknik

Cele ćwiczenia:

- Ułatwić nauczycielom dorosłych przyjęcie roli facylitatora, którego zadaniem jest zachęcanie i motywowanie uczniów;
- Podkreślenie ważności umiejętności słuchania w szkoleniu LSE.

Czas trwania: (10-15 min.)

Instrukcja. Wprowadzenie: wyjaśnij grupie znaczenie słuchania. Wyjaśnij że organizujesz piknik, wszyscy są zaproszeni, ale żeby wziąć udział muszą coś przynieść, a od tego co przyniosą zależy to czy będą mogli uczestniczyć. Nazwa przedmiotu musi zaczynać się od pierwszej litery imienia, np. „Jane” przyniesie „jam”, czego nie może przynieść Brenda. Pamiętaj aby każdą osobę zapytać indywidualnie np.: **“Jane co zamierzasz przynieść na piknik?”**, Jane chce przynieść chleb, odpowiedź: **“Przykro mi Jane, ale nie możesz przynieść chleba na mój piknik”** itp., kontynuuj z całą grupą, w trakcie ćwiczenia niektórzy odkryją zasadę, inni nie i mogą się zniechęcić, jeśli będą słuchać szybciej wpadną na rozwiązanie. *Celem tego ćwiczenia jest pokazanie, że im bardziej poddajemy się emocjom, czy to będzie złość, frustracja, smutek czy radość, tym trudniej jest nam słuchać innych.*

Praktyczne ćwiczenie nr 13
do submodułu 6
Monopoly Man

Cel ćwiczenia – ułatwić nauczycielom osób dorosłych rozwijanie umiejętności komunikacyjnych uczniów, nauczając ich strategii efektywnej współpracy.

Czas trwania: (10-15 min.)

Instrukcja: wyjaśnij grupie, że muszą odkryć co ty (jako facilitator) robisz.

“Jestem przed hotelem, pcham auto i nie mam żadnych pieniędzy”.

Większość czasu, będą zadawać pytania zamknięte, na które odpowiadamy tylko tak lub nie.

Pytania otwarte (kto, co, gdzie, kiedy, dlaczego i jak) prowadzą do bardziej szczerych odpowiedzi i szybszego rozwiązania zagadki. Na przykład:

A: “Dlaczego pchasz samochód?”

B: “Nie ma silnika”

A: “Dlaczego nie ma silnika?”

B: “Bo jest to samochód zabawka”

A: “Więc co robisz? Gram w Monopol.”

Jeśli zadasz właściwe pytania uzyskasz więcej informacji. Jest to kluczowe w budowaniu zrozumienia i komunikowaniu się.

Celem tego ćwiczenia jest pokazanie znaczenia zadawania właściwych pytań. Zadając pytania otwarte uzyskamy więcej informacji i usprawnimy proces komunikacji.

Więcej informacji o technikach pytania

Typy pytań, wymienione poniżej to pytania których należy i nie należy stosować podczas mentoringu.

Skuteczne rodzaje pytań to:

Pytania otwarte (kto, co, gdzie, kiedy, dlaczego i jak) są dobre jeśli chcemy kogoś lepiej poznać.

Pytania zamknięte wymagają odpowiedzi tak lub nie. Są dobre w przypadku konkretnej sytuacji oraz ograniczają czas wypowiedzi.

Pytania sondujące “Dlaczego musiałeś zrobić to w ten sposób?” aby bardziej zagłębić się w szczegóły.

Pytania połączone “Wspomniałeś wcześniej, że w wolnym czasie lubiłeś grać w piłkę, jakiej drużynie kibicujesz?” Pytania te pomagają w zebraniu informacji, równocześnie pokazując drugiej osobie, że jej słuchamy.

Techniki zadawania pytań, nie tylko wpływają na wymianę informacji, ale mogą również wpłynąć na wzajemne stosunki rozmówców.

Pytania, których należy unikać:

Pytania naprowadzające “Nie lubisz go, prawda?”, “Dlaczego tak?” druga osoba zwykle nie może się nie zgodzić, ale czy informacja tak uzyskana jest wiarygodna?

Pytania wielokrotne “Czy kiedykolwiek to robiłeś i jak Ci się podobało. Dobrze było?” Nawet jeśli pytana osoba się nie pogubi, odpowie raczej tylko na pierwszą część pytania.

Pytania nie mające związku “Lubisz więc jaskrawe kolory?” próba zbytnej zażyłości może wydać się niestosowna.

Sposób w jaki zadajemy pytania ma ogromny wpływ na uzyskane odpowiedzi. Po zadaniu pytania należy też dać odpowiednią ilość czasu na odpowiedź.

- **Policz do 10**
- **Nie przerywaj**
- **Utrzymuj kontakt wzrokowy**

Jeśli po upływie tego czasu osoba dalej nie potrafi odpowiedzieć na pytanie

- **Inaczej sformułuj pytanie**
- **Przejdź do następnego tematu**