



B-ECO

Start-up Eco Entrepreneurs project

Materiały dydaktyczne dla
instruktorów kształcenia
i szkolenia zawodowego



**Dofinansowane przez
Unię Europejską**

Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.



STRESZCZENIE

Drugi rezultat projektu B-ECO Start-up Entrepreneurship Project stanowi kluczowe osiągnięcie w rozwoju kompleksowych zasobów w celu poprawy kształcenia i szkolenia zawodowego (VET) w dziedzinie zrównoważonych praktyk biznesowych. Rezultat ten koncentruje się na tworzeniu i dostarczaniu materiałów dydaktycznych dostosowanych do wyposażenia nauczycieli kształcenia i szkolenia zawodowego w niezbędne narzędzia i spostrzeżenia wymagane do bezproblemowego włączenia eko-przedsiębiorczości do ich praktyk dydaktycznych.

Do głównych celów należy zapewnienie nauczycielom kształcenia i szkolenia zawodowego wyczerpujących opisów modułów, materiałów edukacyjnych i praktycznych przewodników dla drzew decyzyjnych B-ECO. Rezultat ten ma na celu wzmocnienie pozycji nauczycieli, zaszczepienie w uczniach zarządzania środowiskiem i przyczynienie się do realizacji celów zrównoważonego rozwoju na całym świecie. Materiały przewidują transformacyjny wpływ na edukację w zakresie kształcenia i szkolenia zawodowego, wspierając przejście na przedsiębiorczość świadomą ekologicznie.

W związku z tym *Rezultat 2* przygotowuje grunt pod zrównoważony i wpływowy ekosystem edukacyjny, w którym nauczyciele kształcenia i szkolenia zawodowego odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu świadomych ekologicznie przedsiębiorców. Materiały dydaktyczne mają na celu katalizowanie pozytywnych zmian i napędzanie globalnej integracji ekoprzedsiębiorczości w kształceniu zawodowym.



TREŚĆ

STRESZCZENIE	3
AUTORZY	5
1. WPROWADZENIE	6
2. OPIS PROJEKTU B-ECO I PARTNERZY	7
2.1 PARTNERSTWO	7
KOORDYNATOR - UNIwersYTET W MARIBORZE (SŁOWENIA)	7
PARTNERZY	8
CWEP (POLSKA)	8
EPRALIMA (PORTUGALIA)	8
EUPHORIA (WŁOCHY)	9
EUROTRAINING (GRECJA)	9
LOVILA (CYPR)	10
3. METODOLOGIA DRZEW DECYZYJNYCH B-ECO - H5P	11
3.1 JAK TO DZIAŁA?	11
3.2 DRZEWO DECYZYJNE W H5P: KROK PO KROKU	12
3.3 JAK ZAIMPLEMENTOWAĆ TO W MODULE	13
3.4 ŹRÓDŁA DO TWORZENIA H5P: NARZĘDZIA, PLATFORMY I POWIĄZANA DOKUMENTACJA	14
4. CELE MATERIAŁU DYDAKTYCZNEGO B-ECO	15
5. PLATFORMA E-LEARNINGOWA B-ECO	17
MODUŁ 1: PODRÓŻ PRZEDSIĘBIORCY	19
MODUŁ 2: POMYSŁ NA BIZNES	25
MODUŁ 3: BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)	32
MODUŁ 4: BADANIA RYNKU	40
MODUŁ 5: MARKETING	46
MODUŁ 6: MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE	52
MODUŁ 7: FINANSE I PLANOWANIE FINANSOWE	58
MODUŁ 8: ZARZĄDZANIE EKOLOGICZNE	64
MODUŁ 9: ZIELONE ZASOBY LUDZKIE	82
MODUŁ 10: FORMY PRAWNE I PROCEDURY ZAKŁADANIA FIRMY_CYPR	95
MODUŁ 10: FORMY PRAWNE I PROCEDURY ZAKŁADANIA FIRMY_GRECJA	100
MODUŁ 10: FORMY PRAWNE I PROCEDURY ZAKŁADANIA FIRMY_WŁOCHY	107
MODUŁ 10: FORMY PRAWNE I PROCEDURY ZAKŁADANIA FIRMY_POLSKA	113
MODUŁ 10: FORMY PRAWNE I PROCEDURY ZAKŁADANIA FIRMY_PORTUGALIA	118
MODUŁ 10: FORMY PRAWNE I PROCEDURY ZAKŁADANIA FIRMY_SŁOWENIA	128
MODUŁ 11: PROJEKTOWANIE SKUTECZNEJ PREZENTACJI I ZASADY PREZENTACJI	136
MODUŁ 12: ŹRÓDŁA FINANSOWANIA (ŚRODKI BEZZWROTNE I ZWROTNE)	140
MODUŁ 13: PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ SPOŁECZNA	146
MODUŁ 14: PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ EKOLOGICZNA	152
MODUŁ 15: CYFRYZACJA BIZNESU	157



AUTORZY



Uniwersytet w Mariborze (Słowenia)

<https://www.um.si/en/home-page/>



Centrum Wspierania
Edukacji
i Przedsiębiorczości

CWEP - Centrum Wspierania Edukacji
i Przedsiębiorczości (Polska)

<https://cwep.eu/>



EPRALIMA - Escola Profissional Do Alto -
Cooperativa de Interesse Publico e
Responsabilidade Limitada (Portugalia)

www.epralima.com



Euphoria Net Srl (Włochy)

<https://euphorianet.it/>



EUROTraining (Grecja)

<https://eurotraining.gr/>



Lovila

Lovila (Cypr)

<https://lovila.eu/>



1. WPROWADZENIE

Witamy w świecie eko-przedsiębiorczości, dynamicznej i transformacyjnej dziedziny, która leży na przecięciu odpowiedzialności za środowisko i innowacji gospodarczych. W dzisiejszym szybko zmieniającym się globalnym krajobrazie konieczne jest, aby instruktorzy kształcenia i szkolenia zawodowego (VET) wyposażyli swoich uczniów w wiedzę, umiejętności i sposób myślenia niezbędne do radzenia sobie z wyzwaniami i możliwościami, jakie stwarza pilna potrzeba zrównoważonych praktyk biznesowych.

Eko-przedsiębiorczość, często określana jako "zielona przedsiębiorczość" lub "zrównoważony biznes", stanowi zmianę paradygmatu w sposobie, w jaki podchodzimy do handlu i przemysłu. Wykracza poza tradycyjne koncepcje biznesowe i wprowadza holistyczne podejście, które uznaje nierozdzielny związek między sukcesem ekonomicznym a odpowiedzialnością za środowisko. Ekoprzedsiębiercy są siłą napędową tej transformacji, przyjmując innowacje i kreatywne rozwiązania w celu rozwiązania problemów środowiskowych, jednocześnie tworząc rentowne, społecznie odpowiedzialne przedsiębiorstwa.

W tym materiale dydaktycznym zaprojektowanym specjalnie dla nauczycieli kształcenia i szkolenia zawodowego zbadamy podstawy eko-przedsiębiorczości, dostarczając niezbędnych narzędzi i spostrzeżeń potrzebnych do inspirowania i prowadzenia następnego pokolenia świadomych ekologicznie przedsiębiorców. Naszym celem jest umożliwienie Ci skutecznego angażowania uczniów, wspierając ich zrozumienie kluczowej roli, jaką mogą odegrać w budowaniu zrównoważonej przyszłości poprzez przedsiębiorczość.

Materiały dydaktyczne obejmą szereg kluczowych tematów, począwszy od podróży przedsiębiorczej B-ECO do cyfryzacji biznesu. Zagłębimy się również w ćwiczenia B-ECO Branching i udostępnimy zasoby, które pomogą Ci zintegrować te koncepcje z programem kursu.

Pod koniec tej podróży będziesz dobrze przygotowany, aby nie tylko uczyć eko-przedsiębiorczości, ale także zaszczepiać w swoich uczniach pasję do tworzenia pozytywnych zmian środowiskowych poprzez przedsięwzięcia przedsiębiorcze. Wyruszając w tę edukacyjną podróż, pamiętaj, że przyszłość naszej planety i dobrobyt przyszłych pokoleń zależy od wiedzy i umiejętności, które przekazujesz swoim uczniom.

Dziękujemy za zaangażowanie we wspieranie zrównoważonej, świadomej ekologicznie przyszłości poprzez edukację, szkolenia i przedsiębiorczość. Razem możemy wychować pokolenie przedsiębiorców, którzy zbudują świat, który szanuje zarówno zysk, jak i planetę.



2. OPIS PROJEKTU B-ECO I PARTNERZY

Przedsiębiorcy są ważnym filarem gospodarki UE. Konieczne jest zapewnienie im umiejętności i wiedzy, których potrzebują, aby odnieść sukces. B-ECO dostarczy nie tylko ważnych kompetencji i umiejętności (w oparciu o *EntreComp*), aby być innowacyjnym, ale także narzędzi, które promują zdolność do wyróżniania się na rynku, a nie tonięcia na nim.

Zdaniem KE: *"Wspierając nowe procesy, technologie i usługi, które sprawiają, że biznes staje się bardziej ekologiczny, ekoinnowacje pomagają Europie zoptymalizować jej potencjał wzrostu przy jednoczesnym stawianiu czoła wspólnym wyzwaniom"*. Dzięki przewodnictwu ekspertów w tej dziedzinie, nasi partnerzy wnoszą swój wkład w postaci swojego bogatego doświadczenia, wyciągniętych wniosków i najlepszych praktyk, dostarczając studia przypadków i przyszłe możliwości. W trakcie realizacji projektu prowadzone będą szkolenia i praktyczne kształcenie menedżerskie wśród organizatorów szkoleń i kształcenia z krajów partnerskich. Prowadzone będą innowacyjne szkolenia skoncentrowane na eko-przedsiębiorczości, innowacjach i zarządzaniu eko-przedsiębiorstwami, za pośrednictwem nowej i innowacyjnej platformy e-learningowej zorientowanej na stworzenie unikalnej przestrzeni wymiany wiedzy i doświadczeń pomiędzy uczestnikami kursu. Ten innowacyjny kurs szkoleniowy będzie funkcjonował na dwa sposoby: prowadzony twarzą w twarz przez trenerów i/lub wykorzystywany niezależnie jako kurs online, aby pomóc dotrzeć do jak największej liczby użytkowników.

Strategiczne partnerstwo koncentruje się na promowaniu dostępu i uczenia się poprzez otwarte zasoby edukacyjne (OER), wspierając technologie informacyjno-komunikacyjne w kształceniu i szkoleniu zawodowym w celu poprawy i rozszerzenia oferty wysokiej jakości możliwości uczenia się dostosowanych do indywidualnych trenerów poprzez włączenie innowacyjnych sposobów ich prowadzenia.

2.1 PARTNERSTWO

KOORDYNATOR - UNIWERSYTET W MARIBORZE (SŁOWENIA)



Univerza v Mariboru (pol. Uniwersytet w Mariborze) jest drugim co do wielkości i drugim najstarszym uniwersytetem w Słowenii. Jest samodzielną naukowo-badawczą i edukacyjną instytucją publiczną, zatrudniającą 1.960 pracowników i około 14.000 studentów, którzy studiują na 17 wydziałach. Uniwersytet w Mariborze jest zorientowany na przyciąganie najlepszych studentów i tworzenie środowiska rozwojowego, w którym doskonałość jest zapewniona pod każdym względem.



Staje się on centralną instytucją rozwoju, która nawiązuje powiązania z gospodarką i wraz z partnerami tworzy centrum zrównoważonego rozwoju dla całego regionu. Szybko rozwija nowe obszary działalności, testuje nowe metody badawcze i poszukuje nowych sposobów integracji z otoczeniem.

UM rozwija dyscypliny naukowe, które obejmują inżynierię, biotechnologię, nauki humanistyczne, medycynę, nauki społeczne i przyrodnicze. UM jest regionalnym innowatorem, którego wizją jest stworzenie uznanego na całym świecie ekosystemu innowacji, w którym studenci, wykładowcy i pracownicy administracyjni będą entuzjastycznie angażować się w twórczą aktywność. UM ma na celu: promowanie partnerstw z przedsiębiorstwami, instytucjami rządowymi i pozarządowymi oraz innymi instytucjami społecznymi w celu wzbogacenia nauczania uniwersyteckiego, badań i działalności twórczej; przygotowanie wykształconych, zaangażowanych obywateli; wzmacnianie wartości demokratycznych i etycznych oraz odpowiedzialności obywatelskiej, rozwiązywanie krytycznych problemów społecznych; szanowanie kwestii ekologicznych i środowiskowych; promowanie zrównoważonego rozwoju; przyczynianie się do dobra publicznego.

PARTNERZY

CWEP (POLSKA)

Centrum Wspierania Edukacji i Przedsiębiorczości (CWEP) jest organizacją pozarządową założoną w 2004 roku przez grupę przedsiębiorców, nauczycieli i działaczy społecznych z Rzeszowa.



Centrum Wspierania
Edukacji
i Przedsiębiorczości

CWEP współpracuje z przedsiębiorstwami i instytucjami edukacyjnymi. Misją CWEP jest podnoszenie jakości kształcenia i szkolenia na wszystkich poziomach i we wszystkich formach, a także promowanie przedsiębiorczości w celu wspierania integracji każdej grupy społecznej, bez względu na płeć, wiek czy pochodzenie etniczne. W szczególności celem jest poprawa dostępności, jakości i efektywności edukacji wszystkich ludzi, promowanie i przyczynianie się do kształcenia dorosłych, uczenia się przez całe życie, e-learningu oraz wykorzystania nowych technologii w edukacji i przedsiębiorczości. Stowarzyszenie współpracuje z wieloma partnerami z Europy w celu wzmocnienia pozycji ekonomicznej przedsiębiorstw oraz udostępnia platformy on-line dla firm.

EPRALIMA (PORTUGALIA)

Epralima_Vocational Training School, znajduje się na północy Portugalii, w miejscowości Arcos de Valdevez. Składa się z trzech jednostek: głównej w Arcos de Valdevez, filii w Ponte da Barca i oraz filii w Ponte de





Lima. Posiada również Centrum Techniczne i Centrum Kwalifikacji, które uznaje, weryfikuje i certyfikuje kompetencje.

W ramach trzech ośrodków, Epralima oferuje szeroką gamę kursów, od gotowania, elektroniki, turystyki, po projektowanie cyfrowe 3D i inne. Obecnie Epralima ma około 350 uczniów podzielonych między 3 ośrodki.

Jako szkoła zawodowa, Epralima wierzy, że wszyscy uczniowie mogą czerpać korzyści z rozwoju umiejętności, które uczą ich nieszablonowego myślenia i pielęgnują niekonwencjonalne talenty. Co więcej, stwarza to możliwości, zapewnia sprawiedliwość społeczną, wzbudza zaufanie i stymuluje gospodarkę. Dla Epralimy jest to proces uczenia się przez całe życie, który powinien rozpocząć się już w szkole podstawowej i rozwijać się na wszystkich poziomach edukacji, w tym edukacji dorosłych.

EUPHORIA (WŁOCHY)

Euphoria Net Srl to włoska firma założona w marcu 2019 r. (wydzielenie dawnego Stowarzyszenia Euphoria założonego w 2014 r.), której głównym zakresem jest świadczenie usług w zakresie zarządzania projektami, w zakresie wspierania



organizacji w realizacji i zarządzaniu projektami oraz prowadzenia szkoleń w tych dziedzinach. Euphoria specjalizuje się w dziedzinie edukacji i pracuje w projektach związanych z wprowadzaniem innowacji w tych dziedzinach. Trzy główne obszary działań to: 1 - Zarządzanie projektami: firma uwzględnia wszystkie aspekty związane z projektami UE; 2 - Kursy szkoleniowe: firma organizuje kursy szkoleniowe specjalnie dla szkół wszystkich rodzajów, uniwersytetów i stowarzyszeń, w następujących tematach: zarządzanie projektami, kompetencje cyfrowe, przedsiębiorczość, wspieranie STEM w szkole, obywatelstwo UE, spersonalizowane uczenie się, umiejętności miękkie i innowacyjne metodologie. 3 - Organizacja wydarzeń i strategie komunikacyjne: firma organizuje strategie rozpowszechniania w ramach projektów, w tym tworzy branding projektów, odpowiada za komunikację, mapowanie interesariuszy, organizowanie i koordynowanie wydarzeń w całej Europie.

EUROTRAINING (GRECJA)

EUROTraining to Centrum Kształcenia Zawodowego zlokalizowane w Atenach, z dwoma dodatkowymi certyfikowanymi oddziałami w miastach Saloniki



i Wolos. Specjalizuje się w sektorach przedsiębiorczości, edukacji dorosłych, ICT, zarządzania finansami i turystyki. Organizacja jest w ścisłym związku z rynkiem pracy i stara się łączyć swoją ofertę szkoleniową z potrzebami przedsiębiorstw oraz organizacji z sektora publicznego i prywatnego. Jednym z głównych celów organizacji jest przyczynianie się do podnoszenia kwalifikacji pracowników w sposób, który daje im przewagę konkurencyjną.



Głównymi grupami docelowymi są m.in. osoby bezrobotne, osoby nowo zatrudnione, młodzi i początkujący przedsiębiorcy, osoby niepełnosprawne, dyrektorzy wykonawczy, absolwenci szkół średnich i wyższych.

Kluczowe działania organizacji koncentrują się na nowoczesnych programach kształcenia i szkolenia zawodowego poprzez nauczanie mieszane oparte na technologiach informacyjno-komunikacyjnych, internetowe systemy zarządzania nauczaniem, seminaria szkoleniowe w zakresie zasobów ludzkich oraz seminaria szkoleniowe dotyczące przedsiębiorczości. Wszystkie trzy oddziały oferują przestronne i nowoczesne sale dydaktyczne, nowoczesne laboratoria informatyczne, specjalistyczny sprzęt ułatwiający dostęp do pomieszczeń, biblioteki z dostępem do Internetu, placówki opieki nad dziećmi oraz systemy oceny zadań szkoleniowych (ARGUS ERP).

LOVILA (CYPR)

Lovila to cypryjska instytucja konsultingowa i szkoleniowa utworzona w celu wspierania rozwoju zawodowego i osobistego osób fizycznych, firm i nowo powstałych przedsiębiorstw, koncentrując się na promowaniu uczenia się przez całe życie, cyfryzacji i innowacji na różnych poziomach i kontekstach edukacji. Oferuje usługi dla firm i przedsiębiorców potrzebujących innowacji, szkoleń i transformacji cyfrowej, która odgrywa kluczową rolę w kształtowaniu zdolności organizacji do ewolucji na rynku. Zapewnia również wsparcie szkoleniowe na wysokim poziomie dla osób młodych i dorosłych potrzebujących integracji zawodowej, rozwoju podstawowych umiejętności i kwalifikacji, umiejętności cyfrowych i umiejętności w zakresie przedsiębiorczości, zrównoważonego sposobu myślenia i stylu życia, integracji i powrotu na rynek pracy, motywacji oraz poradnictwa i poradnictwa zawodowego.



Lovila wierzy w znaczenie zrównoważenia środowiskowego i zdolności do ustabilizowania obecnych destrukcyjnych relacji między kulturą ludzką i biznesową a przyrodą. Dlatego usługi firmy zawsze uwzględniają zrównoważone praktyki pracy (zrównoważoną przyszłość) poprzez edukację.



3. METODOLOGIA DRZEW DECYZYJNYCH B-ECO - H5P

Metodologia drzew decyzyjnych w H5P umożliwia tworzenie interaktywnych treści z wieloma ścieżkami lub gałęziami w oparciu o wybory lub odpowiedzi ucznia. Umożliwia tworzenie dynamicznego i spersonalizowanego doświadczenia edukacyjnego poprzez prezentowanie różnych treści lub wyników w zależności od decyzji ucznia.

3.1 JAK TO DZIAŁA?

Ćwiczenia oparte o drzewa decyzyjne H5P działają przy użyciu kombinacji elementów interaktywnych, logiki rozgałęziania i informacji zwrotnych, aby stworzyć dynamiczne środowisko uczenia się. Oto jak to ogólnie działa:

1. **Prezentacja pytania lub scenariusza:** Ćwiczenie rozpoczyna się od przedstawienia uczniowi pytania, scenariusza lub punktu decyzyjnego. Może to mieć postać tekstu, obrazów lub innych elementów multimedialnych.
2. **Odpowiedź ucznia:** Uczeń wybiera lub odpowiada na przedstawione pytanie lub scenariusz, wybierając opcję, klikając określony obszar lub wprowadzając dane wejściowe.
3. **Logika rozgałęziania:** Na podstawie odpowiedzi ucznia logika rozgałęziania w zawartości H5P określa następny krok. Autor zawartości definiuje ścieżki rozgałęziania i określa, który wynik lub element zawartości odpowiada każdej odpowiedzi.
4. **Wyświetlanie wyniku lub treści:** Ćwiczenie H5P przedstawia odpowiedni wynik lub element treści w oparciu o odpowiedź ucznia. Mogą to być dodatkowe informacje, dalsze pytania, multimedia lub inne istotne treści.
5. **Informacja zwrotna dotycząca prawidłowych i błędnych odpowiedzi:** Po każdej odpowiedzi ucznia ćwiczenie dostarcza uczniowi informacji zwrotnej, wskazując, czy jego wybór jest poprawny, czy nie. Informacja zwrotna może zawierać wyjaśnienia, dodatkowe informacje lub wskazówki związane z wybraną ścieżką.
6. **Kontynuacja ćwiczenia:** Ćwiczenie jest kontynuowane; przedstawione zostają nowe pytania, scenariusze lub punkty decyzyjne w oparciu o wybraną ścieżkę. Proces powtarza się w miarę postępów ucznia w ćwiczeniu, potencjalnie napotykając dodatkowe punkty rozgałęziania i wyniki.
7. **Ukończenie i zakończenie:** Ćwiczenie kończy się, gdy uczeń osiągnie ostateczny wynik lub ukończy wstępnie zdefiniowany zestaw ścieżek rozgałęziania. Ćwiczenie może zawierać podsumowanie wyborów dokonanych przez ucznia, oferować dodatkowe zasoby lub przedstawiać ocenę końcową.



Logika rozgałęziania w H5P pozwala na tworzenie złożonych scenariuszy z wieloma ścieżkami i wynikami, zapewniając uczniom spersonalizowaną podróż edukacyjną opartą na ich wyborach i odpowiedziach. Oferuje interaktywny i wciągający sposób odkrywania różnych możliwości, testowania wiedzy i wzmacniania uczenia się w dynamiczny i adaptacyjny sposób.

3.2 DRZEWO DECYZYJNE W H5P: KROK PO KROKU

1. **Określ punkty rozgałęzienia:** Zidentyfikuj konkretne punkty w zawartości, w których chcesz wprowadzić rozgałęzienia. Mogą one mieć formę pytań, punktów decyzyjnych lub konkretnych interakcji, w których odpowiedź ucznia określa następny krok.
2. **Utwórz wiele wyników:** Dla każdego punktu rozgałęzienia zdefiniuj różne możliwe wyniki na podstawie wyborów lub odpowiedzi ucznia. Każdy wynik może prowadzić do innej ścieżki, treści lub informacji zwrotnej.
3. **Zaprojektuj treść i interakcje:** Utwórz zawartość dla każdego wyniku, w tym tekst, multimedia lub elementy interaktywne, które dostarczają informacji lub angażują ucznia. Możesz również dołączyć pytania lub oceny, aby dalej kierować procesem rozgałęziania.
4. **Skonfiguruj logikę rozgałęziania:** w narzędziu lub na platformie do tworzenia H5P, której używasz, skonfiguruj logikę rozgałęziania, aby połączyć różne wyniki z odpowiednimi opcjami lub odpowiedziami. Można to zrobić za pomocą interfejsu wizualnego lub określając powiązania między elementami treści a wynikami.
5. **Zdefiniuj informacje zwrotne dotyczące prawidłowych i błędnych odpowiedzi:** Aby ulepszyć proces uczenia się, przekaz informacje zwrotne dotyczące zarówno poprawnych, jak i nieprawidłowych odpowiedzi lub wyborów. Informacja zwrotna może zawierać wyjaśnienia, dodatkowe informacje lub wskazówki, które pomogą uczniom zrozumieć konsekwencje ich wyborów.
6. **Przetestuj i uściśl:** Przetestuj drzewo decyzyjne, aby upewnić się, że logika i wyniki działają zgodnie z oczekiwaniami. Dokonaj wszelkich niezbędnych korekt lub udoskonaleń, aby poprawić płynność i spójność rozgałęziających się ścieżek.

Postępując zgodnie z tą metodologią, możesz tworzyć angażujące i interaktywne ćwiczenia oparte o drzewa decyzyjne w H5P, które oferują uczniom różne ścieżki w zależności od ich wyborów lub odpowiedzi, zapewniając spersonalizowane doświadczenie edukacyjne i wzmacniając ich zrozumienie treści.



3.3 JAK ZAIMPLEMENTOWAĆ TO W MODULE

Implementacja ćwiczenia opartego o drzewo decyzyjne w module może odbywać się przy użyciu narzędzi do tworzenia H5P lub platform, które obsługują tworzenie i integrację treści H5P. Oto ogólne kroki, które należy podjąć, aby to wdrożyć:

- 1. Wybierz narzędzie lub platformę do tworzenia H5P:** Wybierz odpowiednie narzędzie lub platformę do tworzenia H5P, która umożliwia tworzenie i publikowanie zawartości interaktywnej. Niektóre popularne opcje obejmują wtyczki/rozszerzenia H5P.org, H5P.com lub H5P dla różnych systemów zarządzania treścią (CMS), takich jak WordPress, Moodle lub Drupal.
- 2. Utwórz ćwiczenie:** użyj wybranego narzędzia lub platformy do tworzenia drzewa decyzyjnego, aby utworzyć ćwiczenie. Obejmuje to projektowanie treści, definiowanie punktów rozgałęzień, tworzenie wielu wyników, konfigurowanie logiki rozgałęziania i dostarczanie informacji zwrotnych na temat prawidłowych i złych odpowiedzi.
- 3. Dostosuj wygląd i ustawienia:** Dostosuj wygląd i zachowanie ćwiczenia, aby pasowało do modułu. Obejmuje to dostosowanie układu, kolorów, czcionek i innych elementów wizualnych. Można również skonfigurować dodatkowe ustawienia, takie jak chronometraż, ocenianie lub śledzenie postępu, w zależności od możliwości narzędzia lub platformy do tworzenia.
- 4. Osadź zawartość H5P w module:** Po utworzeniu drzewa decyzyjnego wygeneruj kod osadzania lub kod integracji dostarczony przez narzędzie lub platformę do tworzenia H5P. Ten kod umożliwia osadzenie drzewa decyzyjnego bezpośrednio w module, takim jak strona internetowa, system zarządzania uczeniem się (LMS) lub platforma e-learningowa.
- 5. Przetestuj i wdróż:** przed wdrożeniem modułu dokładnie przetestuj drzewo decyzyjne, aby upewnić się, że logika, wyniki i opinie działają zgodnie z oczekiwaniami. Dokonaj niezbędnych korekt lub udoskonaleń w oparciu o swoje testy. Gdy będziesz zadowolony z funkcjonalności, wdróż moduł dla docelowych odbiorców.
- 6. Zbieraj dane uczniów i analizuj wyniki:** Gdy uczniowie wejdą w interakcję z ćwiczeniem, zbieraj dane o ich wyborach, reakcjach i postępach. Przeanalizuj dane, aby uzyskać wgląd w zachowanie uczniów, ich rozumienie lub obszary, które mogą wymagać dalszych instrukcji lub wsparcia.

Pamiętaj, aby zapoznać się z dokumentacją lub zasobami dostarczonymi przez konkretne narzędzie autorskie H5P lub platformę, z której korzystasz, ponieważ proces implementacji może się nieznacznie różnić w zależności od funkcji narzędzia i opcji integracji.



3.4 ŹRÓDŁA DO TWORZENIA H5P: NARZĘDZIA, PLATFORMY I POWIĄZANA DOKUMENTACJA

1. **H5P.org:** Oficjalna strona internetowa H5P oferuje szereg narzędzi autorskich i zasobów do tworzenia treści H5P. Możesz uzyskać dostęp do narzędzi do tworzenia i znaleźć dokumentację, samouczki i pomoc techniczną społeczności na stronie <https://h5p.org/>.
2. **H5P.com:** H5P.com to platforma oparta na chmurze, która zapewnia hosting i zarządzanie treściami H5P. Oferuje przyjazny dla użytkownika interfejs do tworzenia i publikowania treści H5P. Możesz dowiedzieć się więcej i założyć konto na <https://h5p.com/>.
3. **Wtyczki H5P dla CMS:** H5P zapewnia wtyczki/rozszerzenia dla popularnych systemów zarządzania treścią (CMS), takich jak WordPress, Moodle, Drupal i inne. Możesz wyszukać "wtyczki H5P" specyficzne dla Twojego CMS, aby znaleźć odpowiednie wtyczki, które umożliwiają tworzenie i osadzanie treści H5P w Twoim CMS.
4. **Dokumentacja H5P:** Dokumentacja H5P zawiera szczegółowe informacje i przewodniki dotyczące tworzenia i używania treści H5P. Dostęp do dokumentacji można uzyskać pod adresem <https://h5p.org/documentation>.
5. **Spółeczność H5P:** Społeczność H5P to aktywne forum, na którym użytkownicy dzielą się swoimi doświadczeniami, zadają pytania i zapewniają wsparcie w tematach związanych z H5P. Możesz dołączyć do społeczności pod adresem <https://h5p.org/community>.

Uwaga: dostępność i funkcje narzędzi, platform i wtyczek do tworzenia H5P mogą się różnić, dlatego zaleca się zapoznanie się z konkretnymi opcjami i zasobami, które są zgodne z Twoimi potrzebami i wymaganiami.



4. CELE MATERIAŁU DYDAKTYCZNEGO B-ECO

Niniejsze materiały dydaktyczne mają na celu wsparcie trenerów i edukatorów kształcenia i szkolenia zawodowego w korzystaniu z platformy e-learningowej i Drzew Decyzyjnych B-ECO podczas sesji przedsiębiorczości poprzez:

Ułatwianie integracji e-learningu: Głównym celem materiałów dydaktycznych jest wspieranie trenerów i edukatorów kształcenia i szkolenia zawodowego w efektywnym korzystaniu z platformy e-learningowej jako podstawowego zasobu podczas sesji przedsiębiorczości.

Zwiększenie wykorzystania Drzew Decyzyjnych B-ECO: Materiały mają na celu umożliwienie trenerom maksymalizacji potencjału Drzew Decyzyjnych B-ECO, zapewniając, że uczniowie skorzystają z rzeczywistych, praktycznych doświadczeń, które są zgodne z zasadami eko-przedsiębiorczości.

Promowanie zrównoważonego rozwoju cyfrowego: Materiały mają na celu zachęcanie i umożliwianie przejścia na zasoby cyfrowe, wspierając bardziej zrównoważone i przyjazne dla środowiska podejście do edukacji i szkolenia w zakresie przedsiębiorczości.

Dostępność i wygoda: Udostępnienie materiałów w formie elektronicznej na celu zapewnienie trenerom i edukatorom kształcenia i szkolenia zawodowego łatwo dostępnych zasobów, które można pobrać ze strony internetowej projektu i platformy e-learningowej, ułatwiając w ten sposób korzystanie z nich w różnych środowiskach nauczania.

Opisy modułów i materiały szkoleniowe: Materiały mają na celu zaoferowanie kompleksowych opisów modułów i materiałów edukacyjnych, które umożliwiają trenerom prowadzenie skutecznych sesji przedsiębiorczości, zgodnych z zasadami eko-przedsiębiorczości.

Szczegółowy przewodnik dla Drzew Decyzyjnych B-ECO: Materiały dydaktyczne mają na celu dostarczenie trenerom szczegółowego przewodnika po zakładaniu i obsłudze Drzew Decyzyjnych B-ECO, wspierając ich uczniów w praktycznym, empirycznym uczeniu się.

Wzmocnienie pozycji trenerów: Jednym z głównych celów jest wzmocnienie pozycji trenerów i edukatorów kształcenia i szkolenia zawodowego, wyposażenie ich w wiedzę i narzędzia potrzebne do tworzenia angażujących, skutecznych i świadomych ekologicznie sesji przedsiębiorczości.

Poprawa efektów uczenia się uczniów: Ostatecznie materiały dydaktyczne mają na celu przyczynienie się do lepszych wyników uczenia się uczniów poprzez poprawę jakości i trwałości nauczania przedsiębiorczości, ostatecznie przygotowując uczniów do stania się świadomymi ekologicznie przedsiębiorcami.

Dostosowanie do Celów Zrównoważonego Rozwoju: Materiały mają na celu dostosowanie się do Celów Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych, w szczególności tych



związanych ze zrównoważonym rozwojem środowiska i wysokiej jakości edukacją, poprzez wspieranie przyjaznej dla środowiska edukacji w zakresie przedsiębiorczości.

Wspieranie innowacji: Promując eko-przedsiębiorczość i integrację e-learningu, materiały te mają na celu stymulowanie innowacyjnego myślenia i inspirowanie rozwoju zrównoważonych rozwiązań biznesowych zarówno wśród nauczycieli, jak i uczniów.



5. PLATFORMA E-LEARNINGOWA B-ECO

Platforma e-learningowa B-ECO będzie zawierać:

- **Rejestrację użytkownika:** Trenerzy i kursanci powinni założyć konta na platformie e-learningowej.
- **Pulpit nawigacyjny:** Po zalogowaniu użytkownicy są witani konfigurowalnym pulpitem nawigacyjnym wyświetlającym istotne informacje, w tym postępy kursu, ostatnie aktualizacje i nadchodzące wydarzenia.
- **Katalog kursów:** Na platformie znajduje się obszerny katalog kursów, uporządkowany według modułów eko-przedsiębiorczości. Trenerzy mogą przeglądać i wybierać moduły, które odpowiadają ich potrzebom dydaktycznym.
- **Dostęp do modułu:** Kliknięcie na konkretny moduł prowadzi do specjalnej strony ze szczegółową zawartością, w tym:
 - **Przegląd:** Opis celów modułu i efektów uczenia się.
 - **Materiały edukacyjne:** Dostęp do zasobów, takich jak prezentacje, filmy i treści interaktywne.
 - **Narzędzia oceny:** Quizy, zadania lub oceny sprawdzające zrozumienie.
- **Fora dyskusyjne:** Każdy moduł/kurs może mieć własne forum dyskusyjne, umożliwiające trenerom zadawanie pytań, dzielenie się doświadczeniami i współpracę z rówieśnikami. Sprzyja to poczuciu wspólnoty i wsparcia wśród nauczycieli.
- **Śledzenie postępów:** Platforma śledzi postępy w każdym module, oznaczając ukończone sekcje i umożliwiając trenerom kontynuowanie od miejsca, w którym skończyli.
- **Zasoby do pobrania:** Materiały szkoleniowe i przewodniki będą dostępne do pobrania bezpośrednio ze strony internetowej projektu.
- **Konfigurację Drzewa Decyzyjnego B-ECO:** Platforma posiada dedykowaną sekcję do prowadzenia ćwiczeń B-ECO opartych o drzewa decyzyjne.
- **Zasoby:** Oprócz kursów, platforma zapewni różnorodne zasoby i studia przypadków, aby pogłębić wiedzę trenerów i studentów.
- **Analityka zaangażowania użytkowników:** Platforma będzie zbierać dane na temat zaangażowania użytkowników, w tym informacje o tym, które materiały są najbardziej popularne, wskaźniki postępów i trendy w zakresie informacji zwrotnych, pomagając administratorom udoskonalać i rozszerzać oferty.

Podsumowując, platforma e-learningowa służy jako kompleksowe i przyjazne dla użytkownika centrum dla trenerów i osób uczących się w ramach kształcenia i szkolenia zawodowego, oferując bogaty wachlarz zasobów, możliwości współpracy i mechanizmów wsparcia. To zintegrowane



podejście maksymalizuje korzyści płynące z materiałów dydaktycznych dla skutecznego nauczania eko-przedsiębiorczości i tworzenia Drzew Decyzyjnych B-ECO.



MODUŁ 1: PODRÓŻ PRZEDSIĘBIORCY

1. WPROWADZENIE

Jako nauczyciel powinieneś zacząć od przemówienia motywacyjnego, np.:

"Droży uczniowie,

Przedsiębiorczość to mniej uczęszczana droga, droga do sukcesu, która wcale nie jest łatwa. Jako osoby studiujące przedsiębiorczość wyruszyliście już w podróż, która wymaga odwagi, odporności i niezachwianej wiary w swoje marzenia. Wybraliście ścieżkę, która jest pełna wyzwań, porażek i błędów, ale zapewniam Was, że jest to również ścieżka, która może prowadzić do niesamowitego spełnienia i sukcesu.

Przyjmijcie wyzwania, porażki i błędy jako możliwości rozwoju. Pamiętajcie, że porażka nie jest przeciwieństwem sukcesu; To krok do sukcesu. Uczcie się na błędach i wytrwajcie. Sukces nie jest kwestią przypadku; Chodzi o wytrwałość i ciężką pracę. Zaufajcie swojej wizji, otoczcie się wsparciem i uwierzcie w siebie. Prawdziwy sukces leży w wpływie, jaki wywieracie i pozytywnych zmianach, które przynosicie. Podejmijcie podróż, świętujcie zwycięstwa i uczcie się na niepowodzeniach. Bądźcie odporni i nigdy nie traćcie z oczu swoich marzeń. Wytyczcie własną ścieżkę, pokonajcie przeszkody i pozwólcie swojemu duchowi przedsiębiorczości zabłyśnąć.

Pozwólcie, że powiem: "Powodzenia w Waszej niesamowitej podróży!"

Po tym przemówieniu następuje krótkie wprowadzenie do lekcji i celów nauczania:

Podróż przedsiębiorcy obejmuje pierwsze myśli i podejścia do tejże podróży. W poszczególnych rozdziałach dowiesz się o znaczeniu przedsiębiorczości, jakie cechy musi posiadać przedsiębiorca, jak rozpocząć swoją przedsiębiorczą podróż oraz o przykładach odnoszących sukcesy przedsiębiorców. Na końcu każdego rozdziału znajdują się praktyczne zadania, które pozwalają sprawdzić zdobytą wiedzę i określić, czy jesteś na właściwej (przedsiębiorczej) ścieżce.

2. CELE SZKOLENIA

- Dowiedz się, jak zaplanować swoją przedsiębiorczą podróż.
- Dowiedz się, jakie masz cechy przedsiębiorcze, a które jeszcze musisz nabyć/rozwinąć.
- Stosuj odpowiednie podejścia, aby skutecznie rozpocząć podróż przedsiębiorczą w oparciu o dobre praktyki.



3. EFEKTY UCZENIA SIĘ

- Dowiedzenie się, czym jest przedsiębiorczość i kim jest przedsiębiorca.
- Poznanie kluczowych cech przedsiębiorcy.
- Identyfikacja zalet i wad bycia przedsiębiorcą.
- Zdefiniowanie pierwszych kroków w przedsiębiorczości.
- Dowiedzenie się, gdzie szukać wsparcia i pomocy w Słowenii.

4. METODY KSZTAŁCENIA:

- Zapoznanie się z polecaną literaturą i zasobami internetowymi
- Podejmowanie decyzji w oparciu o wyniki z Drzew Decyzyjnych B-ECO
- Ewaluacja podróży przedsiębiorcy

5. WYNIKI - ZDOBYTE KOMPETENCJE (W POWIĄZANIU Z ENTRE-COMP) ¹

- **Pomysły i możliwości:**
 1. Wizja
 2. Docenianie pomysłów
 3. Kreatywność
- **Zasoby:**
 1. Motywacje i wytrwałość
 2. Samoświadomość i poczucie własnej skuteczności
 3. Mobilizacja zasobów
- **Do działania:**
 1. Przejmowanie inicjatywy
 2. Planowanie i zarządzanie
 3. Uczenie się przez doświadczenie

6. SPRZĘT I ZASOBY:

- Komputer
- Projektor lub telewizor
- Dostęp do Internetu

¹ <https://entre-comp.eu/>



7. ROZGRZEWKA (15 MIN.)

Przeciągnij słowa - Definicje przedsiębiorczości:

Instrukcje: Przeciągnij wyrazy z prawej kolumny do odpowiadających im definicji w lewej kolumnie.

Kolumna 1: DEFINICJE	Przeciągnij wyrazy z Kolumny 2 do Kolumny 1	Kolumna 2: SŁOWA
A. Proces zbierania informacji o potencjalnych klientach i konkurentach w celu podejmowania świadomych decyzji biznesowych.		1. Innowacyjność
B. Szczegółowy dokument, który przedstawia cele, strategię i prognozy finansowe nowej firmy.		2. Podejmowanie ryzyka
C. Umiejętność identyfikowania i tworzenia nowych pomysłów, produktów lub usług, które wnoszą wartość dodaną do rynku.		3. Badania rynku
D. Akt podejmowania skalkulowanego ryzyka w celu osiągnięcia sukcesu biznesowego.		4. Biznesplan
E. Budowanie i utrzymywanie relacji z osobami i organizacjami w celu wymiany informacji, zasobów i możliwości.		5. Networking

Klucz odpowiedzi:

Innowacyjność - C

Podejmowanie ryzyka - D

Badania rynku - A

Biznesplan - B

Networking - E

8. PREZENTACJA (35 MIN)

- **Prezentacja Power point na lekcję + praktyczne przykłady.**
- Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
- A. Objaśnienie efektów uczenia się lekcji
- B. Nauczyciel wprowadza efekty uczenia się z lekcji 1:
 - Czym jest przedsiębiorczość i kim jest przedsiębiorca?
 - Charakterystyka przedsiębiorcy
 - Zalety i wady bycia przedsiębiorcą
 - Pierwsze kroki w przedsiębiorczości
 - Gdzie szukać wsparcia i pomocy?
- C. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
 - Wideo-wywiad z przedsiębiorcą



9. DRZEWO DECYZYJNE

Wprowadzenie: Witamy w drzewie decyzyjnym na ścieżce przedsiębiorczości. To ćwiczenie ma na celu sprawdzenie Twojej wiedzy i umiejętności podejmowania decyzji dotyczących przedsiębiorczości w różnych sytuacjach. Przeczytaj uważnie każde pytanie i wybierz najbardziej odpowiednią odpowiedź.

Pytanie 1: Co ma kluczowe znaczenie dla przedsiębiorczości?

- a) Bycie dyrektorem
- b) Identyfikacja potrzeb rynkowych i tworzenie wartości dodanej
- c) Płacenie podatków

Informacja zwrotna 1a: To nieprawda. Osoby, które podejmują się przedsiębiorczości tylko ze względu na stanowisko dyrektora, mają niewielkie szanse na sukces.

Informacja zwrotna 1b: Świetny wybór! Istotą przedsiębiorczości jest identyfikacja potrzeb klienta, zaprojektowanie produktu, który zaspokoi te potrzeby i tworzenie wartości dodanej w biznesie.

Informacja zwrotna 1c: To nie jest prawidłowa odpowiedź. Płacenie podatków zdecydowanie nie jest głównym motywem zostania przedsiębiorcą :).

Pytanie 2: Którą z wymienionych cech musi posiadać przedsiębiorca?

- a) Wytrwałość
- b) Posłuszeństwo
- c) Niechęć

Informacja zwrotna 2a: Świetnie! Przedsiębiorczość jest jak kolejka górską, raz jesteś na górze, raz na dole - bez wytrwałości nie ma sukcesu w przedsiębiorczości!

Informacja zwrotna 2b: Odpowiedź nieprawidłowa. Przedsiębiorca musi myśleć samodzielnie i mieć strategiczną wizję.

Informacja zwrotna 2c: To nie jest prawidłowa odpowiedź. Niechęć uniemożliwia przedsiębiorcy dobrą współpracę z partnerami biznesowymi w dłuższej perspektywie

Pytanie 3: Co jest zaletą bycia przedsiębiorcą?

- a) Potencjalne ryzyko finansowe
- b) Dłuższy czas pracy
- c) Możliwość podążania za swoją pasją

Informacja zwrotna 3a: Nie, przedsiębiorczość zawsze wiąże się z ryzykiem, ryzyko finansowe jest najczęstszym ryzykiem w przedsiębiorczości.

Informacja zwrotna 3b: Odpowiedź nieprawidłowa. Rozpoczęcie działalności gospodarczej wymaga dużo czasu i wysiłku umysłowego.

Informacja zwrotna 3c: Dobra robota! Pasja to jedna z głównych motywacji do sukcesu w biznesie!



Pytanie 4: Czy ważne jest, aby szukać wsparcia i pomocy na początku samodzielnej podróży?

- a) Nie, wiem wszystko
- b) Nie, wszystko mogę znaleźć w Internecie
- c) Tak

Informacja zwrotna 4a: Odpowiedź nieprawidłowa. Nikt nie wie wszystkiego. Na początku przedsiębiorczej podróży ważne jest, aby uzyskać jak najwięcej istotnych informacji i wsparcia, ponieważ błędy w przedsiębiorczości mogą być bardzo kosztowne.

Informacja zwrotna 4b: Niepoprawna. Sieć WWW oferuje wiele przydatnych informacji, ale nie może "dostosować" ich dokładnie do Twoich potrzeb.

Informacja zwrotna 4c: Zgadza się! Informacje i doświadczenie, które zdobędziesz osobiście - bezcenne!

Wniosek: Gratulujemy ukończenia drzewa decyzyjnego. Wykazałeś się zrozumieniem, jakie są pierwsze kroki i jakie cechy osobiste są ważne dla przedsiębiorcy. Pamiętaj, aby skonsultować się z instytucjami wsparcia przedsiębiorczości w celu uzyskania wsparcia, weryfikacji pomysłu na biznes i otrzymania pomocy.

10. OCENA

- Charakterystyka przedsiębiorcy; Badanie 6 kluczowych cech, skala od 1 do 10 (samoocena).

Charakterystyka przedsiębiorcy	Trafność 1-10
Musi mieć zdolność do podejmowania ryzyka	
Innowacyjny sposób myślenia	
Pasja	
Pewność siebie	
Cechy wizjonerskie i przywódcze	
Podejmowanie decyzji	

11. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

12. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

[1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave, s. 10-285.



- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Value Proposition Design. <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>, s. 15-38.
- [3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubljana.
- [4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubljana. www.delajvitko.si.
- [5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) *Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures*; Prentice Hall - Bergant, A.
- [6] Sushanta Maiti (2021); *What is Entrepreneurship? Definition, 5 Types, 5 Scopes, Characteristics, 5 Importance*; https://educationleaves.com/what-is-entrepreneurship/#Definition_of_Entrepreneurship
- [7] Indeed Editorial Team (2021); *12 Pros and Cons of Being an Entrepreneur*; <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/pros-and-cons-of-being-entrepreneur>



MODUŁ 2: POMYSŁ NA BIZNES

1. WPROWADZENIE

Jako nauczyciel powinieneś zacząć od przemówienia motywacyjnego, np.:

"Droży uczniowie,

Dzisiaj porozmawiamy o pomysłach na biznes.... Twój pomysł na biznes to iskra błyskotliwości, świadectwo Twojej kreatywności, ambicji i nieograniczonego potencjału. Zaakceptuj podróż, która jest przed Tobą, bo nie będzie to łatwe. Spodziewaj się niepowodzeń, wątpliwości i zamkniętych drzwi. Pamiętaj jednak, że porażka to nie koniec - to odskocznia do sukcesu. Przyjmij porażkę jako przewodnika, kompas, który przekierowuje Twój kurs w kierunku większych możliwości. Otaczaj się mentorami i doradcami, ucz się na porażkach i nigdy nie trać z oczu swojej wizji. Uwierz w siebie i swój pomysł, ponieważ świat potrzebuje Twojej innowacji, Twojej unikalnej perspektywy i odwagi, aby rzucić wyzwanie normom. Odważ się marzyć o wielkich rzeczach, rzucić wyzwanie status quo i urzeczywistnić swój pomysł. Wierzę w Ciebie. Wyjdź i pokaż światu, na co Cię stać!"

Po tym przemówieniu następuje krótkie wprowadzenie do lekcji i celów szkolenia:

Założenie własnej firmy zaczyna się od rozpoznania problemu na rynku, o dużym potencjale rynkowym, wystarczającym, aby nabywcy byli gotowi zapłacić za Twoje rozwiązanie (produkt, usługę). W tym module przedstawimy kroki, jak zidentyfikować problem, jakie są sposoby tworzenia pomysłu na biznes, co powinien zawierać dobry pomysł na biznes oraz jak ocenić potencjał pomysłu na biznes. Treść modułu umożliwi Ci usystematyzowane podejście do formułowania i definiowania pomysłu biznesowego; są to niezbędne kroki do pomyślnego rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej.

2. CELE SZKOLENIA

- Jak wpaść na pomysł założenia firmy?
- Podejścia do tworzenia pomysłu na biznes.
- Cechy dobrego pomysłu na biznes.
- Jak sprawdzić "wartość" pomysłu na biznes?

3. EFEKTY UCZENIA SIĘ

- Identyfikacja pomysłu biznesowego.
- Charakterystyka dobrego pomysłu na biznes.
- Wycena pomysłu na biznes.



4. METODY KSZTAŁCENIA:

- Zapoznanie się z polecaną literaturą i zasobami internetowymi
- Podejmowanie decyzji w oparciu o wyniki z drzew decyzyjnych B-ECO
- Ewaluacja modułu.

5. WYNIKI - ZDOBYTE KOMPETENCJE (W POWIĄZANIU Z ENTRE-COMP) ²

- **Pomysły i możliwości:**
 1. Wizja
 2. Docenianie pomysłów
 3. Kreatywność
- **Zasoby:**
 1. Motywacje i wytrwałość
 2. Samoświadomość i poczucie własnej skuteczności
 3. Mobilizacja zasobów
- **Do działania:**
 1. Przejmowanie inicjatywy
 2. Planowanie i zarządzanie
 3. Uczenie się przez doświadczenie

6. SPRZĘT I ZASOBY:

- Komputer
- Projektor lub telewizor
- Dostęp do Internetu

7. ROZGRZEWKA (15 MIN.)

Podziel uczniów na małe grupy po 3-4 osoby.

1. Wyjaśnij koncepcję *elevator pitch*, która jest zwięzłym i przekonującym podsumowaniem pomysłu biznesowego, który można dostarczyć w czasie jazdy windą (około 30 sekund do 1 minuty).
2. Nadaj każdej grupie losowy przedmiot lub fikcyjną nazwę produktu. Możesz je zapisać na małych karteczkach i rozdać.
3. Poinstruuuj grupy, aby wymyśliły pomysł biznesowy związany z danym obiektem lub nazwą produktu. Powinny przeprowadzić burzę mózgów i stworzyć krótką prezentację swojego pomysłu.

² <https://entre-comp.eu/>



4. Ustal limit czasu, na przykład 10-15 minut, na przygotowanie prezentacji.
5. Gdy czas się skończy, poproś każdą grupę o wybranie jednej osoby, która przedstawi *elevator pitch* reszcie klasy.
6. Zachęć grupy, aby podczas prezentacji wykazywały się kreatywnością, entuzjazmem i perswazyjnością.
7. Po każdej prezentacji pozwól klasie udzielić konstruktywnej informacji zwrotnej i zadać pytania dotyczące pomysłu na biznes.
8. Opcjonalnie możesz wprowadzić system głosowania lub mieć panel sędziów, którzy oceniają oferty na podstawie takich kryteriów, jak przejrzystość, kreatywność i siła przekonywania.
9. Zakończ grę, omawiając kluczowe wnioski z ćwiczenia i podkreślając znaczenie skutecznej komunikacji w prezentowaniu pomysłów biznesowych.

Ta gra nie tylko rozgrzeje uczniów przed wykładem, ale także rozwinie pracę zespołową, kreatywność i skuteczne umiejętności komunikacyjne.

8. PREZENTACJA (35 MIN)

- **Prezentacja Power point na lekcję + praktyczne przykłady.**
- Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
 - A. Objaśnienie efektów uczenia się lekcji
 - B. Nauczyciel wprowadza efekty uczenia się z lekcji 2:
 - Jak wpaść na pomysł założenia firmy?
 - Zidentyfikuj swoje „dlaczego”, „kto” i „jak”.
 - Charakterystyka dobrego pomysłu na biznes.
 - Jak sprawdzić „wartość” pomysłu na biznes?
 - C. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
 - 5 slajdów z pomysłami na sukces przedsiębiorcy (lokalnie!)

9. DRZEWO DECYZYJNE

Wprowadzenie: Jesteś początkującym przedsiębiorcą z pasją do technologii. Masz dwa potencjalne pomysły na biznes i musisz podjąć decyzję, który z nich zrealizować. Dostępne są następujące opcje:

Pomysł A: Opracowanie aplikacji mobilnej, która pomoże ludziom śledzić i zmniejszać ich ślad węglowy.

Pomysł B: Stworzenie platformy wirtualnej rzeczywistości (VR) do immersyjnej nauki języków.

Teraz przyjrzyjmy się drzewu decyzyjnemu:

**Opcja 1: Wybór pomysłu - A (aplikacja do pomiaru śladu węglowego)**

Postanawiasz zrealizować pomysł A i opracować aplikację mobilną, która pomaga ludziom śledzić i zmniejszać ich ślad węglowy. Gdy zagłębiasz się w pomysł, stajesz przed kluczowym punktem decyzyjnym:

Wariant A1: Finansowanie i zasoby

Zdajesz sobie sprawę, że opracowanie aplikacji wymaga znacznych nakładów finansowych i zasobów. Masz dwie możliwości:

Wariant A1.1: Poszukiwanie finansowania z kapitału podwyższonego ryzyka (VC)

Decydujesz się przedstawić swój pomysł inwestorom *venture capital*, aby zapewnić sobie finansowanie. Jednak podczas procesu *pitchingu* napotykasz wyzwania, a niektórzy inwestorzy wyrażają obawy co do rentowności i skalowalności Twojej aplikacji. Co robisz dalej?

Opcja A1.1.1: Modyfikacja prezentacji

Słuchasz opinii inwestorów i modyfikujesz swoją prezentację, aby rozwiązać ich obawy. Wymaga to przeprojektowania modelu biznesowego i znalezienia dodatkowych źródeł przychodów. Po dokonaniu niezbędnych korekt z powodzeniem zabezpieczasz finansowanie VC. Twoja aplikacja zyskuje na popularności, a Ty poszerzasz swoją bazę użytkowników na całym świecie, wywierając pozytywny wpływ na środowisko.

Wariant A1.1.2: Poszukiwanie alternatywnego finansowania

Decydujesz się na zbadanie alternatywnych opcji finansowania, aby zabezpieczyć zasoby potrzebne do tworzenia aplikacji. Obejmuje to ubieganie się o granty, poszukiwanie finansowania społecznościowego lub współpracę z organizacjami świadomymi ekologicznie. Pomimo początkowych wyzwań udaje Ci się pozyskać niezbędne finansowanie i z powodzeniem uruchomić aplikację, wywierając pozytywny wpływ na środowisko.

Opcja A1.2: Uruchomienie przedsięwzięcia

Zamiast szukać zewnętrznego finansowania, decydujesz się uruchomić swoje przedsięwzięcie, inwestując własne oszczędności i wykorzystując swoją sieć. Chociaż postępy są początkowo powolne, twoje poświęcenie i zaradność się opłacają. Twoja aplikacja zyskuje na popularności, a Ty stopniowo generujesz przychody, co pozwala na skalowanie i wywieranie pozytywnego wpływu na środowisko.

Opcja 2: Wybór pomysłu - B (Platforma VR do nauki języków)



Decydujesz się realizować Pomysł B i stworzyć platformę wirtualnej rzeczywistości (VR) do wciągającej nauki języków. W miarę dalszego zgłębiania tego pomysłu napotykasz krytyczny punkt decyzyjny:

Wariant B1: Badanie rynku i walidacja

Zdajesz sobie sprawę z tego, jak ważne są badania rynku i walidacja, zanim zainwestujesz znaczne zasoby w rozwój swojej platformy do nauki języków VR. Masz dwie możliwości:

Opcja B1.1: Przeprowadzenie szeroko zakrojonych badań rynku

Przeznaczasz czas i zasoby na przeprowadzenie kompleksowych badań rynku, w tym ankiet, grup fokusowych i analizy konkurencji. Wyniki wskazują na duże zapotrzebowanie na immersyjne doświadczenia w nauce języków i potwierdzają potencjalny sukces Twojej platformy. Zachęcony wynikami, kontynuujesz rozwój, uruchamiasz platformę i zdobywasz pokaźną bazę użytkowników.

Opcja B1.2: Zmiana pomysłu

Podczas badania rynku odkrywasz, że rynek platform do nauki języków VR jest nasycony, co utrudnia wyróżnienie się. Identyfikujesz jednak inną możliwość – tworzenie aplikacji do nauki języków opartej na sztucznej inteligencji, która koncentruje się na spersonalizowanych doświadczeniach edukacyjnych. Rozpoznając potencjał, zmieniasz swój pomysł, przeprowadzasz dalsze badania rynku, udoskonalas swoją koncepcję i z powodzeniem uruchamiasz aplikację, zaspokajając potrzeby niszowej grupy odbiorców.

10. OCENA

Ćwiczenie: Analiza i krytyka pomysłu biznesowego*

Cel: Celem tego ćwiczenia jest ocena zdolności uczniów do analizowania i krytykowania pomysłów biznesowych w oparciu o różne kryteria.

Instrukcje: Przekaż każdemu uczniowi zestaw pomysłów biznesowych lub studiów przypadków (możesz stworzyć własne lub wykorzystać istniejące przykłady z prawdziwych firm).

Poinstruuuj uczniów, aby indywidualnie przeanalizowali i ocenili pomysły biznesowe w oparciu o następujące kryteria:

- a. **Potencjał rynkowy:** Oceń wielkość rynku docelowego, popyt na produkt lub usługę oraz potencjał wzrostu.
- b. **Propozycja wartości:** Oceń wyjątkowość i atrakcyjność oferty produktu lub usługi.
- c. **Przewaga konkurencyjna:** Zidentyfikuj przewagę konkurencyjną pomysłu na biznes w porównaniu z istniejącymi konkurentami.
- d. **Model przychodów:** Przeanalizuj strategię generowania przychodów i potencjalną rentowność firmy.



- e. **Wykonalność:** Rozważ zasoby, umiejętności i infrastrukturę wymaganą do realizacji pomysłu biznesowego.
- f. **Zrównoważony rozwój:** Oceń długoterminową rentowność i skalowalność koncepcji biznesowej.
- g. **Ryzyko i środki zaradcze:** Zidentyfikuj potencjalne zagrożenia i wyzwania związane z pomysłem biznesowym i zaproponuj sposoby ich złagodzenia.

*** Oto kilka pomysłów biznesowych, które uczniowie mogą przeanalizować i zbadać:**

- **Platforma e-commerce dla lokalnych rzemieślników:** Stwórz rynek internetowy, który prezentuje i sprzedaje ręcznie robione produkty stworzone przez lokalnych rzemieślników. Uczniowie potrafią analizować potencjał rynkowy, grupę docelową, krajobraz konkurencyjny i modele przychodów.
- **Agencja marketingu cyfrowego dla małych firm:** Załóż agencję marketingu cyfrowego, która specjalizuje się w dostarczaniu dostosowanych strategii i usług marketingowych online dla małych firm. Uczniowie potrafią analizować popyt na usługi marketingu cyfrowego, modele cenowe, skuteczne kanały marketingowe i przewagi konkurencyjne.
- **Spersonalizowana aplikacja fitness:** Opracuj aplikację mobilną, która oferuje spersonalizowane plany treningowe, wskazówki żywieniowe i funkcje śledzenia postępów. Uczniowie mogą analizować wielkość rynku, potencjalną grupę docelową, unikalne cechy, strategie monetyzacji i strategie pozyskiwania użytkowników.
- **Zrównoważone rozwiązania opakowaniowe:** Załóż firmę, która oferuje przyjazne dla środowiska i zrównoważone rozwiązania opakowaniowe dla firm z branży e-commerce. Uczniowi potrafią analizować rosnące zapotrzebowanie na zrównoważone opakowania, procesy produkcyjne, kwestie kosztowe i strategie marketingowe.
- **Centrum rozrywki w rzeczywistości wirtualnej (VR):** Stwórz centrum rozrywki VR, które oferuje wciągające wrażenia z gier i symulacje rzeczywistości wirtualnej. Uczniowie potrafią analizować potencjał rynku, wybór lokalizacji, modele cenowe, wymagania sprzętowe i programowe oraz strategie marketingowe.
- **Platforma korepetycji online:** Opracuj platformę internetową, która łączy uczniów z wykwalifikowanymi korepetytorami w celu spersonalizowanych sesji korepetycji. Uczniowie mogą analizować zapotrzebowanie na korepetycje online, struktury cenowe, procesy wyboru korepetytorów i wymagania technologiczne.
- **Usługa dostawy żywności roślinnej:** Uruchom usługę dostarczania żywności, która specjalizuje się w posiłkach roślinnych i wegańskich. Uczniowie potrafią analizować trendy rynkowe, grupę docelową, rozwój menu, zarządzanie łańcuchem dostaw i różnicowanie konkurencyjne.
- **Zrównoważona marka modowa:** Stwórz zrównoważoną markę modową, która koncentruje się na etycznym pozyskiwaniu, przyjaznych dla środowiska procesach produkcyjnych i



praktykach sprawiedliwego handlu. Uczniowie potrafią analizować rynek zrównoważonej mody, strategie brandingowe, opcje zaopatrzenia i kampanie marketingowe.

- **Rozwiązania inteligentnej automatyki domowej:** Zapewnij inteligentne rozwiązania automatyki domowej, które umożliwiają właścicielom domów kontrolowanie i monitorowanie różnych aspektów ich domów za pośrednictwem podłączonych urządzeń. Uczniowie potrafią analizować zapotrzebowanie rynku, wymagania technologiczne, modele cenowe i potencjalne partnerstwa.
- **Platforma do zarządzania wydarzeniami wirtualnymi:** Opracuj platformę, która ułatwia planowanie, organizowanie i prowadzenie wirtualnych wydarzeń, konferencji i seminariów internetowych. Uczniowie potrafią analizować rynek wydarzeń wirtualnych, funkcje platformy, struktury cenowe i strategie marketingowe.

11. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

12. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

- [1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave, s. 10-285.
- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Value Proposition Design. <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>, s. 15-38.
- [3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubljana.
- [4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubljana. www.delajvitko.si.
- [5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) *Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures*; Prentice Hall - Bergant, A.
- [6] Joshua Stowers (2023): *How to Start a Business: A Step-by-Step Guide*; Business News Daily
- [7] Mark Macdonald, (2022) *Product Ideas: 17 Places To Find Profitable Products*; <https://www.shopify.com/blog/product-ideas>
- [8] Ahmad Nasrudin, (2023); *What are the characteristics of a good business idea?* <https://penpoin.com/good-business-idea/>



MODUŁ 3: BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)

1. WPROWADZENIE

Jako nauczyciel powinieneś zacząć od przemówienia motywacyjnego, np.:

"Drodzy uczniowie/ Przyszli Przedsiębiorcy

Dzisiaj porozmawiamy o Business Model Canvas. Business Model Canvas to Twój kompas, Twój plan na sukces. Jest to narzędzie, które wprowadza jasność w chaosie, prowadząc Cię do zbudowania solidnych podstaw biznesowych. Wykorzystaj jego moc i uwolnij swoją kreatywność. Zidentyfikuj kluczowe elementy – segmenty klientów, propozycje wartości, kanały – i spleć je w spójny gobelin. Dostosowuj się, iteruj i udoskonalaj, poruszając się po dynamicznym krajobrazie przedsiębiorczości. Z Canvas jako przewodnikiem odkryjesz ukryte możliwości, wykorzystasz zasoby i nawiążesz strategiczne partnerstwa. Przyjmij Canvas, ponieważ jest to most, który łączy twoją wizję z rzeczywistością. Pozwól, aby umożliwiły Ci tworzenie wpływowych modeli biznesowych, które przekraczają granice. Podejmij wyzwanie, władać Canvas z finezją i obserwuj, jak twoje marzenia wzbijają się w powietrze. Sukces czeka na tych, którzy wykorzystają jego potencjał. Masz płótno; Teraz namaluj swoje arcydzieło.

Po tym przemówieniu następuje krótkie wprowadzenie do lekcji i celów nauczania:

Moduł Business Model Canvas (BMC) reprezentuje podejście i narzędzie, dzięki któremu przedsiębiorcy, zwłaszcza potencjalni przedsiębiorcy, skutecznie redefiniują lub rozpoczynają swoją podróż przedsiębiorczą. Moduł przedstawia strukturę, podejście i kluczowe zalety korzystania z BMC. Business Model Canvas pomaga zwizualizować to, co jest ważne i zmuszają użytkowników do zajęcia się kluczowymi obszarami. Może być również używany przez zespół (pracowników i/lub doradców) do zrozumienia relacji i osiągnięcia porozumienia.

2. CELE SZKOLENIA

- Korzyści z korzystania z Business Model Canvas.
- Jak zacząć budować BMC dla swojego pomysłu na biznes.
- Kluczowe obszary Business Model Canvas.

3. EFEKTY UCZENIA SIĘ

- Znajomość zasad BMC.
- Zaprojektowane BMC dla Twojego pomysłu na biznes.
- Rozpoznanie korzyści płynących z korzystania z Business Model Canvas.



4. METODY KSZTAŁCENIA:

- Zapoznanie się z polecaną literaturą i zasobami internetowymi
- Podejmowanie decyzji w oparciu o wyniki z drzew decyzyjnych B-ECO
- Ewaluacja ścieżki przedsiębiorcy

5. WYNIKI - ZDOBYTE KOMPETENCJE (W POWIĄZANIU Z ENTRE-COMP) ³

- **Pomysły i możliwości:**
 1. Wizja
 2. Docenianie pomysłów
 3. Kreatywność
- **Zasoby:**
 1. Motywacje i wytrwałość
 2. Samoświadomość i poczucie własnej skuteczności
 3. Mobilizacja zasobów
- **Do działania:**
 1. Przejmowanie inicjatywy
 2. Planowanie i zarządzanie
 3. Uczenie się przez doświadczenie

6. SPRZĘT I ZASOBY:

- Komputer
- Projektor lub telewizor
- Dostęp do Internetu

7. ROZGRZEWKA (15 MIN.)

W ciągu najbliższych 15 minut rozpoczniemy przyjemne i wciągające ćwiczenie rozgrzewające z wykorzystaniem Business Model Canvas. Przygotuj się na uwolnienie swojej kreatywności i poznanie kluczowych elementów modelu biznesowego.

Wyobraźmy sobie, że masz pasję do pieczenia i chcesz założyć małą piekarnię. Chwyć długopis i kartkę papieru lub użyj narzędzia cyfrowego i zanurzymy się!

1. Zaczynaj od zidentyfikowania "problemów" swoich potencjalnych klientów, które możesz rozwiązać za pomocą swojego produktu. Po zakończeniu tego zadania zidentyfikuj segmenty

³ <https://entre-comp.eu/>



- klientów. Kim będą Twoi docelowi klienci? Czy zaspokoisz potrzeby lokalnych mieszkańców, firm, a może obu? Pomyśl o ich preferencjach, potrzebach i danych demograficznych.
2. Następnie przejdź do swojej propozycji wartości. Co wyróżni Twoją piekarnię? Czy chodzi o wyjątkowe smaki, niestandardowe projekty ciast, czy też skupienie się na organicznych i lokalnych składnikach? Zastanów się, co sprawi, że klienci wybiorą Twoją piekarnię spośród innych.
 3. Przyjrzyjmy się teraz kanałom, za pomocą których dotrzesz do swoich klientów. Czy będziesz mieć fizyczną witrynę sklepową, obecność w Internecie, czy kombinację obu? Zastanów się, w jaki sposób wypromujesz swoją piekarnię i nawiądziesz kontakt z potencjalnymi klientami.
 4. W miarę postępów rozważ kluczowe czynności potrzebne do prowadzenia piekarni. Obejmuje to pieczenie, dekorowanie, zarządzanie zapasami i obsługę klientów. Pomyśl o wymaganych zasobach, takich jak sprzęt do pieczenia, składniki i wykwalifikowany personel.
 5. Partnerstwo może odgrywać kluczową rolę w sukcesie biznesowym. Zapoznaj się z potencjałem współpracy z lokalnymi dostawcami, organizatorami wydarzeń lub miejscami na wesela. Te partnerstwa mogą pomóc w rozszerzeniu zasięgu i stworzeniu wzajemnie korzystnych możliwości.
 6. Strumienie przychodów są niezbędne do utrzymania piekarni. W jaki sposób będziesz generować dochód? Czy będzie to sprzedaż wypieków, oferowanie usług cateringowych czy organizowanie warsztatów piekarniczych? Rozważ różne strumienie przychodów, które są zgodne z ofertą Twojej piekarni.
 7. Na koniec pomyśl o swojej strukturze kosztów. Zidentyfikuj podstawowe koszty, takie jak składniki, czynsz, media i płace personelu. Pomoże Ci to zrozumieć i efektywnie zarządzać wydatkami.

Gratulacje! Właśnie stworzyłeś uproszczone BMC dla swojej piekarni w zaledwie 15 minut. To ćwiczenie to spojrzenie na ekscytujący świat przedsiębiorczości, w którym pomysły ożywają.

Pamiętaj, że to dopiero początek. Kontynuując swoją przedsiębiorczą podróż, możesz udoskonalić i rozwinąć każdy element BMC. Canvas posłuży jako przewodnik, pomagając w podejmowaniu świadomych decyzji i dostosowywaniu się do zmieniającej się dynamiki rynku.

Podziel się więc swoją pasją do pieczenia, uwolnij swoją kreatywność i pozwól, aby Business Model Canvas był Twoim kompasem. Twoje marzenia o piekarni są w zasięgu ręki i nie mogą się doczekać, aby zobaczyć, jak Twój model biznesowy ewoluuje w czasie.

A teraz idź naprzód i pozwól swojemu duchowi przedsiębiorczości wznieść się w górę! Ciesz się podróżą i delektuj się słodkim smakiem sukcesu, ożywiając swoją piekarnię. Powodzenia w tej pysznej przygodzie!



8. PREZENTACJA (35 MIN)

- Prezentacja Power point na lekcję + praktyczne przykłady.
- Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
 - A. Objaśnienie efektów uczenia się lekcji
 - B. Prowadzący wprowadza treści omówione w module 3:
 - Korzyści z korzystania z Business Model Canvas
 - Jak zacząć budować BMC dla swojego pomysłu na biznes
 - Kluczowe obszary Business Model Canvas.
 - C. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
 - Przykłady BMC

9. DRZEWO DECYZYJNE

Scenariusz: Jesteś początkującym przedsiębiorcą z pomysłem na biznes w branży technologicznej. Masz dwie możliwości: albo opracować oprogramowanie, albo świadczyć usługi konsultingowe.

Przyjrzyjmy się ścieżkom rozgałęzień w oparciu o te wybory.

Opcja 1: Opracowanie oprogramowania

Decydujesz się na opracowanie oprogramowania. Teraz musisz wziąć pod uwagę segmenty klientów, propozycję wartości, kanały, kluczowe działania, zasoby, partnerstwa, strumienie przychodów i strukturę kosztów.

Segmenty klientów:

- a) Małe firmy poszukujące narzędzi zwiększających produktywność.
- b) Instytucje edukacyjne potrzebujące systemu zarządzania nauczaniem.

Do jakiego segmentu klientów dotrzesz?

W przypadku wybrania lit. a) należy przejść do opcji 1a.

W przypadku wybrania lit. b) należy przejść do opcji 1b.

Wariant 1a: Ukierunkowanie na małe przedsiębiorstwa

Wartości:

- a) Przyjazne dla użytkownika oprogramowanie do zarządzania projektami.
- b) Oprogramowanie do zarządzania relacjami z klientami (CRM) z zaawansowaną analityką.

Która propozycja wartości rezonuje z Tobą?

W przypadku wybrania opcji (a) należy przejść do opcji 1a1.

W przypadku wybrania lit. b) należy przejść do opcji 1a2.



Opcja 1a1: Przyjazne dla użytkownika oprogramowanie do zarządzania projektami

Kanały:

- a) Marketing internetowy i partnerstwo ze społecznościami małych przedsiębiorstw.
- b) Sprzedaż bezpośrednia i pokazy na konferencjach branżowych.

Która strategia kanału przemawia do Ciebie?

W przypadku wybrania opcji (a) należy przejść do opcji 1a1a.

W przypadku wybrania lit. b) należy przejść do opcji 1a1b.

Wariant 1a1a: marketing internetowy i partnerstwo

Strumienie przychodów:

- a) Model subskrypcyjny z różnymi poziomami usług.
- b) Model zakupu jednorazowego z opcjonalnymi dodatkami.

Który model przychodów jest zgodny z Twoimi celami?

W przypadku wybrania opcji (a) należy przejść do opcji 1a1a1.

W przypadku wybrania opcji b) należy przejść do opcji 1a1a2.

Opcja 1a1a1: Model oparty na subskrypcji

Gratulacje! Zdefiniowałeś swój model biznesowy dla przyjaznego dla użytkownika oprogramowania do zarządzania projektami skierowanego do małych firm, ze strategią marketingu online i partnerstwa oraz modelem przychodów opartym na subskrypcji.

Opcja 1a1a2: Model zakupu jednorazowego

Gratulacje! Zdefiniowałeś swój model biznesowy dla przyjaznego dla użytkownika oprogramowania do zarządzania projektami skierowanego do małych firm, ze strategią marketingu online i partnerstwa oraz modelem przychodów z jednorazowych zakupów.

Wariant 1a1b: sprzedaż bezpośrednia i demonstracje

Gratulacje! Zdefiniowałeś swój model biznesowy dla przyjaznego dla użytkownika oprogramowania do zarządzania projektami skierowanego do małych firm, ze strategią sprzedaży bezpośredniej i demonstracji konferencji.

Opcja 1a2: Oprogramowanie CRM z zaawansowaną analityką

Gratulacje! Zdefiniowałeś swój model biznesowy dla oprogramowania CRM z zaawansowaną analityką skierowaną do małych firm, ze strategią marketingu internetowego i partnerstwa oraz modelem przychodów opartym na subskrypcji.

Wariant 1b: Ukierunkowanie na instytucje edukacyjne

Wartości:

- a) Intuicyjna platforma e-learningowa z interaktywnymi funkcjami.
- b) Kompleksowy system zarządzania studentami wraz z narzędziami administracyjnymi.



Która propozycja wartości przemawia do Ciebie?

W przypadku wybrania lit. a) należy przejść do opcji 1b1.

W przypadku wybrania lit. b) należy przejść do opcji 1b2.

Opcja 1b1: Intuicyjna platforma e-learningowa

Gratulacje! Zdefiniowałeś swój model biznesowy dla intuicyjnej platformy e-learningowej skierowanej do instytucji edukacyjnych, ze strategią marketingu online i partnerstwa oraz modelem przychodów opartym na subskrypcji.

Wariant 1b2: Kompleksowy system zarządzania studentami

Gratulacje! Zdefiniowałeś swój model biznesowy dla kompleksowego systemu zarządzania studentami skierowanego do instytucji edukacyjnych, ze strategią marketingu internetowego i partnerstwa oraz modelem przychodów opartym na subskrypcji.

Opcja 2: Świadczenie usług konsultingowych

Decydujesz się na świadczenie usług doradczych. Przyjrzyjmy się teraz segmentom klientów, propozycji wartości, kanałom, kluczowym działaniom, zasobom, partnerstwom, strumieniom przychodów i strukturze kosztów.

Segmenty klientów:

- a) Przedsiębiorstwa typu start-up potrzebujące strategicznego doradztwa.
- b) Firmy o ugruntowanej pozycji na rynku, poszukujące optymalizacji procesów.

Do jakiego segmentu klientów dotrzesz?

W przypadku wybrania lit. a) należy przejść do opcji 2a.

W przypadku wybrania lit. b) należy przejść do opcji 2b.

Wariant 2a: Ukierunkowanie na przedsiębiorstwa typu start-up

Wartości:

- a) Dostosowane do potrzeb biznesplanu i *pitch decki* (krótkie prezentacje) dla inwestorów.
- b) Strategie rozwoju i plany wejścia na rynek.

Która propozycja wartości rezonuje z Tobą?

W przypadku wybrania lit. a) należy przejść do opcji 2a1.

W przypadku wybrania lit. b) należy przejść do opcji 2a2.

Opcja 2a1: Biznesplanu dostosowane do potrzeb

Gratulacje! Zdefiniowałeś swój model biznesowy do świadczenia usług konsultingowych dla start-upów, koncentrując się na dostosowanych do potrzeb biznesplanach i prezentacjach dla inwestorów.

Wariant 2a2: Strategie wzrostu



Gratulacje! Zdefiniowałeś swój model biznesowy do świadczenia usług doradczych dla start-upów, koncentrując się na strategiach rozwoju i planach wejścia na rynek.

Wariant 2b: Ukierunkowanie na przedsiębiorstwa o ugruntowanej pozycji

Wartości:

- a) Oceny efektywności operacyjnej i optymalizacji procesów.
- b) Badania rynku i analiza konkurencji.

Która propozycja wartości przemawia do Ciebie?

W przypadku wybrania lit. a) należy przejść do opcji 2b1.

W przypadku wybrania lit. b) należy przejść do opcji 2b2.

Wariant 2b1: Oceny efektywności operacyjnej

Gratulacje! Zdefiniowałeś swój model biznesowy do świadczenia usług konsultingowych dla firm o ugruntowanej pozycji, koncentrując się na ocenach wydajności operacyjnej i optymalizacji procesów.

Wariant 2b2: badanie rynku i analiza konkurencji

Gratulacje! Zdefiniowałeś swój model biznesowy do świadczenia usług konsultingowych dla firm o ugruntowanej pozycji, koncentrując się na badaniach rynku i analizie konkurencji.

To drzewo decyzyjne oferuje wgląd w BMC i różne ścieżki, które można eksplorować w zależności od dokonanych wyborów. Pamiętaj, że to tylko przykłady, a w rzeczywistych scenariuszach zagłębisz się w każdy element „płótna”. Ciesz się swoją przedsiębiorczą podróżą i niech wybrana przez Ciebie ścieżka doprowadzi Cię do sukcesu!

10. OCENA

Kwestionariusz wielokrotnego wyboru (odpowiedzi będą dostępne) dotyczący treści każdej części BMC; Po jego wypełnieniu uczestnik musi zidentyfikować co najmniej 70% poprawnych treści.

11. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

12. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

- [1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademsko in aplikativne raziskave, s. 10-285.
- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Value Proposition Design. <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>, s. 15-38.
- [3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubljana.



- [4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubljana.
www.delajvitko.si.
- [5] Barringer B. R., Ireland R. D. (2016). *Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures*;
Prentice Hall - Bergant, A.
- [6] Sergiy Korolov (2022), *Business Model Canvas Explained - a One-Page Business Plan*;
https://railsware.com/blog/business-model-canvas/#How_to_get_started_with_the_business_model_canvas



MODUŁ 4: BADANIA RYNKU

1. WPROWADZENIE

Jako nauczyciel powinieneś zacząć od przemówienia motywacyjnego, np.:

"Drodzy uczniowie,

Do tej pory odkryliście, co to znaczy być przedsiębiorcą, jakie cechy musi posiadać przedsiębiorca i jak założyć własną firmę. Zrozumieliście, jak ważne jest posiadanie pomysłu biznesowego, który rozwiązuje problem, który zidentyfikowaliście na rynku i jak Business Model Canvas może Ci pomóc.

Teraz bądźmy trochę bardziej pragmatyczni!

Posiadanie pomysłu jest fundamentalne, ale znajomość rynku jest konieczna. Jeśli chcesz odnieść sukces ze swoim pomysłem na biznes, konieczne jest przygotowanie badania rynku: badanie rynku jest jednym z pierwszych kroków, które należy podjąć, gdy masz pomysł na biznes i chcesz założyć własną firmę.

Badania rynku dostarczają informacji na temat sytuacji rynkowej i sugestii wraz ze szczegółowymi faktami i konkretnymi analizami trendów. Wyniki pomagają zwizualizować szybkość reakcji pomysłów biznesowych i pomóc uniknąć potencjalnego ryzyka, podejmować decyzje zorientowane na klienta, opracowywać konkretną strategię i środki marketingowe i wiele więcej!"

Po tym przemówieniu następuje krótkie wprowadzenie do lekcji i celów nauczania:

Definicja badania rynku odnosi się do zbierania danych rynkowych i konsumenckich od firmy w celu podejmowania świadomych decyzji dotyczących wprowadzania nowych produktów i usług oraz oceny, jak produkty lub usługi firmy będą działać po wprowadzeniu na rynek. W kolejnych rozdziałach dowiesz się szczegółowo, czym są badania rynku i jakie są ich cele, jakie kroki są związane z prowadzeniem badań, jakie są różne rodzaje badań marketingowych i jakie narzędzia do ich prowadzenia. Na końcu każdego rozdziału znajdziesz konkretne przykłady i ćwiczenia, które sprawdzą Twoją wiedzę i zrozumienie poruszanych tematów.

2. CELE SZKOLENIA

- Dowiedz się, czym są badania rynku.
- Zrozum cele badań rynku.
- Poznaj etapy badania rynku.
- Zapoznaj się z narzędziami, których możesz użyć do przeprowadzenia badań rynku.



3. EFEKTY UCZENIA SIĘ

- Poznanie kluczowych cech badań rynku.
- Zilustrowanie kroków związanych z prowadzeniem badań rynku.
- Zdefiniowanie różnicy między badaniami jakościowymi a ilościowymi.
- Identyfikacja różnych rodzajów badań rynku i narzędzia online do ich prowadzenia.

4. METODY KSZTAŁCENIA:

- Zapoznanie się z zalecaną literaturą i zasobami internetowymi.
- Ocena wiedzy na podstawie wyników z drzew decyzyjnych B-ECO.
- Ocena i zdolność do przeprowadzania badań rynkowych.

5. WYNIKI - ZDOBYTE KOMPETENCJE (W POWIĄZANIU Z ENTRE-COMP) ⁴

- **Pomysły i możliwości:**
 1. Wizja
 2. Docenianie pomysłów
 3. Dostrzeganie możliwości
 4. Etyczne i zrównoważone myślenie
- **Zasoby:**
 1. Samoświadomość i poczucie własnej skuteczności
 2. Mobilizacja zasobów
 3. Wiedza finansowa i ekonomiczna
- **Do działania:**
 1. Przejmowanie inicjatywy
 2. Planowanie i zarządzanie
 3. Radzenie sobie z niejednoznacznością, niepewnością i ryzykiem
 4. Uczenie się przez doświadczenie

6. SPRZĘT I ZASOBY:

- Komputer
- Projektor lub telewizor
- Dostęp do Internetu

⁴ <https://entre-comp.eu/>



7. ROZGRZEWKA (15 MIN.)

Przeciągnij słowa - Odkrywanie badań rynku:

Instrukcje: Przeciągnij wyrazy z prawej kolumny do odpowiadających im definicji w lewej kolumnie.

Kolumna 1: DEFINICJE	Przeciągnij wyrazy z Kolumny 2 do Kolumny 1	Kolumna 2: SŁOWA
A. Strategia biznesowa, w której organizacja analizuje trendy rynkowe, konkurencję i preferencje konsumentów przed wprowadzeniem nowych produktów lub usług w celu podejmowania świadomych decyzji biznesowych.		1. Buyer Personas
B. Nieustrukturyzowana analiza opisująca zjawisko oparte na ludziach i ich opiniach.		2. S.M.A.R.T.
C. Platforma, która dostarcza danych o konkurencji i obejmuje zarówno start-upy na wczesnym etapie rozwoju, jak i duże firmy.		3. Badania rynku
D. Kryteria określania celów badania rynku.		4. Jakościowe badania rynku
E. Model ze szczegółowymi informacjami, które firmy wykorzystują do reprezentowania swojego idealnego klienta.		5. Crunchbase

Klucz odpowiedzi:

Buyer Personas - E

S.M.A.R.T. - D

Badania rynku - A

Jakościowe Badania Rynku - B

Crunchbase - C

8. PREZENTACJA (35 MIN)

- **Prezentacja Power point na lekcję + praktyczne przykłady.**
- Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
- A. Objaśnienie efektów uczenia się lekcji
- B. Nauczyciel wprowadza pojęcia, które zostaną omówione w lekcji 4:
 - Czym jest badanie rynku i jakie są jego cele?
 - Jak przeprowadzić badania rynku?
 - Jakościowe i ilościowe badania rynku.
 - Rodzaje badań rynku i narzędzia online do tego celu
- C. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
 - Historia sukcesu Airbnb



9. DRZEWO DECYZYJNE

Wprowadzenie: Witamy w drzewie decyzyjnym dot. badań rynku. To ćwiczenie sprawdza Twoją wiedzę w oparciu o kompetencje zdobyte podczas tego modułu. Przeczytaj uważnie każde pytanie i wybierz najbardziej odpowiednią odpowiedź.

Pytanie 1: Które z poniższych nie jest powodem, dla którego przedsiębiorcy korzystają z badań rynku?

- a) Ustalanie ceny sprzedaży
- b) Decydowanie o tym, kiedy pracownicy powinni mieć spotkania zespołu
- c) Identyfikacja trendów w branży

Informacja zwrotna 1a: To nieprawda. Przedsiębiorcy wykorzystują badania rynku, aby poznać trendy cenowe konkurencji i ustalić cenę sprzedaży.

Informacja zwrotna 1b: Zgadza się, wystarczy e-mail lub telefon, aby umówić się na spotkanie zespołu! :)

Informacja zwrotna 1c: To nie jest prawidłowa odpowiedź. Badania rynku mają fundamentalne znaczenie dla identyfikacji trendów w branży.

Pytanie 2: Jakie są etapy badania rynku w kolejności?

- a) Określenie celów; przetwarzanie zebranych danych; identyfikacja grupy osób
- b) Określenie celów; identyfikacja grupy osób; przetwarzanie zebranych danych
- c) Przetwarzanie zebranych danych; identyfikacja grupy osób; określenie celów

Informacja zwrotna 2a: Nie, nie możesz przetwarzać danych przed określeniem grupy docelowej.

Informacja zwrotna 2b: Zgadza się! Oto trzy kroki, które należy wykonać, aby przeprowadzić badania rynku, które możesz dostosować do swoich konkretnych potrzeb.

Informacja zwrotna 2c: Odpowiedź nieprawidłowa. Najpierw musisz zidentyfikować cele badawcze i grupę docelową, aby mieć dane do przetworzenia!

Pytanie 3: Carol planuje wprowadzić na rynek nowy produkt w swojej firmie produkującej ręcznie robione mydło i przeprowadza ankietę w celu zebrania danych. : "Jak często kupujesz ręcznie robione mydła?"

Jaki to przykład badania rynku?

- a) Badania wtórne
- b) Ilościowe badania rynku
- c) Jakościowe badania rynku

Informacja zwrotna 3a: Odpowiedź niepoprawna. Badania wtórne to jedna z dwóch metod badania rynku, w której wykorzystujesz dane, które zostały już zebrane, przeanalizowane i opublikowane przez źródła zewnętrzne (nie jesteś właścicielem danych!).



Informacja zwrotna 3b: Zgadza się! Pamiętaj, że ilościowe badania rynku to przede wszystkim matematyka, a zebrane dane obiektywnie opisują zachowania konsumentów.

Informacja zwrotna 3c: To nie jest prawidłowa odpowiedź! Jakościowe badania rynku dotyczą bardziej ludzi i ich opinii, a często pytania jakościowe zaczynają się od "Co/dlaczego myślisz...".

Pytanie 4: Jakim rodzajem badania rynku jest ankieta?

- a) Badania pierwotne
- b) Badania laboratoryjne
- c) Badania wtórne

Informacja zwrotna 4a: Świetnie! Badania pierwotne to każdy rodzaj badań, które sam zbierasz. Przykłady obejmują ankiety, wywiady, obserwacje i grupy fokusowe.

Informacja zwrotna 4b: Odpowiedź niepoprawna. Czy będziesz przyszłym przedsiębiorcą, czy badaczem laboratoryjnym?

Informacja zwrotna 4c: To nie jest prawidłowa odpowiedź. Jak już widzieliśmy, w badaniach wtórnych korzystasz z danych, które zostały już zebrane i opublikowane.

Wniosek: Gratulujemy ukończenia drzewa decyzyjnego dot. badań rynku. Wykazałeś się zrozumieniem badań rynku i tego, jak je przeprowadzić. Teraz wystarczy, że spróbujesz przeprowadzić badania rynku na własną rękę!

10. OCENA

Chcesz wprowadzić na rynek nowy produkt w swojej firmie jubilerskiej: kolczyki i naszyjniki wykonane z materiałów odpadowych. Zanim to zrobisz, musisz mieć jasny obraz rynku jubilerskiego; Dlatego musisz przeprowadzić badanie rynku:

1. Zdefiniuj swoje cele S.M.A.R.T.
2. Zbuduj model Buyer Persona swojego idealnego klienta.
3. Zidentyfikuj potencjalnych konkurentów.

11. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

12. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

[1] Wall Street Mojo Team (2023). [Market Research - Definition, Process, Types, Examples \(wallstreetmojo.com\)](https://wallstreetmojo.com/)

[2] Liz M. (10/06/2022). 9 Highly Successful Market Research Examples. [Examples Of Successful Market Research | Similarweb](https://www.similarweb.com/)



- [3] Qualtrics (2022). Your ultimate guide to market research and how to conduct it like a pro. [Ultimate Guide to Market Research & How to Do It in 2023 \(qualtrics.com\)](https://qualtrics.com/ultimate-guide-to-market-research/)
- [4] Startup Geeks (2023). Ricerca di mercato. Cos'è, quanto costa e come farla. [Ricerca di mercato: cos'è, quanto costa e come farla - Startup Geeks](#)
- [5] Statista (2023). [Statista - The Statistics Portal for Market Data, Market Research and Market Studies](#)
- [6] Semrush (2023). [Semrush - Online Marketing Can Be Easy](#)
- [7] [Google Trends](#) (2023).
- [8] Google Alerts - Monitor the web for interesting new content (2023). [Google Alerts - Monitor the Web for interesting new content](#)
- [9] Crunchbase (2023). [Crunchbase: Discover innovative companies and the people behind them](#)
- [10] Similarweb (2023). [Marketing Intelligence & Competitive Analysis Tools | Similarweb](#)
- [11] Bizfluent - Examples of SMART Objectives for Market Research (2023). [Bizfluent](#)



MODUŁ 5: MARKETING

1. WPROWADZENIE

Jako nauczyciel powinieneś zacząć od przemówienia motywacyjnego, np.:

"Droży uczniowie,

Teraz, gdy zdaliście sobie sprawę, że pomysł na biznes nie wystarczy i nauczyliście się robić badania rynku, nadszedł czas, aby zakasać rękawy i studiować marketing. Możesz założyć własną firmę tylko wtedy, gdy masz pewną wiedzę marketingową i rozumiesz, jak bardzo jest to kluczowe dla sukcesu Twojej firmy.

Co więcej, trzeba brać pod uwagę zmiany w społeczeństwie, systemach gospodarczych itp., a także być na bieżąco i być przygotowanym. Internet i smartfony zmieniły sposób, w jaki ludzie komunikują się i zdobywają informacje, a oprócz tradycyjnych strategii marketingowych konieczne jest również rozważenie marketingu cyfrowego. Dlatego tak ważne jest, aby zrozumieć podstawy konwencjonalnych strategii marketingowych, aby stworzyć zintegrowaną strategię marketingową, która wykorzystuje najskuteczniejsze techniki i narzędzia Twojej firmy. Marketing pomaga generować dochody dla Twojej firmy. Bez względu na to, jak niesamowity może być Twój produkt lub usługa, nadal musisz informować o tym ludzi i wpływać na ich proces myślowy".

Po tym przemówieniu następuje krótkie wprowadzenie do lekcji i celów nauczania:

Marketing to coś więcej niż tylko narzędzie dostępne dla dużych firm, które mogą sobie pozwolić na ogromne inwestycje marketingowe. Musisz wziąć pod uwagę marketing, praktykę, którą należy wdrożyć w firmie, aby zapewnić, że relacje z klientami istnieją, są opłacalne i trwałe. W kolejnych rozdziałach dowiesz się, czym jest marketing, jak ewoluował i jakie jest jego znaczenie, a także odkryjesz marketing przyjazny dla środowiska. Na końcu każdego rozdziału znajdziesz konkretne przykłady i ćwiczenia, które sprawdzą Twoją wiedzę i zrozumienie poruszanych tematów.

2. CELE SZKOLENIA

- Dowiedz się, czym jest marketing.
- Dowiedz się, jak marketing ewoluował w czasie.
- Zrozum, dlaczego potrzebujesz marketingu.
- Dowiedz się więcej o marketingu przyjaznym dla środowiska.



3. EFEKTY UCZENIA SIĘ

- Poznanie kluczowych cech marketingu.
- Zilustrowanie ewolucji marketingu w czasie.
- Wyjaśnienie, jak ważny jest marketing.
- Identyfikacja marketingu przyjaznego dla środowiska.

4. METODY KSZTAŁCENIA:

- Zapoznanie się z zalecaną literaturą i zasobami internetowymi.
- Ocena wiedzy na podstawie wyników z drzew decyzyjnych B-ECO.
- Ocena i zdolność do planowania strategii marketingowej

5. WYNIKI - ZDOBYTE KOMPETENCJE (W POWIĄZANIU Z ENTRE-COMP) ⁵

- **Pomysły i możliwości:**
 1. Kreatywność
 2. Docenianie pomysłów
 3. Dostrzeganie możliwości
 4. Etyczne i zrównoważone myślenie
- **Zasoby:**
 1. Mobilizowanie innych
 2. Mobilizacja zasobów
 3. Wiedza finansowa i ekonomiczna
- **Do działania:**
 1. Planowanie i zarządzanie
 2. Współpraca z innymi
 3. Radzenie sobie z niejednoznacznością, niepewnością i ryzykiem
 4. Uczenie się przez doświadczenie

6. SPRZĘT I ZASOBY:

- Komputer
- Projektor lub telewizor
- Dostęp do Internetu

⁵ <https://entre-comp.eu/>



7. ROZGRZEWKA (15 MIN.)

Przeciągnij słowa - Odkrywanie marketingu:

Instrukcje: Przeciągnij wyrazy z prawej kolumny do odpowiadających im definicji w lewej kolumnie.

Kolumna 1: DEFINICJE	Przeciągnij wyrazy z Kolumny 1 do Kolumny 2	Kolumna 2: SŁOWA
A. Wykorzystanie kanałów online do dotarcia do klientów.		1. Marketing przyjazny dla środowiska
B. Miara potrzeb i preferencji klientów.		2. Marketing mix
C. Stosowanie przyjaznych dla środowiska praktyk, materiałów i strategii, aby promować świadomość i ochronę środowiska.		3. Marketing cyfrowy
D. Produkt, cena, promocja, miejsce.		4. Strategia marketingowa
E. Zdefiniowanie rynków docelowych, optymalizacja propozycji wartości i dokładna analiza możliwości rynkowych.		5. Wartość dla klienta

Klucz odpowiedzi:

Ekologiczny marketing - C

Marketing cyfrowy - A

Marketing mix - D

Strategia marketingowa - E

Wartość dla klienta - B

8. PREZENTACJA (35 MIN)

- Prezentacja Power point na lekcję + praktyczne przykłady.
- Nauczyciel wyjaśni treść PPT i materiały informacyjne przekazane uczniom.
- A. Objaśnienie efektów uczenia się lekcji
- B. Nauczyciel wprowadza pojęcia omówione w lekcji 5:
 - Czym jest marketing?
 - Ewolucja marketingu
 - Dlaczego potrzebujesz marketingu?
 - Marketing przyjazny dla środowiska
 - Gdzie szukać wsparcia i pomocy?
- C. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
 - Starbucks, Ikea, Google, Lacoste



9. DRZEWO DECYZYJNE

Wprowadzenie: Witamy w drzewie decyzyjnym dot. marketingu. To ćwiczenie sprawdza Twoją wiedzę w oparciu o kompetencje zdobyte podczas tego modułu. Przeczytaj uważnie każde pytanie i wybierz najbardziej odpowiednią odpowiedź.

Pytanie 1: Marketing mix ma 4P: Produkt (Product), Cena (Price), Promocja (Promotion) i _____. Co jest czwartym P?

- a) Miejsce (Place)
- b) Duma (Pride)
- c) Cel (Purpose)

Informacja zwrotna 1a: Zgadza się! "Miejsce" odnosi się do tego, jak dostarczyć produkt ludziom.

Informacja zwrotna 1b: Nie, "duma" nie jest jednym z czterech P Marketing Mix.

Informacja zwrotna 1c: Niepoprawnie! Pamiętaj: 4P Marketing Mix to: Produkt (Product), Cena (Price), Promocja (Promotion) i Miejsce (Place).

Pytanie 2: Nowa koncepcja marketingu skupia się na:

- a) Perspektywie przedsiębiorstwa
- b) Potrzebach Klientów
- c) Cenie

Informacja zwrotna 2a: To nieprawda. To właśnie w oryginalnym Marketing Mix nacisk kładziony jest na perspektywę firmy.

Informacja zwrotna 2b: Zgadza się! Nowa koncepcja marketingowa skupia się na potrzebach klientów: wartości dla klienta, kosztach, wygodzie i komunikacji.

Informacja zwrotna 2c: To nie jest prawidłowa odpowiedź. "Cena" to jedno z pojęć oryginalnego Marketing Mix. Nie należy mylić kosztu produktu z jego ceną. Cena to tylko niewielki wycinek całkowitego kosztu zakupu produktu przez klienta.

Pytanie 3: Planujesz swoją strategię marketingową. Jakie działania należy podjąć?

- a) Wyznaczenie jasnych celów i analiza wyników
- b) Planowanie tylko dobrej komunikacji
- c) Wyznaczanie jasnych celów, stała komunikacja, stosowanie dobrych praktyk, analiza wyników

Informacja zwrotna 3a: Odpowiedź niepoprawna. Wyznaczanie jasnych celów i analizowanie wyników to niezbędne działania, ale potrzeba czegoś więcej! Trzeba też zaplanować dobrą komunikację i postępować zgodnie z dobrymi praktykami.

Informacja zwrotna 3b: Nie, nie możesz opierać swojej strategii marketingowej tylko na komunikacji. Dobra komunikacja jest niezbędna, aby dotrzeć do klientów. Jednak w dłuższej perspektywie potrzeba więcej, aby znacznie lepiej dopasować się do dzisiejszego ekosystemu marketingowego, w którym potrzeby klientów są najważniejsze, a konsumenci mają dużą moc decyzyjną.



Informacja zwrotna 3c: Świetnie! Powinieneś podjąć te działania, aby marketing działał i osiągnął swoje cele biznesowe.

Pytanie 4: W marketingu cyfrowym powinieneś:

- a) Korzystać z kanałów online
- b) Drukować reklamy
- c) Stosować *cold calling*

Informacja zwrotna 4a: Świetnie! Marketing cyfrowy wykorzystuje kanały online, takie jak media społecznościowe, poczta e-mail i wyszukiwarki, aby dotrzeć do klientów.

Informacja zwrotna 4b: Niepoprawna. Drukowanie reklam to tradycyjna metoda marketingowa, która pozwala dotrzeć do klientów za pośrednictwem środków takich jak gazety czy czasopisma.

Informacja zwrotna 4c: To nie jest prawidłowa odpowiedź. *Cold calling*, zwany również telemarketingiem, to rodzaj tradycyjnego marketingu, który dotyczy firm, które sprzedają swoje produkty lub usługi przez telefon.

Pytanie 5: Marketing przyjazny dla środowiska:

- a) Obejmuje zrównoważony marketing
- b) Koncentruje się na strategiach promujących ochronę środowiska
- c) Obejmuje praktyki, które wykraczają poza środowisko

Informacja zwrotna 5a: Nie, jest dokładnie odwrotnie: zrównoważony marketing obejmuje marketing przyjazny dla środowiska.

Informacja zwrotna 5b: Zgadza się! Marketing przyjazny dla środowiska zachęca firmy do stosowania przyjaznych dla środowiska praktyk, materiałów i strategii promujących świadomość i ochronę środowiska.

Informacja zwrotna 5c: To nie jest prawidłowa odpowiedź. Zrównoważony marketing obejmuje praktyki wykraczające poza środowisko, takie jak kwestie społeczne i ekonomiczne.

Wniosek: Gratulujemy ukończenia drzewa decyzyjnego dot. marketingu. Wykazałeś się zrozumieniem, czym jest marketing i jego główne cechy. Teraz wystarczy, że spróbujesz samodzielnie zaplanować strategię marketingową!

10. OCENA

Chcesz wprowadzić na rynek nowy produkt w swojej firmie jubilerskiej: kolczyki i naszyjniki wykonane z materiałów odpadowych. Przeprowadziłeś już badania rynku; Teraz nadszedł czas, aby zaplanować swoją strategię marketingową:

1. Zdefiniuj swój rynek docelowy i cele, które chcesz osiągnąć za pomocą marketingu.
2. Przeanalizuj potrzeby swoich klientów.



3. Określ kanały komunikacji, których chcesz użyć, aby dotrzeć do swoich klientów i wyjaśnij swój wybór.

11. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

12. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

- [1] C. Maggio (14/05/2022). Strategie di marketing: le migliori campagne a cui ispirarti. Trend Online. [Strategie di marketing: le migliori campagne a cui ispirarti \(trend-online.com\)](https://trend-online.com)
- [2] P. Kotler. G. Armstrong (2009). Principi di Marketing. Pearson. ISBN-10: 8871925572
- [3] P. Kotler (1999). Il marketing secondo Kotler. Milano Il sole 24 Ore. ISBN 88-7187-974-0
- [4] P. Kotler (1980). Principles of Marketing, Prentice-Hall.
- [5] F. Vallone (15/03/2021). 5 Inspiring Marketing Success Stories That'll Change Your Brand. Gamer Seo.
- [6] S. Hollensen, P. Kotler, M. Oliver Opresnik (2017). Social Media Marketing: A Practitioner's Guide, Amazon Direct Publishing.
- [7] M. Bretous (12/08/2022). Sustainable Marketing: Key Principles & How to Leverage It [+Examples]. Hubspot. (hubspot.com)
- [8] Lacoste Lacoste x IUCN SOS (2022). [Lacoste x IUCN SOS - IUCN SOS](#)



MODUŁ 6: MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

1. WPROWADZENIE

Jako nauczyciel powinieneś zacząć od przemówienia motywacyjnego, np.:

"Droży uczniowie,

W dobie łączności i innowacji cyfrowych siła mediów społecznościowych jest siłą, która może popchnąć Wasz biznes na bezprecedensowe wyżyny. Pozwólcie, że rozpalę w Was płomień inspiracji, gdy zagłębimy się w tę ekscytującą wyprawę.

Tak jak podróż przedsiębiorcy zaczyna się od iskry pomysłowości, tak samo Twoja przygoda ze światem mediów społecznościowych. Cyfrowy krajobraz jest Twoim płótnem, a Twoja kreatywność pędzlem, który maluje historie, które urzekają, angażują i rezonują. Nie chodzi tylko o polubienia i udostępnienia; Chodzi o tworzenie narracji, które inspirują do działania i sprzyjają nawiązywaniu kontaktów.

W sferze przedsiębiorczości innowacja jest sercem postępu. Podobnie, na dynamicznej scenie mediów społecznościowych innowacja jest Twoim sprzymierzeńcem. Nie tylko podążaj za trendami; odważ się je tworzyć. Korzystaj z nowych platform, eksperymentuj z formatami treści i myśl nieszablonowo. Pamiętaj, że każdy przełom zaczyna się od gotowości do zakwestionowania status quo.

Podsumowując, moi towarzysze przygód, Wasza przygoda z mediami społecznościowymi w biznesie nie jest zwykłą wyprawą; To transformacyjna odyseja. Podejmijcie wyzwania, wykorzystajcie możliwości i pozwólcie, aby Wasza kreatywność płynęła jak rzeka, torując sobie bieg w cyfrowym krajobrazie. Tak jak przedsiębiorcy tworzą swoje dziedzictwo w branżach, tak Wasze mistrzostwo w mediach społecznościowych wyryje Wasz cyfrowy ślad dla przyszłych pokoleń"

Po tym przemówieniu następuje krótkie wprowadzenie do lekcji i celów nauczania:

W tym module poznasz podstawowe pojęcia związane z platformami społecznościowymi w taki sposób, aby dzięki ich zrozumieniu zwiększyć zaangażowanie biznesu. Dowiesz się również, jaki wpływ ma korzystanie z mediów społecznościowych przez start-upy na ich orientację i możliwości przedsiębiorcze oraz jak wykorzystać ten trend. Na końcu każdego rozdziału znajdują się praktyczne zadania, które pozwalają sprawdzić zdobytą wiedzę i określić, czy jesteś na właściwej (przedsiębiorczej) ścieżce.



2. CELE SZKOLENIA

- Wyjaśnij i oceń koncepcje platform społecznościowych.
- Naucz się łączyć media społecznościowe z elementem eko.
- Zidentyfikuj, jak korzystać z mediów społecznościowych w firmie.
- Naucz się angażować odbiorców.
- Zaimplementuj/zilustruj strategię mediów społecznościowych.

3. EFEKTY UCZENIA SIĘ

- Określenie, której platformy społecznościowej użyć
- Zrozumienie znaczenia zasad społecznych platform.
- Zrozumienie znaczenia elementu eko w mediach społecznościowych.
- Przyjmowanie umiejętności stosowania mediów społecznościowych w biznesie.
- Opracowywanie strategii mediów społecznościowych.
- Projektowanie atrakcyjnych metod, aby przyciągnąć publiczność.

4. METODY KSZTAŁCENIA:

- Zapoznanie się z polecaną literaturą i zasobami internetowymi
- Podejmowanie decyzji w oparciu o wyniki z drzew decyzyjnych B-ECO
- Ocena mediów społecznościowych w biznesie.

5. WYNIKI - ZDOBYTE KOMPETENCJE (W POWIĄZANIU Z ENTRE-COMP) ⁶

- **Pomysły i możliwości:**
 1. Wizja
 2. Docenianie pomysłów
 3. Dostrzeganie możliwości
 4. Kreatywność
- **Zasoby:**
 1. Samoświadomość i poczucie własnej skuteczności
 2. Mobilizacja zasobów
 3. Mobilizowanie innych
 4. Motywacje i wytrwałość
- **Do działania:**
 1. Przejmowanie inicjatywy
 2. Planowanie i zarządzanie
 3. Współpraca

⁶ <https://entre-comp.eu/>



6. SPRZĘT I ZASOBY:

- Komputer
- Projektor lub telewizor
- Dostęp do Internetu

7. ROZGRZEWKA (15 MIN.)

Przeciągnij słowa - Definicje platform mediów społecznościowych:

Instrukcje: Przeciągnij wyrazy z prawej kolumny do odpowiadających im definicji w lewej kolumnie.

Kolumna 1: DEFINICJE	Przeciągnij wyrazy z Kolumny 2 do Kolumny 1	Kolumna 2: SŁOWA
A. Platforma do tworzenia i rozwijania kontaktów biznesowych.		1. Facebook
B. Platforma, która umożliwia swoim użytkownikom komunikowanie się z innymi z całego świata.		2. Instagram
C. Platforma do udostępniania zdjęć i filmów.		3. LinkedIn
D. Platforma do udostępniania filmów		4. Twitter
E. Platforma do wysyłania i czytania tzw. postów.		5. YouTube

Klucz odpowiedzi:

Facebook - B

Instagram - C

LinkedIn - A

Twitter - E

YouTube - D

8. PREZENTACJA (35 MIN)

- **Prezentacja Power point na lekcję + praktyczne przykłady.**
- Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
 - A. Objaśnienie efektów uczenia się lekcji
 - B. Nauczyciel wprowadza efekty uczenia się z lekcji 6:
 - Platformy mediów społecznościowych
 - Platformy mediów społecznościowych w biznesie
 - Networking
 - Sieci społecznościowe treści multimedialnych i jak zaangażować odbiorców
 - C. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
 - Kampania TOMS: "Jeden dzień bez butów"



9. DRZEWO DECYZYJNE

Wprowadzenie: Witamy w drzewie decyzyjnym strategii mediów społecznościowych (SMS) dla butiku z odzieżą! To ćwiczenie ma na celu sprawdzenie Twojej wiedzy i umiejętności podejmowania decyzji dotyczących opracowania SMS, która podniesie obecność ChicVogue Boutique w Internecie, zaangażuje grupę docelową oraz zwiększy „ruch piesz” i sprzedaż online. Przeczytaj uważnie każde pytanie i wybierz najbardziej odpowiednią odpowiedź.

Pytanie 1: Jak wybrać odpowiednią platformę mediów społecznościowych?

- a) Poprzez zrozumienie swoich odbiorców.
- b) Korzystając z tych, którymi umiesz zarządzać.
- c) Używając ich wszystkich, aby „złapać” więcej osób.

Informacja zwrotna 1a: Zgadza się. Mając jasne zrozumienie odbiorców, przechodzisz do wyboru najbardziej odpowiednich platform mediów społecznościowych dla swojej firmy.

Informacja zwrotna 1b: To nieprawda. Powinieneś korzystać z platform mediów społecznościowych, które pasują do Twojej firmy i grupy docelowej.

Informacja zwrotna 1c: To nie jest prawidłowa odpowiedź. Twoi odbiorcy nie są wszędzie. Kiedy starasz się zadowolić wszystkich, w końcu nie zadowalas nikogo.

Pytanie 2: Teraz nadszedł czas, aby stworzyć angażującą strategię treści. Które z poniższych nie są krokami strategii mediów społecznościowych?

- a) Poznanie odbiorców
- b) Określenie celów biznesowych
- c) Wybór idealnej czcionki

Informacja zwrotna 2a: To nie jest prawidłowa odpowiedź. Musisz zrozumieć swoich odbiorców i znaleźć idealnego klienta dla siebie i swojej firmy.

Informacja zwrotna 2b: Odpowiedź nieprawidłowa. WIELKIE cele, korzyści dla pracowników, klientów, partnerów, akcjonariuszy są ważne i powinny być zwizualizowane w celach biznesowych.

Informacja zwrotna 2c: Świetnie! Chociaż estetyka wizualna jest ważna w strategii mediów społecznościowych, wybór czcionki nie jest zwykle uważany za odrębny krok.

Pytanie 3: Zaangażowanie odbiorców ma kluczowe znaczenie dla budowania lojalności wobec marki. Jak możesz to osiągnąć?

- a) Poprzez treści wideo i interaktywne quizy
- b) Poprzez ignorowanie lub usuwanie negatywnych opinii
- c) Poprzez przytłaczającą autopromocję



Informacja zwrotna 3a: Świetny wybór. Włączenie interaktywnych działań może zaangażować odbiorców i zachęcić ich do udziału oraz dostarczyć cennych informacji na temat preferencji klientów.

Informacja zwrotna 3b: Odpowiedź nieprawidłowa. Ignorowanie lub usuwanie negatywnych komentarzy lub opinii może stworzyć wrażenie braku wrażliwości i przejrzystości.

Informacja zwrotna 3c: Niepoprawnie! Ciągłe bombardowanie odbiorców postami promocyjnymi bez dostarczania wartościowych treści może zostać odebrane jako spam i nachalność.

Pytanie 4: Gdy Twoja strategia mediów społecznościowych jest wprowadzana w życie, powinieneś mierzyć sukces i optymalizację. Jak możesz to osiągnąć?

- a) Poprzez dążenie do „wirusowości” treści
- b) Śledząc współczynniki
- c) Wysokie zaangażowanie oznacza sukces

Informacja zwrotna 4a: Nieprawidłowa. Marketing wirusowy z pewnością może przynieść wzrost zainteresowania, ale nie jest to niezawodna strategia długoterminowa. Skupienie się wyłącznie na tworzeniu treści wirusowych może odwrócić Twoją uwagę od tworzenia spójnych, wartościowych treści.

Informacja zwrotna 4b: Dobra robota! Korzystając ze spostrzeżeń, takich jak współczynniki zaangażowania, współczynniki klikalności i współczynniki konwersji, możesz stale udoskonalać swoje treści i optymalizować podejście.

Informacja zwrotna 4c: Żle. Wysokie wskaźniki zaangażowania są świetne, ale jeśli zaangażowanie nie prowadzi do znaczących interakcji lub konwersji, może nie przyczynić się do osiągnięcia ogólnych celów biznesowych.

Wniosek: Gratulujemy ukończenia drzewa decyzyjnego dot. strategii mediów społecznościowych dla butiku z modą! Pokazałeś, jak opracować strategię social media i jak mierzyć jej skuteczność.

10. OCENA

Mierz swoje zaangażowanie w mediach społecznościowych za pomocą szeregu wskaźników, takich jak:

- Udostępnienia lub retweety
- Komentarze
- Polubienia
- Wzrost liczby obserwujących i odbiorców
- Oznaczanie
- Używanie markowych hashtagów



11. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

12. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

[1] Top 20 brands with the highest social media engagement-2021 (12 lipca 2021).

<https://startingtoknow.com/brands-with-the-highest-social-media-engagement-2021/>.

[2] Ahmad, I. (19 listopada 2016). Why Multimedia Content is so Important.

<https://www.socialmediatoday.com/marketing/why-multimedia-content-so-important-infographic>.



MODUŁ 7: FINANSE I PLANOWANIE FINANSOWE

1. WPROWADZENIE

Jako nauczyciel powinieneś zacząć od przemówienia motywacyjnego, np.:

"Drodzy uczniowie/ Przyszli Przedsiębiorcy

Droga do bezpiecznej i dostatniej przyszłości leży w sile Waszego planu finansowego. Pozwólcie, że podzielę się z Wami istotą tej podróży i rozpal w was ogień, aby przejąć kontrolę nad Waszym finansowym przeznaczeniem.

Wyobraź sobie swój plan finansowy jako mapę, która poprowadzi Cię przez zdradliwy teren życiowej niepewności do lśniących wybrzeży wolności finansowej. To nie tylko dokument; To Twoja mapa drogowa do sukcesu. Każda zaoszczędzona złotówka, każda inwestycja i każda decyzja finansowa, którą podejmujesz, kształtuje Twoje przeznaczenie.

Ryzyko, moi przyjaciele, jest przyprawą życia finansowego. Skalkulowane ryzyko, poparte badaniami i rozważą, może popchnąć Cię w kierunku Twoich celów szybciej, niż kiedykolwiek sobie wyobrażałeś. Nie bój się porażek; są kamieniami milowymi, które prowadzą Cię do sukcesu. Każde wyzwanie, które pokonujesz, jest lekcją, która wyostrza Twoją przenikliwość finansową.

Twój plan finansowy nie jest dokumentem statycznym. Jest to żywa, oddychająca istota, która dostosowuje się do zmian życiowych. W miarę jak zmieniają się okoliczności, Twój plan również powinien ewoluować. Regularne przeglądy i korekty nie są oznakami porażki; są oznakami Twojego zaangażowania w rozwój.

Podsumowując, moi towarzysze podróży na tej wycieczce, pamiętajcie, że sama podróż jest równie ważna jak cel podróży. Podejmij wyzwania, świętuj zwycięstwa i pozostań wierny swojemu celowi. Twój plan finansowy to nie tylko liczby na papierze; To świadectwo Twojej determinacji i obietnica lepszej przyszłości".

Po tym przemówieniu następuje krótkie wprowadzenie do lekcji i celów nauczania:

W tym rozdziale zagłębisz się w podstawowe zasady planowania finansowego, nauczysz się poruszać po skomplikowanym krajobrazie finansów biznesowych. Dowiesz się, czym jest planowanie finansowe, jaka jest różnica między osobistym a biznesowym planem finansowym oraz jak stworzyć własny plan finansowy dla swojej firmy. Na końcu tego rozdziału znajdują się praktyczne zadania, które pozwalają sprawdzić zdobytą wiedzę i określić, czy jesteś na właściwej (przedsiębiorczej) ścieżce.



2. CELE SZKOLENIA

- Oceniaj i zarządzaj zasobami finansowymi.
- Zidentyfikuj cel bilansu, rachunku zysków i strat oraz jego rolę w sprawozdawczości finansowej.
- Interpretuj informacje przedstawione w bilansie, aby ocenić płynność, wypłacalność i ogólną kondycję finansową organizacji.
- Przeanalizuj relacje między aktywami, pasywami i kapitałem własnym przy określaniu sytuacji finansowej jednostki.
- Zidentyfikuj różne składniki bilansu, dochodu i rachunku przepływów pieniężnych.

3. EFEKTY UCZENIA SIĘ

- Zapoznanie się z pojęciem planowania finansowego.
- Identyfikacja celów planowania finansowego.
- Rozróżnianie osobistego i biznesowego planowania finansowego.
- Zrozumienie celu i składników bilansu.
- Interpretacja informacji przedstawionych w rachunku zysków i strat.
- Analiza elementów składowych i znaczenia rachunku przepływów pieniężnych.

4. METODY KSZTAŁCENIA:

- Zapoznanie się z polecaną literaturą i zasobami internetowymi
- Podejmowanie decyzji w oparciu o wyniki z drzew decyzyjnych B-ECO
- Ocena planowania finansowego

5. WYNIKI - ZDOBYTE KOMPETENCJE (W POWIĄZANIU Z ENTRE-COMP) ⁷

- **Pomysły i możliwości:**
 1. Wizja
 2. Docenianie pomysłów
 3. Etyczne i zrównoważone myślenie
- **Zasoby:**
 1. Motywacje i wytrwałość
 2. Samoświadomość i poczucie własnej skuteczności
 3. Mobilizacja zasobów
 4. Wiedza w zakresie finansów
 5. Mobilizowanie innych
- **Do działania:**

⁷ <https://entre-comp.eu/>



1. Przejmowanie inicjatywy
2. Planowanie i zarządzanie
3. Radzenie sobie z niepewnością

6. SPRZĘT I ZASOBY:

- Komputer
- Projektor lub telewizor
- Dostęp do Internetu

7. ROZGRZEWKA (15 MIN.)

Przeciągnij słowa - Składniki planu finansowego:

Instrukcje: Przeciągnij wyrazy z prawej kolumny do odpowiadających im definicji w lewej kolumnie.

Kolumna 1: DEFINICJE	Przeciągnij wyrazy z Kolumny 2 do Kolumny 1	Kolumna 2: SŁOWA
A. Prawa/Obowiązki		1. Maszyny
B. Towary/Aktywa		2. Meble
C. Zobowiązania		3. Sprzedaż na kredyt
		4. Surowce
		5. Kredyt bankowy
		6. Należności wobec dostawców

Klucz odpowiedzi:

Maszyny - B

Meble - B

Sprzedaż na kredyt - A

Surowce - B

Kredyt bankowy - C

Należności wobec dostawców - C



8. PREZENTACJA (35 MIN)

- Prezentacja Power point na lekcję + praktyczne przykłady.
- Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
 - A. Objaśnienie efektów uczenia się lekcji
 - B. Nauczyciel wprowadza efekty uczenia się z lekcji 7:
 - Co to jest planowanie finansowe?
 - Jak stworzyć plan finansowy?
 - Podstawowe pojęcia z zakresu rachunkowości
 - C. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów

9. DRZEWO DECYZYJNE

Wprowadzenie: Witamy w drzewie decyzyjnym na temat zakładania własnej małej firmy. To ćwiczenie ma na celu sprawdzenie Twojej wiedzy i umiejętności podejmowania decyzji dotyczących kroków, które musisz wykonać, aby stworzyć plan finansowy i zapewnić jego sukces. Przeczytaj uważnie każde pytanie i wybierz najbardziej odpowiednią odpowiedź.

Pytanie 1: Które z poniższych stwierdzeń jest poprawne w odniesieniu do tworzenia planu finansowego?

- a) Musisz przeprowadzić badania rynku, aby zidentyfikować swój rynek docelowy, konkurencję i potencjalny popyt na Twoje produkty lub usługi.
- b) Musisz stworzyć dokument ze swoim pomysłem na biznes
- c) Nie musisz szacować swoich kosztów, gdy masz już finansowanie.

Informacja zwrotna 1a: Zgadza się. Istotą badań marketingowych jest dostrzeżenie szans biznesowych. Po przeprowadzeniu badań rynkowych będzie dla Ciebie jasne, do kogo chcesz dotrzeć (docelowi klienci), gdzie (kanały marketingowe) i czym są zainteresowani.

Informacja zwrotna 1b: To nieprawda! Musisz stworzyć biznesplan, który jest pisemnym dokumentem opisującym cel, działania i strategię firmy.

Informacja zwrotna 1c: To nie jest prawidłowa odpowiedź. Nawet jeśli masz opcje finansowania (oszczędności osobiste, pożyczki), zawsze musisz oszacować koszt początkowy, w tym wydatki na sprzęt, zapasy, marketing.



Pytanie 2: Każda firma musi opublikować trzy podstawowe sprawozdania finansowe. Po pierwsze, mamy bilans, który pokazuje wszystko, co firma ma do zaoferowania i jest winna. Które z poniższych elementów nie są składnikami bilansu?

- a) Aktywa
- b) Pasywa
- c) Zysk netto

Informacja zwrotna 2a: Nieprawidłowa. Aktywa są ważnym składnikiem bilansu i są to rzeczy, które należą do Ciebie, takie jak surowce, towary, maszyny itp.

Informacja zwrotna 2b: To nie jest prawidłowa odpowiedź. Pasywa są ważnym składnikiem bilansu i są to takie rzeczy jak kredyty bankowe, VAT, podatki.

Ocena 2c: Doskonała. Zysk netto jest składnikiem rachunku zysków i strat.

Pytanie 3: Kolejnym sprawozdaniem finansowym, które musisz przygotować, jest rachunek przepływów pieniężnych. Jaki jest cel tego dokumentu?

- a) Monitorowanie wpływów i wypływów środków pieniężnych w Twojej firmie.
- b) Sprawdzenie, czy nie ma deficytu gotówkowego.
- c) Sprawdzenie, czy masz gotówkę na działalność finansową

Informacja zwrotna 3a: Dobra robota! Rachunek przepływów pieniężnych informuje, na co firma wydaje swoje środki pieniężne i czy ma wystarczającą ilość gotówki, aby sfinansować swoją działalność.

Informacja zwrotna 3b: To nie do końca prawda. Pomaga on zidentyfikować okresy deficytu gotówkowego i zbadać opcje, takie jak zapewnienie dodatkowego finansowania lub wdrożenie metod cięcia kosztów.

Informacja zwrotna 3c: Analiza sprawozdań finansowych w celu podejmowania świadomych decyzji dotyczących cen, wydatków i inwestycji.

Pytanie 4: Idąc dalej, musisz stworzyć rachunek zysków i strat, aby ocenić rentowność swojej firmy. Które z poniższych stwierdzeń najlepiej to opisuje?

- a) Nie ma on znaczenia dla rachunku przepływów pieniężnych.
- b) Jest on dokumentem finansowym, który pokazuje sytuację finansową firmy
- c) Obejmuje tylko pewien okres.

Informacja zwrotna 4a: Nieprawidłowa. Ważne jest, aby spojrzeć na rachunek przepływów pieniężnych wraz z rachunkiem zysków i strat. Na przykład, jeśli odbiorca kupuje produkt na kredyt, kwota jest wykazywana jako przychód w rachunku zysków i strat. Nie zostanie on jednak uwzględniony w przepływach pieniężnych, dopóki klient nie zapłaci za produkt.

Informacja zwrotna 4b: Zgadza się. Potencjalni inwestorzy wykorzystują te dokumenty do oceny statusu potencjalnej inwestycji.



Informacja zwrotna 4c: Odpowiedź nieprawidłowa. Zestawienie może obejmować dowolny okres, od jednego dnia do dziesięciu lat, ale najczęściej są one wydawane kwartalnie i w każdym roku obrotowym.

Wniosek: Gratulujemy ukończenia drzewa decyzyjnego dot. stworzenia własnej małej firmy. Wykazałeś się zrozumieniem, jakie są pierwsze kroki i dokumenty finansowe, których potrzebujesz, aby zacząć przygotowywać swój plan finansowy.

10. OCENA

Oblicz dochód netto firmy.

Załóżmy, że Sklep Bożonarodzeniowy Świętego Mikołaja chce znaleźć swój dochód netto za pierwszy kwartał 2022 roku. Oto liczby/dane, którymi dysponujemy:

Przychody ogółem: 60.000€

Koszt własny sprzedaży (KWS): 20 000 €

Czynsz: 6,000€

Media: 2,000€

Lista płac: 10 000€

Reklama: 1.000€

Koszty odsetek: 1.000€

Najpierw oblicz dochód brutto, biorąc jego całkowite przychody i odejmując KWS:

Dochód brutto = 60 000 € - 20 000 € = 40 000 €

Następnie zsumuj wydatki za kwartał.

Wydatki = 6 000 € + 2 000 € + 10 000 € + 1 000 € + 1 000 € = 20 000

Teraz możesz obliczyć dochód netto, biorąc dochód brutto i odejmując wydatki:

Dochód netto = 40 000 € - 20 000 € = 20 000 €

11. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

12. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

[1] Berry-Johnson, J. (8 października 2021). How to Calculate Net Income (Formula and Examples). <https://bench.co/blog/accounting/net-income-formula/#mvav2>.



MODUŁ 8: ZARZĄDZANIE EKOLOGICZNE

1. WPROWADZENIE

Jako nauczyciel powinieneś zacząć od przemówienia motywacyjnego, np.:

"Drodzy uczniowie,

Nie można przecenić znaczenia ekologicznego zarządzania. W erze, w której troska o środowisko i zrównoważony rozwój stały się centralnymi kwestiami zarówno w biznesie, jak i w społeczeństwie, nauczanie o zielonym zarządzaniu nie jest tylko ćwiczeniem akademickim - to przygotowanie na przyszłość. Jako edukatorzy odgrywamy kluczową rolę w kształtowaniu następnego pokolenia odpowiedzialnych liderów i przedsiębiorców, którzy będą radzić sobie z wyzwaniami i możliwościami stawianymi przez nasz zmieniający się świat.

Przechodząc przez ten moduł, pamiętaj o tym, jak ważne jest kreatywne i krytyczne myślenie o tym, jak możesz przyczynić się do bardziej ekologicznej, bardziej zrównoważonej przyszłości poprzez swoje role w biznesie i zarządzaniu".

Po tym przemówieniu następuje krótkie wprowadzenie do modułu i rozdziałów:

Moduł został podzielony na następujące 3 rozdziały:

Pierwsza część kładzie podwaliny pod koncepcję zarządzania. Zrozumienie znaczenia zarządzania biznesem jest niezbędne przed zagłębieniem się w specjalistyczną dziedzinę zielonego zarządzania. Uczniowie zrozumieją kluczowe pojęcia planowania, organizowania, kierowania i kontrolowania, które mają kluczowe znaczenie dla skutecznego zarządzania w każdym kontekście.

Drugi rozdział przechodzi do serca modułu, ekologicznego zarządzania. Tutaj zagłębisz się w zasady i praktyki, które sprawiają, że zarządzanie jest "zielone". Studenci poznają rodzaje zielonego zarządzania, zdobywając w ten sposób wgląd w to, dlaczego ekologiczne zarządzanie ma znaczenie, zarówno dla firm, jak i szerszej społeczności.

Ostatnia część zawiera praktyczne wskazówki dotyczące wprowadzenia do zrównoważonych praktyk biznesowych i ich roli. Uczniowie poznają znaczenie zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności biznesu, które pomogą im podejmować świadome decyzje zgodne z celami zrównoważonego rozwoju.



2. CELE SZKOLENIA

OGÓLNY CEL SZKOLENIA:

- Zidentyfikuj i przeanalizuj elementy potrzebne do założenia eko-biznesu.

SZCZEGÓŁOWE CELE SZKOLENIA:

- Zrozum zarządzanie.
- Zrozum zielone zarządzanie i jego znaczenie.
- Zidentyfikuj strategie budowania eko-biznesu.

3. EFEKTY UCZENIA SIĘ

- Zdefiniowanie pojęcie zarządzania i jego znaczenia w kontekście zrównoważonych praktyk biznesowych.
- Wyjaśnienie koncepcji zielonego zarządzania i wyrażanie jej znaczenia w promowaniu zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności za środowisko w praktykach biznesowych.
- Analiza odnoszących sukces przedsiębiorstw ekologicznych w celu identyfikacji kluczowych strategii i najlepszych praktyk.

4. METODY KSZTAŁCENIA:

- Zapoznanie się z polecaną literaturą i zasobami internetowymi
- Podejmowanie decyzji w oparciu o wyniki z drzew decyzyjnych B-ECO

5. WYNIKI - ZDOBYTE KOMPETENCJE (W POWIĄZANIU Z ENTRE-COMP) ⁸

- **Pomysły i możliwości:**
 1. Kreatywność
 2. Etyczne i zrównoważone myślenie
 3. Docenianie pomysłów
 4. Wizja
- **Zasoby:**
 1. Motywacja i wytrwałość
 2. Samoświadomość i poczucie własnej skuteczności
 3. Wiedza finansowa i ekonomiczna
 4. Mobilizacja zasobów
- **Do działania:**
 1. Uczenie się przez doświadczenie
 2. Planowanie i zarządzanie
 3. Przejmowanie inicjatywy

⁸ <https://entre-comp.eu/>



6. SPRZĘT I ZASOBY:

- Komputer
- Projektor lub telewizor
- Dostęp do Internetu

7. ROZGRZEWKA (15 MIN.)

A. Dopasuj funkcje zarządzania:

Instrukcje: Przeciągnij wyrazy z prawej kolumny do odpowiadających im definicji w lewej kolumnie.

Kolumna 1: Opisy	Przeciągnij wyrazy z Kolumny 2 do Kolumny 1	Kolumna 2: Funkcje zarządcze
A. Wyznaczanie celów organizacyjnych i określanie najlepszego sposobu działania w celu ich osiągnięcia.		1. Przywództwo
B. Koordynacja zasobów i zadań w celu skutecznej realizacji planów.		2. Kontroling
C. Kierowanie i motywowanie pracowników do osiągania celów organizacyjnych.		3. Organizowanie
D. Monitorowanie wyników i wprowadzanie niezbędnych korekt w celu zapewnienia realizacji celów.		4. Planowanie

Klucz odpowiedzi:

Przywództwo - C
 Kontroling - D
 Organizowanie - B
 Planowanie - A

B. Strategie eko-biznesowe:

Instrukcje: Przeciągnij i upuść poprawną strategię eko-biznesu z listy po prawej stronie do opisu po lewej stronie.

Kolumna 1: Opisy	Przeciągnij wyrazy z Kolumny 2 do Kolumny 1	Kolumna 2: Strategie ekobiznesowe
A. Włączanie odnawialnych źródeł energii, takich jak energia słoneczna lub wiatrowa, w celu zmniejszenia emisji dwutlenku węgla.		1. Zrównoważone pozyskiwanie surowców
B. Pozyskiwanie surowców i produktów w sposób przyjazny dla środowiska.		2. Redukcja odpadów
C. Promowanie przyjaznych dla środowiska aspektów produktów lub usług w celu przyciągnięcia świadomych ekologicznie klientów.		3. Przyjmowanie energii odnawialnej
D. Minimalizacja wytwarzania odpadów w procesach produkcji i dystrybucji.		4. Zielony marketing

Klucz odpowiedzi:

Zrównoważone pozyskiwanie surowców - B
 Redukcja odpadów - D
 Przyjmowanie energii odnawialnej - A
 Zielony marketing - C



C. Korzyści z ekologicznego zarządzania:

Instrukcje: Przeciągnij i upuść odpowiednią korzyść z listy po prawej stronie do opisu po lewej stronie.

Kolumna 1: Opisy	Przeciągnij wyrazy Kolumna 2 do Kolumna 1	Kolumna 2: Korzyści
A. Spełnianie wymagań prawnych związanych z ochroną środowiska i zrównoważonym rozwojem.		1. Ochrona środowiska
B. Obniżenie kosztów operacyjnych poprzez efektywność energetyczną i zmniejszenie ilości odpadów.		2. Oszczędności
C. Budowanie pozytywnego wizerunku i zaufania wśród klientów i interesariuszy.		3. Zwiększona reputacja
D. Przyczynianie się do ochrony zasobów naturalnych i ekosystemów.		4. Zgodność z przepisami
Klucz odpowiedzi: Ochrona środowiska - D Oszczędności - B Zwiększona reputacja - C Zgodność z przepisami - A		

Uwaga: Te ćwiczenia rozgrzewające typu "przeciągnij i upuść" mają na celu wzmocnienie kluczowych pojęć związanych z zielonym zarządzaniem i ekobiznesem, jednocześnie sprawiając, że doświadczenie edukacyjne jest interaktywne i wciągające. Można je wykorzystać na cyfrowej platformie edukacyjnej lub wydrukować jako arkusze robocze do użytku w klasie.

8. PREZENTACJA (35 MIN)

- **Prezentacja Power point na lekcję + praktyczne przykłady.**
- Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
 - A. Objaśnienie efektów uczenia się modułu 8
 - B. Nauczyciel wprowadza treści rozdziału 8.1:
 - Koncepcja zarządzania
 - Znaczenie zarządzania przedsiębiorstwem
 - Szczeble zarządzania
 - C. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
 - Wideo - Management skills | 10 Management skills every manager should have



9. DRZEWO DECYZYJNE

Wprowadzenie: Witamy w drzewie decyzyjnym "Zrozumieć zarządzanie". W tym interaktywnym ćwiczeniu poznasz kluczowe pojęcia związane z zarządzaniem. Będziesz poruszać się po różnych scenariuszach, aby lepiej zrozumieć koncepcję zarządzania, znaczenie zarządzania biznesem i różne poziomy zarządzania w organizacjach. Przeczytaj uważnie każde pytanie i wybierz najbardziej odpowiednią odpowiedź.

Ćwiczenie 1: Koncepcja zarządzania

Scenariusz: Jesteś nowo mianowanym menedżerem w rozwijającej się firmie. Członkowie Twojego zespołu poprosili Cię o zdefiniowanie, czym jest zarządzanie. Jak wytłumaczysz swojemu zespołowi pojęcie zarządzania?

Opcje:

- a) Zarządzanie polega na podejmowaniu decyzji i mówieniu ludziom, co mają robić.
- b) Zarządzanie to proces planowania, organizowania, kierowania i kontrolowania zasobów w celu wydajnego i skutecznego osiągnięcia celów organizacyjnych.
- c) Zarządzanie polega wyłącznie na kontrolowaniu kosztów i zapewnianiu zysków.

Informacja zwrotna 1a: Jest to ograniczony pogląd na zarządzanie. Chociaż podejmowanie decyzji jest ważne, zarządzanie to coś więcej niż tylko wydawanie poleceń.

Informacja zwrotna 1b: Dobra robota! Poddałeś kompleksową definicję zarządzania. Obejmuje ona kluczowe funkcje zarządzania.

Informacja zwrotna 1c: Chociaż zarządzanie kosztami i zyskami jest ważne, zarządzanie jest szerszym pojęciem, które obejmuje różne funkcje.

Ćwiczenie 2: Znaczenie zarządzania przedsiębiorstwem

Scenariusz: Jesteś konsultantem doradzającym założycielom startupu. Pytają Cię, dlaczego powinni inwestować czas i zasoby w efektywne zarządzanie biznesem. Jak wytłumaczysz im, jak ważne jest zarządzanie biznesem?

Opcje:

- a) Zarządzanie biznesem nie jest tak ważne dla startupów. Powinniście skupić się tylko na swoim produkcie lub usłudze.
- b) Zarządzanie biznesem pomaga w wyznaczaniu jasnych celów, optymalizacji zasobów i podejmowaniu świadomych decyzji, które są niezbędne do długoterminowego sukcesu.
- c) Zarządzanie biznesem jest tylko dla dużych korporacji; Startupy tego nie potrzebują.

Informacja zwrotna 2a: Skuteczne zarządzanie biznesem ma kluczowe znaczenie dla rozwoju i sukcesu startupów. Nie chodzi tylko o produkt czy usługę.

Informacja zwrotna 2b: Świetnie! Podkreśliłeś znaczenie zarządzania biznesem w osiągnięciu sukcesu.



Informacja zwrotna 2c: To nieprawda. Startupy mogą odnieść znaczne korzyści z dobrych praktyk zarządzania, aby radzić sobie z wyzwaniami i możliwościami.

Ćwiczenie 3: Poziomy zarządzania

Scenariusz: Jesteś profesorem prowadzącym zajęcia z zarządzania. Student pyta Cię o różne poziomy zarządzania w organizacjach. W jaki sposób wyjaśnisz studentowi poziomy zarządzania?

Opcje:

- a) Istnieją dwa poziomy zarządzania: najwyższe kierownictwo i pracownicy. Najwyższe kierownictwo podejmuje wszystkie decyzje, a pracownicy wykonują polecenia.
- b) Zarządzanie organizacją zazwyczaj składa się z trzech poziomów: najwyższego kierownictwa (CEO itp.), średniego kierownictwa (szefowie działów) i zarządzania pierwszej linii (przełożeni). Każdy poziom ma swoje obowiązki.
- c) Poziomy zarządzania tak naprawdę nie mają znaczenia; Każdy w organizacji ma takie same obowiązki.

Informacja zwrotna 3a: Przegapiłeś średni szczebel zarządzania, który odgrywa istotną rolę w organizacjach.

Informacja zwrotna 3b: Dobra robota! Dostarczyłeś dokładne i wyczerpujące wyjaśnienie poziomów zarządzania.

Informacja zwrotna 3c: W rzeczywistości istnieją różne szczeble zarządzania, które zajmują się różnymi obowiązkami i funkcjami.

Uwaga: Te ćwiczenia z informacją zwrotną pomogą uczniom skutecznie poznać i zrozumieć kluczowe koncepcje zarządzania, jednocześnie dostarczając wskazówek dotyczących ich odpowiedzi.

10. OCENA

Quiz: Uczniowie muszą mieć co najmniej 70% poprawnych odpowiedzi (należy podać poprawne odpowiedzi wraz z informacją zwrotną).

1. Jaki jest główny cel zarządzania?

- a) Maksymalizacja zysków
- b) Minimalizacja wydatków
- c) Sprawne i skuteczne osiągnięcie celów organizacyjnych**
- d) Kontrolowanie pracowników

Informacja zwrotna: Skuteczne zarządzanie obejmuje planowanie, organizowanie, kierowanie i kontrolowanie zasobów w celu wydajnego i skutecznego osiągnięcia celów organizacyjnych.

2. Które z poniższych NIE jest funkcją zarządzania?

- a) Planowanie



b) Organizowanie

c) Sprzedaż

d) Kontrolowanie

Informacje zwrotne: Funkcje zarządzania obejmują planowanie, organizowanie, kierowanie i kontrolowanie. Sprzedaż nie jest zazwyczaj uważana za jedną z podstawowych funkcji zarządzania.

3. Do czego dąży skuteczne zarządzanie?

a) Do dużej rotacji pracowników

b) Do niskiego morale pracowników

c) Do efektywnego wykorzystania zasobów do realizacji celów organizacyjnych

d) Do częstych zmian celów organizacyjnych

Informacja zwrotna: Skuteczne zarządzanie ma na celu efektywne wykorzystanie zasobów do osiągnięcia celów organizacyjnych, a nie promowanie wysokiej rotacji lub niskiego morale.

4. Dlaczego efektywne zarządzanie biznesem jest ważne dla organizacji?

a) Zapewnia najwyższe zyski.

b) Pozwala organizacjom uniknąć płacenia podatków.

c) Pomaga w wyznaczaniu jasnych celów, optymalizacji zasobów i podejmowaniu świadomych decyzji w celu osiągnięcia długoterminowego sukcesu.

d) Zmniejsza liczbę pracowników.

Informacja zwrotna: Skuteczne zarządzanie biznesem jest niezbędne, ponieważ umożliwia organizacjom wyznaczanie jasnych celów, maksymalne wykorzystanie zasobów i podejmowanie świadomych decyzji, które mają kluczowe znaczenie dla długoterminowego sukcesu.

5. Które z poniższych stwierdzeń jest prawdziwe w odniesieniu do znaczenia zarządzania biznesem dla startupów?

a) Zarządzanie biznesem nie jest ważne dla startupów.

b) Startupy powinny skupić się wyłącznie na rozwoju produktu.

c) Skuteczne zarządzanie biznesem może pomóc startupom w radzeniu sobie z wyzwaniami.

d) Startupy potrzebują zarządzania tylko wtedy, gdy stają się dużymi korporacjami.

Informacje zwrotne: Zarządzanie biznesem ma kluczowe znaczenie dla startupów, ponieważ pomaga im radzić sobie z wyzwaniami, podejmować strategiczne decyzje i osiągać zrównoważony wzrost.

6. Kto w hierarchii organizacyjnej zazwyczaj należy do najwyższego kierownictwa?

a) Kierownicy działów.

b) Bezpośredni przełożeni.



c) Prezes Zarządu (Chief Executive Officer).

d) Pracownicy pierwszej linii.

Informacja zwrotna: Najwyższe kierownictwo obejmuje kadrę kierowniczą, taką jak CEO, która jest odpowiedzialna za ogólny kierunek i sukces organizacji.

7. Który szczebel zarządzania jest odpowiedzialny za nadzorowanie codziennych działań pracowników?

a) Najwyższe kierownictwo.

b) Kierownictwo średniego szczebla.

c) Kierownictwo pierwszej linii (przełożeni).

d) Rada Dyrektorów.

Informacja zwrotna: Kierownictwo pierwszej linii, reprezentowane przez przełożonych, jest odpowiedzialne za nadzorowanie codziennych działań pracowników.

8. Jakie są kluczowe korzyści płynące z efektywnego zarządzania firmą? Zaznacz wszystkie pasujące odpowiedzi.

a) Maksymalizacja krótkoterminowych zysków.

b) Zwiększanie satysfakcji i morale pracowników.

c) Ułatwianie podejmowania lepszych decyzji.

d) Wspieranie innowacji i przystosowania się do zmian.

Informacja zwrotna: Skuteczne zarządzanie przedsiębiorstwem zwiększa satysfakcję pracowników, ułatwia podejmowanie lepszych decyzji oraz sprzyja innowacjom i adaptacji do zmian. Chociaż rentowność jest ważna, nie jest to jedyna korzyść.

9. W jaki sposób efektywne zarządzanie przedsiębiorstwem przyczynia się do konkurencyjności organizacji na rynku?

a) Zmniejszając liczbę pracowników.

b) Minimalizując obawy natury etycznej.

c) Umożliwiając oszczędność kosztów i wydajną pracę

d) Podnosząc ceny produktów lub usług.

Informacja zwrotna: Skuteczne zarządzanie biznesem pomaga organizacji usprawnić operacje, obniżyć koszty i działać wydajnie, dzięki czemu jest bardziej konkurencyjna na rynku.

10. Na jakim szczeblu zarządzania zazwyczaj pracują szefowie działów lub liderzy zespołów odpowiedzialni za określone działy lub jednostki w organizacji?

a) Najwyższe kierownictwo.

b) Kierownictwo pierwszej linii (przełożeni)

c) Kadra kierownicza średniego szczebla

d) Rada Dyrektorów



Informacja zwrotna: Kierownictwo średniego szczebla składa się z szefów działów lub liderów zespołów odpowiedzialnych za określone działy lub jednostki w organizacji.

11. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

12. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

- [1] Herrity, Jennifer (12 grudnia 2019). What is management? Definitions, Functions and Styles. <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/what-is-management>
- [2] Maiti, Sushanta. [Education Leaves] (22 stycznia 2021). Management Skills/ 10 Management skills every manager should have. <https://educationleaves.com/top-10-management-skills/>
- [3] Maiti, Sushanta. [Education Leaves] (22 stycznia 2021) Management Skills/ 10 Management skills every manager should have. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=xHBhFKBLhWs>
- [4] Simmering, Marcia J. (b.d). Management Levels. <https://pdcrodas.webs.ull.es/empresa/ManagementLevels.pdf>

13. PREZENTACJA (35 MIN)

- Prezentacja Power point na lekcję + praktyczne przykłady.
 - Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
- A. Nauczyciel wprowadza treści rozdziału 8.2:
- Koncepcja ekologicznego zarządzania
 - Znaczenie i korzyści płynące z ekologicznego zarządzania biznesem
 - Rodzaje ekologicznego zarządzania
- B. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
- Wideo - 6 steps to a Greener Data Center

14. DRZEWO DECYZYJNE

Wprowadzenie: Witamy w ćwiczeniu "Zrozumieć ekologiczne zarządzanie i jego znaczenie". W tym interaktywnym ćwiczeniu poznasz koncepcję ekologicznego zarządzania, znaczenie zielonego zarządzania biznesem oraz różne rodzaje praktyk zielonego zarządzania. W miarę postępów będziesz dokonywać wyborów, które poprowadzą Cię przez różne scenariusze. Zacznijmy!

Ćwiczenie 1: Koncepcja zielonego zarządzania

Scenariusz: Jesteś koordynatorem ds. zrównoważonego rozwoju w firmie produkcyjnej. Twój CEO prosi Cię o wyjaśnienie koncepcji ekologicznego zarządzania. Jak zdefiniujesz ekologiczne zarządzanie swojemu dyrektorowi generalnemu?



Opcje:

- a) Ekologiczne zarządzanie koncentruje się wyłącznie na redukcji odpadów i oszczędzaniu energii.
- b) Ekologiczne zarządzanie integruje zasady zrównoważonego rozwoju we wszystkich aspektach działalności biznesowej, od zaopatrzenia po produkcję i nie tylko.

Informacja zwrotna 1a: Chociaż redukcja odpadów i oszczędzanie energii są częścią ekologicznego zarządzania, jest to szersza koncepcja.

Informacja zwrotna 1b: Świetnie! Podałś wyczerpującą definicję ekologicznego zarządzania.

Ćwiczenie 2: Znaczenie i korzyści płynące z ekologicznego zarządzania przedsiębiorstwem

Scenariusz: Jesteś konsultantem doradzającym właścicielom firmy. Pytają, dlaczego powinni inwestować w ekologiczne zarządzanie przedsiębiorstwem. Jak wyjaśnisz jego znaczenie i korzyści z niego płynące?

Opcje:

- a) Zielone zarządzanie biznesem to tylko trend; nie przyniesie ono korzyści waszej firmie.
- b) Wdrażając ekologiczne zarządzanie biznesem, możesz obniżyć koszty operacyjne, poprawić swoją reputację i dbać o zdrowie planety.

Informacja zwrotna 2a: Zielone zarządzanie biznesem przynosi wymierne korzyści, nie jest to tylko przemijający trend.

Informacja zwrotna 2b: Dobra robota! Podkreśliłeś znaczenie i korzyści płynące z ekologicznego zarządzania biznesem.

Ćwiczenie 3: Rodzaje ekologicznego zarządzania

Scenariusz: Jesteś studentem studiującym zrównoważony rozwój. Zostaniesz poproszony o podzielenie różnych praktyk zarządzania ekologicznego na typy. Jak je skategoryzujesz?

Opcje:

- a) Zrównoważone pozyskiwanie, efektywność energetyczna i redukcja odpadów
- b) Efektywne gospodarowanie zasobami, odpowiedzialność za środowisko i produkty przyjazne dla środowiska

Feedback 3a: Dobry początek, ale doprecyzujmy kategoryzację.

Informacja zwrotna 3b: Doskonale! Prawidłowo skategoryzowałeś te praktyki jako rodzaje zielonego zarządzania.

Uwaga: Te ćwiczenia zapewniają uczniom angażujący sposób na poznanie koncepcji ekologicznego zarządzania, zrozumienie jego znaczenia i korzyści z niego płynące oraz kategoryzowanie rodzajów praktyk ekologicznego zarządzania. Informacje zwrotne dotyczące każdej odpowiedzi pomagają lepiej zrozumieć treść.



15. OCENA

Quiz: Uczniowie muszą mieć co najmniej 70% poprawnych odpowiedzi (należy podać poprawne odpowiedzi wraz z informacją zwrotną).

1. Na czym przede wszystkim skupia się ekologiczne zarządzanie?

- a) Na ignorowaniu troski o środowisko
- b) Na maksymalizacji zysków
- c) Na zmniejszaniu ilości odpadów i oszczędzaniu energii**
- d) Na zwiększaniu udziału w rynku

Informacje zwrotne: Zielone zarządzanie dotyczy przede wszystkim zmniejszenia ilości odpadów, oszczędzania energii i przyjęcia zrównoważonych praktyk w celu zminimalizowania wpływu działalności biznesowej na środowisko.

2. Które z poniższych stwierdzeń najlepiej opisuje ekologiczne zarządzanie?

- a) Ekologiczne zarządzanie to krótkoterminowa strategia zwiększania przychodów.
- b) Zielone zarządzanie koncentruje się wyłącznie na oszczędzaniu energii.
- c) Zielone zarządzanie integruje zasady zrównoważonego rozwoju we wszystkich aspektach działalności biznesowej.**
- d) Ekologiczne zarządzanie ogranicza się do ograniczenia produkcji odpadów.

Informacje zwrotne: Zielone zarządzanie obejmuje zasady zrównoważonego rozwoju we wszystkich aspektach działalności, wykraczając poza oszczędzanie energii.

3. Dlaczego zielone zarządzanie przedsiębiorstwem jest ważne dla organizacji?

- e) To modna strategia marketingowa
- f) Upraszcza ono operacje biznesowe
- g) Może ono prowadzić do oszczędności kosztów, lepszej reputacji i korzyści dla środowiska**
- h) Zwiększa ono wytwarzanie odpadów.

Informacje zwrotne: Ekologiczne zarządzanie biznesem jest niezbędne, ponieważ może prowadzić do oszczędności kosztów, poprawić reputację i mieć pozytywny wpływ na środowisko.

4. Jakie korzyści mogą odnieść firmy z wdrożenia praktyk ekologicznego zarządzania przedsiębiorstwem? Zaznacz wszystkie pasujące odpowiedzi.

- a) Zwiększone zużycie energii
- b) Wyższy poziom zanieczyszczenia
- c) Niższe koszty operacyjne**
- d) Lepsza reputacja marki.**



Informacje zwrotne: Wdrożenie praktyk zielonego zarządzania przedsiębiorstwem może obniżyć koszty operacyjne i poprawić reputację marki poprzez wykazanie zaangażowania w zrównoważony rozwój.

5. Które z poniższych jest przykładem efektywnego gospodarowania zasobami w ekologicznym zarządzaniu?

a) Zwiększenie zużycia papieru w operacjach biurowych.

b) Ignorowanie programów recyklingu.

c) Zmniejszenie zużycia wody w procesach produkcyjnych

d) Korzystanie z nieodnawialnych źródeł energii.

Informacje zwrotne: Efektywne gospodarowanie zasobami w ekologicznym zarządzaniu polega na zmniejszeniu zużycia zasobów, takich jak woda, w sposób zrównoważony.

6. Co obejmuje odpowiedzialność środowiskowa w zarządzaniu ekologicznym?

a) Ignorowanie przepisów dotyczących ochrony środowiska.

b) Maksymalizację zużycia zasobów.

c) Zgodność z przepisami i regulacjami dotyczącymi ochrony środowiska.

d) Zmniejszenie ilości odpadów i emisji.

Informacje zwrotne: Odpowiedzialność środowiskowa w zarządzaniu ekologicznym obejmuje przestrzeganie przepisów i regulacji dotyczących ochrony środowiska oraz minimalizację wpływu na środowisko.

7. Jaki jest główny cel zielonego zarządzania w organizacji?

a) Maksymalizacja krótkoterminowych zysków.

b) Minimalizacja satysfakcji pracowników.

c) Osiągnięcie zrównoważonego rozwoju poprzez odpowiedzialne praktyki.

d) Ignorowanie troski o środowisko.

Informacje zwrotne: Głównym celem zielonego zarządzania jest osiągnięcie zrównoważonego rozwoju poprzez odpowiedzialne i przyjazne dla środowiska praktyki.

8. Czym różni się zielone zarządzanie od tradycyjnego zarządzania biznesem?

a) Zielone zarządzanie koncentruje się na krótkoterminowych zyskach, podczas gdy tradycyjne zarządzanie skupia się na celach długoterminowych.

b) Zielone zarządzanie dotyczy tylko małych firm, podczas gdy tradycyjne zarządzanie jest przeznaczone dla dużych korporacji.

c) Zielone zarządzanie integruje zasady zrównoważonego rozwoju, podczas gdy tradycyjne zarządzanie tego nie robi.

d) Zielone zarządzanie w mniejszym stopniu skupia się na redukcji kosztów.



Informacje zwrotne: Zielone zarządzanie wyróżnia się tym, że integruje zasady zrównoważonego rozwoju z praktykami biznesowymi, co w ramach tradycyjnego zarządzania może nie być priorytetem.

9. Jakie korzyści ekonomiczne organizacje mogą uzyskać dzięki praktykom zielonego zarządzania biznesem? Zaznacz wszystkie, które mają zastosowanie.

a) Zwiększone wytwarzanie odpadów

b) Zwiększona konkurencja rynkowa

c) Niższe koszty energii

d) Lepsze wykorzystanie zasobów

Informacje zwrotne: Korzyści ekonomiczne płynące z zielonego zarządzania biznesem obejmują niższe koszty energii i lepsze wykorzystanie zasobów, co przyczynia się do wzrostu konkurencyjności.

10. Która z poniższych praktyk mieści się w kategorii produktów przyjaznych dla środowiska w zielonym zarządzaniu?

a) Wdrożenie energooszczędnego oświetlenia w biurze.

b) Zmniejszenie zużycia wody w procesach produkcyjnych

c) Stosowanie zrównoważonych materiałów opakowaniowych do produkcji produktów

d) Ignorowanie przepisów dotyczących ochrony środowiska

Informacje zwrotne: Produkty przyjazne dla środowiska w zielonym zarządzaniu wymagają stosowania zrównoważonych materiałów i praktyk w rozwoju produktu.

16. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

17. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

[1] Eye on Tech (b.d). 6 Steps to a Greener Data Center. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=yGkfBo2iSil>

[2] Freedman, Max. Business News Daily (20 stycznia 2023). *Do you want to start a business and protect the environment at the same time? These green business ideas help you do just that.*
<https://www.businessnewsdaily.com/5102-green-business-ideas.html>

[3] McFarlane, Robert. S. Milsom & Wilke (27 września 2021). *Considerations for Sustainable Data Centre Design.*
https://www.techtarget.com/searchdatacenter/tip/Considerations-for-sustainable-data-center-design?utm_source=youtube&utm_medium=description&utm_campaign=032022GREEN&utm_content=GREEN&Offer=OTHR-youtube_OTHR-video_OTHR-GREEN_2022March17_GREEN

[4] Mind Tools (b.d). *Green Management: Ten ways to boost your Business and Help the Planet.*
<https://www.mindtools.com/aevwa71/green-management>



[5] Uygur, Akyay, Berat Musluk Nail, Ilbey (2015). *Examining the Influence of Green Management on Operation Functions: Case of a Business*. Research Journal of Business Management 2 (3).
<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/375150>

18. PREZENTACJA (35 MIN)

- **Prezentacja Power point na lekcję + praktyczne przykłady.**
- Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
 - A. Nauczyciel wprowadza treści rozdziału 8.3:
 - Ekologiczne praktyki
 - Zrównoważona produkcja i jej rola
 - Korporacyjna odpowiedzialność środowiskowa
 - B. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
 - Wideo - 10 Green Companies with Amazing Environmental Initiatives

19. PROPONOWANE ĆWICZENIA

Ćwiczenie 1: Symulacja scenariusza zielonych praktyk

Cel: Zaangażuj uczniów w scenariusze podejmowania decyzji, aby zbadać i zrozumieć różne ekologiczne praktyki.

Instrukcje: Przedstaw uczniom serię scenariuszy, w których wcielają się w rolę menedżerów lub właścicieli firm. Każdy scenariusz powinien stanowić wyzwanie lub decyzję związaną z ekologicznymi praktykami, takimi jak redukcja odpadów, efektywność energetyczna lub zrównoważone pozyskiwanie. Poproś uczniów, aby podjęli decyzję, jak poradzić sobie z tym wyzwaniem, biorąc pod uwagę wpływ na środowisko i zrównoważony rozwój. Po podjęciu decyzji przekaż informację zwrotną na temat konsekwencji swoich wyborów, w tym pozytywnych lub negatywnych skutków dla środowiska i potencjalnych korzyści dla firmy.

Działanie 2: Symulacja zrównoważonej produkcji

Cel: Symulacja zrównoważonego procesu produkcyjnego w celu umożliwienia uczniom zrozumienia jego roli w odpowiedzialności za środowisko.

Instrukcje: Utwórz wirtualną lub fizyczną grę planszową, która reprezentuje proces produkcyjny. Podziel uczniów na zespoły i przydziel każdemu zespołowi rolę w procesie produkcyjnym, np. dostawców surowców, producentów, dystrybutorów i sprzedawców detalicznych. Każdy zespół musi podejmować decyzje zgodne z zasadami zrównoważonej produkcji, takimi jak zmniejszenie ilości odpadów, stosowanie materiałów przyjaznych dla



środowiska i optymalizacja zużycia energii. W miarę postępów w grze dostarczaj scenariusze i wyzwania, które odzwierciedlają rzeczywiste problemy ze zrównoważonym rozwojem, i poproś zespoły o opracowanie strategii i dostosowanie procesów produkcyjnych. Na koniec gry poprowadź dyskusję na temat znaczenia zrównoważonej produkcji i jej roli w odpowiedzialności za środowisko.

Działanie 3: Studia przypadków dotyczące korporacyjnej odpowiedzialności za środowisko

Cel: Analiza rzeczywistych studiów przypadków w celu zrozumienia odpowiedzialności biznesu za środowisko.

Instrukcje: Skompiluj zestaw studiów przypadków firm lub organizacji, które wykazały się silną odpowiedzialnością korporacyjną za środowisko. Każde studium przypadku przydziel małej grupie uczniów. Poproś uczniów, aby przeanalizowali studium przypadku, szukając przykładów praktyk odpowiedzialnych za środowisko, takich jak redukcja emisji dwutlenku węgla, wdrażanie programów recyklingu lub wspieranie działań na rzecz ochrony środowiska. Poproś każdą grupę, aby przedstawiła swoje odkrycia klasie i omówiła wpływ tych praktyk na środowisko i reputację firmy. Zachęć klasę do dyskusji na temat roli korporacyjnej odpowiedzialności za środowisko w dzisiejszym świecie biznesu i płynących z niej korzyści zarówno dla środowiska, jak i firmy.

Uwaga: Te interaktywne ćwiczenia zanurzają uczniów w praktycznych scenariuszach, pozwalając im poznać i zrozumieć zielone praktyki, zrównoważoną produkcję i korporacyjną odpowiedzialność za środowisko w praktyczny i angażujący sposób.

20. OCENA

Quiz: Uczniowie muszą mieć co najmniej 70% poprawnych odpowiedzi (należy podać poprawne odpowiedzi wraz z informacją zwrotną).

1. Jaki jest główny cel zielonych praktyk w biznesie?
 - a) Maksymalizacja krótkoterminowych zysków
 - b) Ignorowanie troski o zrównoważony rozwój
 - c) Minimalizacja wpływu na środowisko poprzez zrównoważone działania
 - d) Zwiększenie produkcji odpadów

Informacja zwrotna: Zielone praktyki w biznesie mają na celu zminimalizowanie wpływu na środowisko poprzez podejmowanie zrównoważonych działań i ograniczanie szkód dla środowiska.

2. Które z poniższych jest przykładem ekologicznej praktyki w biurze?
 - a) Drukowanie dokumentów na papierze jednorazowym.



b) Wyrzucanie odpadów elektronicznych do zwykłych koszy na śmieci.

c) Zachęcanie pracowników do wspólnych przejazdów.

d) Pozostawienie włączonych świateł i elektroniki na noc.

Informacje zwrotne: Zachęcanie pracowników do wspólnych przejazdów zmniejsza emisję dwutlenku węgla i jest przykładem ekologicznej praktyki, która promuje zrównoważony rozwój.

3. Co jest nadrzędnym celem zrównoważonej produkcji?

a) Maksymalizacja zużycia zasobów

b) Priorytetowe traktowanie krótkoterminowych zysków

c) Minimalizacja wytwarzania odpadów i wpływu na środowisko

d) Ignorowanie kwestii etycznych.

Informacje zwrotne: Zrównoważona produkcja koncentruje się na minimalizacji wytwarzania odpadów i wpływu na środowisko przy jednoczesnym zachowaniu jakości produktu.

4. Dlaczego zrównoważona produkcja jest ważna dla firm?

a) Ogranicza wybór konsumentów

b) Zwiększa krótkoterminowe zyski

c) Poprawia reputację i obniża długoterminowe koszty

d) Ignoruje przepisy dotyczące ochrony środowiska.

Informacje zwrotne: Zrównoważona produkcja poprawia reputację firmy i zmniejsza długoterminowe koszty operacyjne poprzez minimalizację odpadów i zużycia zasobów.

5. Do czego odnosi się korporacyjna odpowiedzialność środowiskowa?

a) Do maksymalizacji zużycia energii.

b) Do ignorowania przepisów dotyczących ochrony środowiska.

c) Do etycznych i zrównoważonych praktyk biznesowych, które uwzględniają wpływ na środowisko.

d) Do zmniejszania świadczeń pracowniczych.

Informacje zwrotne: Korporacyjna odpowiedzialność środowiskowa obejmuje etyczne i zrównoważone praktyki biznesowe, które uwzględniają i minimalizują wpływ na środowisko.

6. Jakie są korzyści z korporacyjnej odpowiedzialności za środowisko? Zaznacz wszystkie pasujące odpowiedzi

a) Zwiększona produkcja odpadów

b) Zwiększone niezadowolenie pracowników

c) Lepsza reputacja marki

d) Niższe koszty operacyjne



Informacja zwrotna: Odpowiedzialność korporacyjna za środowisko prowadzi do korzyści, takich jak lepsza reputacja marki i niższe koszty operacyjne, a nie zwiększona produkcja odpadów lub niezadowolenie pracowników.

7. Która z poniższych jest przykładem ekologicznej praktyki w rolnictwie?

- a) Stosowanie chemicznych pestycydów w celu maksymalizacji plonów.
- b) Nadmierne wykorzystanie zasobów wodnych do nawadniania.
- c) Wdrażanie płodozmianu i naturalnych metod zwalczania szkodników.**
- d) Ignorowanie obaw związanych z erozją gleby.

Informacje zwrotne: Wdrażanie zrównoważonych praktyk rolniczych, takich jak płodozmian i naturalne metody zwalczania szkodników, jest przykładem praktyk ekologicznych.

8. Jaki jest cel inicjatywy "zero waste" w praktykach ekologicznych?

- a) Zwiększenie produkcji odpadów.
- b) Ignorowanie wysiłków związanych z recyklingiem.
- c) Zminimalizowanie wytwarzania odpadów i niewysyłanie ich na wysypiska.**
- d) Promowanie nadmiernego zużycia zasobów.

Informacje zwrotne: Inicjatywa "zero waste" ma na celu zminimalizowanie wytwarzania odpadów i niewysyłanie ich na wysypiska, promując zrównoważony rozwój.

9. W jaki sposób zrównoważona produkcja przyczynia się do ochrony zasobów?

- a) Maksymalizując zużycie zasobów.
- b) Ignorując dostępność zasobów.
- c) Minimalizując wytwarzanie odpadów i zużycie zasobów.**
- d) Obniżając jakość produktu.

Informacje zwrotne: Zrównoważona produkcja przyczynia się do ochrony zasobów poprzez minimalizację wytwarzania odpadów i zużycia zasobów przy jednoczesnym zachowaniu jakości produktu.

10. Dlaczego korporacyjna odpowiedzialność za środowisko jest ważna dla długoterminowego sukcesu firmy?

- a) Zwiększa krótkoterminowe zyski.
- b) Ignoruje kwestie etyczne.
- c) Poprawia reputację marki i zmniejsza ryzyko.**
- d) Promuje niezrównoważone praktyki.

Informacje zwrotne: Korporacyjna odpowiedzialność środowiskowa poprawia reputację marki firmy i zmniejsza ryzyko związane z wpływem na środowisko.



21. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

22. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

- [1] EcoMastery Project (b.d.). 10 Green Companies with Amazing Environmental Initiatives. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=UsVPN5LVw7k>
- [2] Freedman, Max. Business News Daily (20 stycznia 2023). 23 Green Business Ideas for Eco-Minded Entrepreneurs. <https://www.businessnewsdaily.com/5102-green-business-ideas.html>
- [3] Lotich, Patricia (29 maja 2019). 8 Sustainable Business Practices - Are you doing your part? <https://thethrivingsmallbusiness.com/sustainable-business-practices/>
- [4] Stobierski, Tim (8 kwietnia 2021). Types of Corporate Social Responsibility to be Aware of. <https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-corporate-social-responsibility>
- [5] Tecnia Addnode Group (b.d.). Why Embrace Sustainable Business Practices? <https://www.technia.com/blog/how-does-sustainable-production-benefit-your-business/>



MODUŁ 9: ZIELONE ZASOBY LUDZKIE

1. WPROWADZENIE

Jako nauczyciel powinieneś zacząć od przemówienia motywacyjnego, np.:

"Droży uczniowie,

Jako edukatorzy i facylitatorzy w stale zmieniającym się krajobrazie szkoleń zawodowych i edukacyjnych, odgrywamy kluczową rolę w wyposażaniu pracowników jutra w wiedzę i umiejętności potrzebne do rozwoju w zrównoważonym i świadomym ekologicznie świecie. Zielone zarządzanie zasobami ludzkimi (GHRM) stoi na czele tego przedsięwzięcia, łącząc podstawowe zasady zarządzania zasobami ludzkimi (HRM) z zieloną perspektywą, przyczyniając się nie tylko do sukcesu organizacji, ale także do dobrobytu naszej planety".

Po tym przemówieniu następuje krótkie wprowadzenie do modułu i rozdziałów:

Moduł został podzielony na następujące 2 rozdziały:

Nasza podróż zaczyna się od kompleksowej eksploracji zarządzania zasobami ludzkimi, które są podstawą skutecznego zarządzania personelem. W tym rozdziale zagłębimy się w podstawowe koncepcje HRM, badając jego naturę, zakres, funkcje i kluczową rolę, jaką odgrywa w organizacjach, przygotowując uczniów do transformacyjnego skoku w GHRM.

Opierając się na fundamencie położonym w rozdziale 9.1, wkraczamy w ekscytującą sferę Zielonego Zarządzania Zasobami Ludzkimi. GHRM reprezentuje zmianę paradygmatu, kładąc nacisk na zrównoważony rozwój, świadomość ekologiczną i odpowiedzialne praktyki HRM. W tej części badamy funkcje GHRM, zielone inicjatywy i przekonujące powody, dla których organizacje powinny stosować przyjazne dla środowiska praktyki HRM.

2. CELE SZKOLENIA

OGÓLNY CEL SZKOLENIA:

- Zapoznaj się z zasadami zarządzania zasobami ludzkimi (HRM) i zielonego zarządzania zasobami ludzkimi (GHRM) i zastosuj te koncepcje w rzeczywistych scenariuszach.

SZCZEGÓŁOWE CELE SZKOLENIA:

- Wyjaśnij podstawowe pojęcia związane z zarządzaniem zasobami ludzkimi.
- Powiąż zarządzanie zasobami ludzkimi z procesem zarządzania.
- Rozpoznawaj funkcje zarządzania zasobami ludzkimi.
- Zidentyfikuj działania i zalety GHRM
- Dowiedz się, jak wdrażać zielone praktyki



3. EFEKTY UCZENIA SIĘ

- Zrozumienie podstawowych pojęć związanych z zarządzaniem zasobami ludzkimi (HRM).
- Wyjaśnianie zarządzania zasobami ludzkimi i ich związku z procesem zarządzania.
- Rozpoznawanie podstawowych funkcji.
- Rozpoznawanie działań GHRM i ich zalet

4. METODY KSZTAŁCENIA:

- Zapoznanie się z polecaną literaturą i zasobami internetowymi
- Podejmowanie decyzji w oparciu o wyniki z drzew decyzyjnych B-ECO

5. WYNIKI - ZDOBYTE KOMPETENCJE (W POWIĄZANIU Z ENTRE-COMP) ⁹

- **Pomysły i możliwości:**
 1. Etyczne i zrównoważone myślenie
 2. Docenianie pomysłów
- **Zasoby:**
 1. Motywacja i wytrwałość
 2. Samoświadomość i poczucie własnej skuteczności
 3. Mobilizacja zasobów
- **Do działania:**
 1. Uczenie się przez doświadczenie
 2. Planowanie i zarządzanie
 3. Współpraca z innymi

6. SPRZĘT I ZASOBY:

- Komputer
- Projektor lub telewizor
- Dostęp do Internetu

7. ROZGRZEWKA (15 MIN.)

1. Dopasuj funkcje HRM:

Instrukcje: Przeciągnij wyrazy z prawej kolumny do odpowiadających im opisów w lewej kolumnie.

⁹ <https://entre-comp.eu/>



Kolumna 1: Opisy	Przeciągnij wyrazy z Kolumny 2 do Kolumny 1	Kolumna 2: Funkcje HRM
A. Proces przyciągania i selekcji wykwalifikowanych kandydatów na wolne stanowiska.		1. Szkolenia i rozwój
B. Systematyczne podejście do wydajności, produktywności i rozwoju pracowników.		2. Relacje pracownicze
C. Działania mające na celu doskonalenie umiejętności i wiedzy pracowników.		3. Rekrutacja
D. Zarządzanie relacjami między pracownikami a organizacją w celu utrzymania pozytywnego środowiska pracy.		4. Zarządzanie wydajnością

Klucz odpowiedzi:

Szkolenia i rozwój - C

Relacje pracownicze - D

Rekrutacja - A

Zarządzanie wydajnością - B

2. Dopasuj strategie i zalety GHRM:

Instrukcje: Przeciągnij i upuść odpowiednie zalety z listy po prawej stronie do strategii GHRM po lewej stronie.

Kolumna 1: Strategie GHRM	Przeciągnij wyrazy z Kolumny 2 do Kolumny 1	Kolumna 2: Zalety
A. Wdrażanie zrównoważonych praktyk w zakresie zaopatrzenia i łańcucha dostaw.		1. Zwiększone morale pracowników
B. Włączenie przyjaznych dla środowiska polityk i praktyk w miejscu pracy.		2. Zmniejszony wpływ na środowisko
C. Wspieranie zaangażowania pracowników w inicjatywy na rzecz zrównoważonego rozwoju.		3. Lepsza reputacja firmy

Klucz odpowiedzi:

Zwiększone morale pracowników - C

Zmniejszony wpływ na środowisko - A

Lepsza reputacja firmy - B



C. Dopasuj zasady i praktyki GHRM:

Instrukcje: Przeciągnij i upuść prawidłowe zasady i praktyki GHRM z listy po prawej stronie do opisu po lewej stronie.

Kolumna 1: Opisy	Przeciągnij wyrazy z kolumny 2 do kolumny 1	Kolumna 2: Zasady i praktyki GHRM
A. Wdrażanie przyjaznych dla środowiska praktyk pozyskiwania i zakupów w celu zmniejszenia śladu ekologicznego organizacji.		1. Ekologiczne zarządzanie talentami
B. Rozwijanie i zatrzymywanie pracowników posiadających wiedzę i umiejętności do prowadzenia inicjatyw na rzecz zrównoważonego rozwoju w organizacji.		2. Zasady dotyczące przyjaznego dla środowiska miejsca pracy
C. Ustanowienie wytycznych i praktyk promujących zachowania świadome ekologicznie wśród pracowników i w miejscu pracy.		3. Zrównoważone zamówienia
Klucz odpowiedzi: Ekologiczne zarządzanie talentami - B Zasady dotyczące przyjaznego dla środowiska miejsca pracy - C Zrównoważone zamówienia - A		

D. Dopasuj kroki, aby przejść na ekologię w HRM:

Instrukcje: Przeciągnij i upuść kolejny numer kroku z listy po prawej stronie do odpowiedniego kroku po lewej stronie.

Kolumna 1: Etapy wdrażania zielonych praktyk w zarządzaniu zasobami ludzkimi	Przeciągnij wyrazy z kolumny 2 do kolumny 1	Kolumna 2: Numery kroków
A. Wyznacz cele zrównoważonego rozwoju.		Krok 1
B. Monitoruj wpływ na środowisko.		Krok 2
C. Oceń obecne praktyki.		Krok 3
D. Przeszkol pracowników działu HR.		Krok 4
Klucz odpowiedzi: Krok 1 - C Krok 2 - A Krok 3 - D Krok 4 - B		

Uwaga: Konkretnie ćwiczenia typu "przeciągnij i upuść" pomogą uczniom połączyć opisy, funkcje, strategie, zasady i praktyki z odpowiednimi pojęciami lub krokami związanymi z HRM i GHRM.



8. PREZENTACJA (35 MIN)

- Prezentacja Power point na lekcję + praktyczne przykłady.
- Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
 - A. Objaśnienie efektów uczenia się modułu 9
 - B. Nauczyciel wprowadza treści rozdziału 9.1:
 - Zarządzanie zasobami ludzkimi (HRM)
 - Charakter i zakres HRM
 - Funkcje HRM
 - Rola zarządzania zasobami ludzkimi
 - C. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
 - Wideo – Top 10 HR Best Practices to build Better Workplaces in 2020

9. DRZEWO DECYZYJNE

Wprowadzenie: Witamy w drzewie decyzyjnym "Zarządzanie zasobami ludzkimi". W tym interaktywnym ćwiczeniu poznasz kluczowe pojęcia związane z zarządzaniem zasobami ludzkimi (HRM), w tym jego charakter, zakres, funkcje i rolę w organizacjach. Przeczytaj uważnie każde pytanie i wybierz najbardziej odpowiednią odpowiedź.

Ćwiczenie 1: Charakter i zakres zarządzania zasobami ludzkimi

Scenariusz: Jesteś nowo zatrudnionym menedżerem HR w dużej korporacji. Twój szef prosi Cię o wyjaśnienie natury i zakresu HRM. Jak odpowiesz?

Opcje:

- a) HRM polega jedynie na zatrudnianiu i zwalnianiu pracowników.
- b) HRM to proces zarządzania zasobami ludzkimi w celu osiągnięcia celów organizacyjnych i obejmuje takie funkcje, jak rekrutacja, szkolenia i relacje z pracownikami.

Informacja zwrotna 1a: HRM to znacznie więcej niż zatrudnianie i zwalnianie; obejmuje różne funkcje i obowiązki.

Informacja zwrotna 1b: Świetnie! Przedstawiłeś wyczerpujące wyjaśnienie natury i zakresu zarządzania zasobami ludzkimi.

Ćwiczenie 2: Funkcje HRM

Scenariusz: Borykasz się z niedoborem talentów w swojej organizacji, a Twój dyrektor generalny prosi Cię o radę, w jaki sposób HRM może pomóc w rozwiązaniu tego problemu. Co proponujesz?

Opcje:



- a) Zignoruj niedobór talentów; to nie jest odpowiedzialność działu HR.
- b) Wdrażaj strategie, takie jak skuteczna rekrutacja, szkolenia i rozwój, aby przyciągnąć i zatrzymać najbardziej utalentowanych pracowników.

Informacja zwrotna 2a: Dział HR odgrywa kluczową rolę w rozwiązywaniu problemów związanych z niedoborem talentów, więc ignorowanie tego problemu nie jest realną opcją.

Feedback 2b: Świetny wybór! Funkcje HRM, takie jak rekrutacja i szkolenia, mają kluczowe znaczenie dla rozwiązania problemu niedoboru talentów.

Ćwiczenie 3: Rola zarządzania zasobami ludzkimi

Scenariusz: Twoja firma doświadcza dużej rotacji pracowników. Prezes chce wiedzieć, w jaki sposób zarządzanie zasobami ludzkimi może pomóc w zmniejszeniu rotacji. Co im powiesz?

Opcje:

- a) Rotacja jest nieunikniona; HRM nie jest w stanie nic zrobić.
- b) HRM może wdrażać strategie retencji, zwiększać zaangażowanie pracowników i przeprowadzać wywiady końcowe, aby zrozumieć przyczyny rotacji.

Informacja zwrotna 3a: HRM rzeczywiście może odgrywać rolę w zmniejszaniu rotacji poprzez różne strategie, więc ta odpowiedź nie jest prawidłowa.

Informacja zwrotna 3b: Fantastycznie! HRM może podejmować proaktywne działania, takie jak strategie retencji i inicjatywy angażujące, aby zmniejszyć rotację.

Uwaga: Te ćwiczenia zapewniają uczniom angażujący sposób na poznanie natury i zakresu zarządzania zasobami ludzkimi, zrozumienie jego funkcji i rozpoznanie roli, jaką odgrywa w rozwiązywaniu problemów organizacyjnych. Informacje zwrotne dotyczące każdej odpowiedzi pomagają lepiej zrozumieć treść.

10. OCENA

Quiz: Uczniowie muszą mieć co najmniej 70% poprawnych odpowiedzi (należy podać poprawne odpowiedzi wraz z informacją zwrotną).

- 1. Co to jest zarządzanie zasobami ludzkimi (HRM)?
 - a) Dział odpowiedzialny za zarządzanie biurem.
 - b) Strategiczne zarządzanie pracownikami organizacji.**
 - c) System finansowy do zarządzania budżetami firmowymi.



Informacja zwrotna: Zarządzanie zasobami ludzkimi (HRM) jest strategicznym zarządzaniem pracownikami organizacji. Obejmuje takie działania, jak rekrutacja, szkolenia i relacje z pracownikami.

2. Które z poniższych stwierdzeń najlepiej opisuje charakter i zakres zarządzania zasobami ludzkimi?

- a) HRM skupia się na zatrudnianiu pracowników.
- b) HRM polega na zarządzaniu ludźmi i ich relacjami w organizacji.**
- c) HRM ogranicza się do przetwarzania listy płac.

Informacja zwrotna: HRM to nie tylko zatrudnianie; obejmuje zarządzanie ludźmi i ich relacjami w organizacji, co obejmuje różne funkcje poza rekrutacją.

3. Które z poniższych NIE jest funkcją HRM?

- a) Rekrutacja i selekcja
- b) Ocena pracy
- c) Zarządzanie zapasami**
- d) Szkolenia i rozwój

Informacje zwrotne: Zarządzanie zapasami nie jest funkcją zarządzania zasobami ludzkimi. HRM zajmuje się przede wszystkim zarządzaniem zasobami ludzkimi organizacji, takimi jak rekrutacja, szkolenia i ocena wyników.

4. Jaka jest rola HRM w organizacji?

- a) HRM zajmuje się planowaniem finansowym i budżetowaniem.
- b) HRM koncentruje się na strategiach marketingowych i sprzedażowych.
- c) HRM odgrywa strategiczną rolę w zarządzaniu siłą roboczą organizacji i promowaniu pozytywnego środowiska pracy.**

Informacja zwrotna: Rola HRM jest strategiczna, obejmuje zarządzanie pracownikami i promowanie pozytywnego środowiska pracy, co przyczynia się do sukcesu organizacji.

5. Która z poniższych funkcji HRM odpowiada za podnoszenie umiejętności i wiedzy pracowników w celu poprawy ich wydajności?

- a) Rekrutacja i selekcja.
- b) Wynagrodzenie i świadczenia.
- d) Szkolenia i rozwój.**
- e) Ocena pracy.

Informacja zwrotna: Szkolenia i rozwój to kluczowa funkcja HRM skoncentrowana na doskonaleniu umiejętności i wiedzy pracowników.



6. Co oznacza natura zarządzania zasobami ludzkimi w odniesieniu do jego znaczenia w organizacji?

- a) HRM to funkcja peryferyjna, która nie ma wpływu na sukces organizacji.
- b) **HRM jest istotną i integralną częścią zarządzania strategicznego organizacji.**
- c) HRM dotyczy tylko najwyższego kierownictwa organizacji.

Informacja zwrotna: HRM jest istotną i integralną częścią zarządzania strategicznego organizacji, przyczyniając się do jej ogólnego sukcesu.

7. Co wchodzi w zakres zarządzania zasobami ludzkimi?

- a) Tylko zatrudnianie i zwalnianie pracowników.
- b) **Wszystkie działania związane z zarządzaniem ludźmi w organizacji, w tym rekrutacja, szkolenia i relacje z pracownikami.**
- c) Tylko zarządzanie listą płac.

Informacja zwrotna: Zakres HRM obejmuje szeroki zakres działań związanych z zarządzaniem ludźmi w organizacji, w tym rekrutację, szkolenia i relacje z pracownikami.

8. Jaka jest rola HRM w promowaniu pozytywnego środowiska pracy?

- a) HRM nie odgrywa żadnej roli w promowaniu pozytywnego środowiska pracy.
- b) **HRM pomaga w rozwiązywaniu konfliktów i promowaniu kultury uczciwości i szacunku.**
- c) HRM koncentruje się wyłącznie na egzekwowaniu zasad i przepisów w miejscu pracy.

Informacja zwrotna: HRM odgrywa kluczową rolę w promowaniu pozytywnego środowiska pracy poprzez rozwiązywanie konfliktów i wspieranie kultury uczciwości i szacunku.

9. Która funkcja HRM jest odpowiedzialna za ocenę i poprawę wydajności pracy pracowników?

- a) Rekrutacja i selekcja.
- b) Wynagrodzenie i świadczenia.
- d) **Ocena wydajności pracy**
- e) Orientacja na pracownika.

Informacja zwrotna: Ocena wydajności pracy to funkcja HRM odpowiedzialna za ocenę i poprawę wydajności pracy pracowników.

10. Jaka jest jedna ze strategicznych ról HRM w organizacji?

- a) Zarządzanie finansami organizacji.
- b) Opracowywanie strategii marketingowych.
- d) **Przyciąganie i zatrzymywanie najlepszych talentów w celu wspierania celów organizacji.**

Informacja zwrotna: Jedną ze strategicznych ról HRM jest przyciąganie i zatrzymywanie najlepszych talentów, aby wspierać cele organizacji.



11. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

12. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

- [1] Copeland, Wilfred. (b.d). Unit - 1: Introduction to Human Resource Management.
<https://www.drnishikantjha.com/booksCollection/hrm-basic-notes.pdf>
- [2] Indeed for employers. Setting Employee Work Schedules: A Manager's Guide.
<https://www.indeed.com/hire/c/info/types-of-work-schedules>
- [3] Lucid Content Team (b.d). What does HR actually do? 11 key responsibilities.
<https://www.lucidchart.com/blog/what-does-hr-do>
- [4] Prakash, Snehil [CuteHR] (21 stycznia 2022). Top 10 HR Best Practices to build Better Workplaces in 2020. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=BODxEp9N_FA&t=32s
- [5] Renukadevi, R. (b.d). A Course Material on Human Resource Management.
[http://www.nou.ac.in/Online%20Resources/05-7/Nature%20and%20Scope%20of%20HRM-converted%20\(1\).pdf](http://www.nou.ac.in/Online%20Resources/05-7/Nature%20and%20Scope%20of%20HRM-converted%20(1).pdf)
- [6] Stacey, Kate (23 lutego 2023). The Complete Guide to HR for Small Businesses in 2023.
<https://connecteam.com/guide-human-resources-for-small-businesses/>

13. PREZENTACJA ROZDZIAŁU 9.2 (35 MIN)

- Prezentacja Power point dla rozdziału 9.2 + praktyczne przykłady.
- Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
 - A. Nauczyciel wprowadza treści rozdziału 9.2:
 - Czym jest Zielone Zarządzanie Zasobami Ludzkimi (GHRM)?
 - Zielone funkcje HRM
 - Zielone inicjatywy
 - Dlaczego warto przyjmować zielone praktyki... Korzyści i zalety GRHRM
 - B. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
 - Wideo - 6 steps to a Greener Data Center

14. DRZEWO DECYZYJNE

Wprowadzenie: Witamy w ćwiczeniu "Zielone zarządzanie zasobami ludzkimi (GHRM)". W tym interaktywnym ćwiczeniu poznasz kluczowe pojęcia związane z zielonym zarządzaniem zasobami ludzkimi, w tym jego definicję, funkcje, inicjatywy i korzyści, jakie oferuje. W miarę postępów będziesz dokonywać wyborów, które poprowadzą Cię przez różne scenariusze.



Ćwiczenie 1: Co to jest GHRM?

Scenariusz: Jesteś nowo mianowanym menedżerem HR w organizacji świadomej ekologicznie. Twój dyrektor generalny prosi Cię o wyjaśnienie, czym jest zielone zarządzanie zasobami ludzkimi (GHRM). Jak odpowiesz?

Opcje:

- a) GHRM to koncepcja, która nie ma nic wspólnego ze zrównoważonym rozwojem środowiska.
- b) GHRM to integracja inicjatyw środowiskowych i zrównoważonego rozwoju z praktykami HRM w celu wspierania odpowiedzialności ekologicznej i społecznej.

Informacja zwrotna 1a: GHRM jest związany ze zrównoważonym rozwojem środowiska, więc ta odpowiedź nie jest poprawna.

Informacja zwrotna 1b: Świetnie! Udzieliłeś wyczerpującego wyjaśnienia, czym jest GHRM.

Ćwiczenie 2: Zielone funkcje zarządzania zasobami ludzkimi

Scenariusz: Twoja organizacja jest zaangażowana w zmniejszanie swojego śladu węglowego. Twój dyrektor generalny Cię, w jaki sposób GHRM może przyczynić się do osiągnięcia tego celu. Co proponujesz?

Opcje:

- a) GHRM nie odgrywa żadnej roli w zmniejszaniu śladu węglowego.
- b) GHRM może wdrożyć zrównoważone praktyki rekrutacji, zaangażowania pracowników i szkoleń, aby zmniejszyć wpływ organizacji na środowisko.

Informacja zwrotna 2a: GHRM odgrywa znaczącą rolę w działaniach na rzecz zrównoważonego rozwoju, w tym w zmniejszaniu śladu węglowego, więc ta odpowiedź nie jest poprawna.

Feedback 2b: Świetny wybór! Funkcje GHRM, takie jak zrównoważona rekrutacja i zaangażowanie pracowników, mogą pomóc w zmniejszeniu śladu węglowego.

Ćwiczenie 3: Korzyści i zalety GHRM

Scenariusz: Twój dyrektor finansowy jest sceptycznie nastawiony do inwestowania w inicjatywy GHRM. Twoim zadaniem jest przekonanie ich o korzyściach. Jak do tego podejdziesz?

Opcje:

- a) Nie ma realnych korzyści z wdrożenia GHRM; To tylko dodatkowy wydatek.
- b) Wdrożenie GHRM może prowadzić do oszczędności kosztów, poprawy reputacji marki i zwiększenia morale pracowników, jednocześnie przyczyniając się do odpowiedzialności za środowisko.

Informacja zwrotna 3a: GHRM oferuje wiele korzyści, w tym oszczędność kosztów i zwiększony zrównoważony rozwój, więc ta odpowiedź nie jest poprawna.



Informacja zwrotna 3b: Fantastycznie! Podkreśliłeś wiele korzyści i zalet GHRM.

Uwaga: Te ćwiczenia zapewniają uczniom angażujący sposób na poznanie koncepcji GHRM, zrozumienie jego funkcji i rozpoznanie korzyści, jakie oferuje. Informacje zwrotne dotyczące każdej odpowiedzi pomagają lepiej zrozumieć treść.

15. OCENA

Quiz: Uczniowie muszą mieć co najmniej 70% poprawnych odpowiedzi (należy podać poprawne odpowiedzi wraz z informacją zwrotną).

1. Na czym przede wszystkim skupia się Zielone Zarządzanie Zasobami Ludzkimi (GHRM)?

- a) Na zarządzaniu finansami w sposób przyjazny dla środowiska
- b) Na włączaniu zrównoważonych praktyk do procesów zarządzania zasobami ludzkimi.**
- c) Na zmniejszaniu świadczeń pracowników

Informacje zwrotne: Zielone zarządzanie zasobami ludzkimi (GHRM) koncentruje się przede wszystkim na włączaniu zrównoważonych i przyjaznych dla środowiska praktyk do procesów zarządzania zasobami ludzkimi.

2. Która z poniższych funkcji jest kluczową funkcją Zielonego Zarządzania Zasobami Ludzkimi (GHRM)?

- a) Maksymalizacja zużycia papieru w biurze.
- b) Wdrażanie zrównoważonych praktyk rekrutacyjnych.**
- c) Obniżenie wynagrodzeń pracowników.

Informacje zwrotne: Jedną z kluczowych funkcji GHRM jest wdrażanie zrównoważonych praktyk rekrutacyjnych w celu zmniejszenia wpływu na środowisko.

3. Które z poniższych jest przykładem zielonej inicjatywy często kojarzonej z GHRM?

- a) Oferowanie pracownikom darmowych przekąsek
- b) Promowanie carpoolingu i transportu publicznego wśród pracowników.**
- c) Umożliwienie nieograniczonego drukowania w biurze.

Informacje zwrotne: Promowanie wspólnych przejazdów i transportu publicznego wśród pracowników jest powszechną zieloną inicjatywą w GHRM.

4. Dlaczego przyjęcie praktyk Zielonego Zarządzania Zasobami Ludzkimi (GHRM) jest korzystne dla organizacji?

- a) GHRM nie przynosi żadnych korzyści organizacjom
- b) GHRM jest korzystne tylko dla środowiska.
- c) Może obniżyć koszty, poprawić reputację firmy i poprawić morale pracowników.**



Informacje zwrotne: Przyjęcie praktyk GHRM może między innymi obniżyć koszty, poprawić reputację firmy i poprawić morale pracowników.

5. Jaka jest jedna z zalet Zielonego Zarządzania Zasobami Ludzkimi (GHRM) dla środowiska?

a) Zwiększone zużycie papieru.

b) Wyższe zużycie energii.

c) Zmniejszony ślad węglowy i wpływ na środowisko.

Informacje zwrotne: Jedną z zalet GHRM dla środowiska jest zmniejszenie śladu węglowego i ogólnego wpływu organizacji na środowisko.

6. W jaki sposób GHRM może pozytywnie wpłynąć na reputację organizacji?

a) Poprzez zwiększenie zużycia energii.

b) Ignorując praktyki w zakresie zrównoważonego rozwoju.

c) Demonstrując zaangażowanie w odpowiedzialność za środowisko.

Informacje zwrotne: GHRM może pozytywnie wpłynąć na reputację organizacji, wykazując zaangażowanie w odpowiedzialność za środowisko i zrównoważony rozwój.

7. W jaki sposób organizacja może wdrożyć Zielone Zarządzanie Zasobami Ludzkimi (GHRM) w procesie rekrutacji?

a) Korzystając z większej ilości dokumentów papierowych podczas rozmowy kwalifikacyjnej.

b) Przeprowadzając rozmowy wideo w celu zmniejszenia emisji związanych z podróżami.

c) Oferując wyższe wynagrodzenia, aby przyciągnąć świadomych ekologicznie kandydatów.

Informacje zwrotne: Wdrażanie rozmów wideo w celu zmniejszenia emisji związanych z podróżami jest zrównoważoną praktyką często kojarzoną z GHRM.

8. W jaki sposób praktyki GHRM mogą przyczynić się do redukcji kosztów w organizacji?

a) Poprzez zwiększenie zużycia energii.

b) Zachęcając do marnotrawstwa papieru.

c) Promując pracę zdalną w celu zmniejszenia powierzchni biurowej i wydatków na media.

Informacje zwrotne: Praktyki GHRM, takie jak promowanie pracy zdalnej, mogą przyczynić się do redukcji kosztów poprzez zmniejszenie powierzchni biurowej i wydatków na media.

9. Dlaczego angażowanie pracowników w inicjatywy GHRM jest niezbędne do osiągnięcia sukcesu?

a) Pomaga to pracownikom zarabiać wyższe pensje.

b) Pozwala to pracownikom na dłuższe przerwy.

c) Pracownicy są bardziej świadomi ekologicznie i wspierający.



Informacja zwrotna: Angażowanie pracowników w inicjatywy GHRM jest niezbędne, ponieważ są oni bardziej świadomi ekologicznie i wspierający, co przyczynia się do sukcesu inicjatyw ekologicznych.

10. W jaki sposób GHRM może pozytywnie wpłynąć na wizerunek organizacji?

- a) Ignorując praktyki w zakresie zrównoważonego rozwoju.
- b) Realizując energochłonne operacje.
- c) **Dostosowując praktyki zarządzania zasobami ludzkimi do odpowiedzialności za środowisko.**

Informacje zwrotne: GHRM może pozytywnie wpłynąć na wizerunek korporacyjny organizacji poprzez dostosowanie praktyk HRM do odpowiedzialności za środowisko i zrównoważonego rozwoju, co może poprawić reputację organizacji.

16. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

17. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

- [1] Ahmad, Shoeb (2 kwietnia 2015). *Green Human Resource Management: Policies and practices*. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2015.1030817>
- [2] Aykan, Ebru. (20 września 2017). *Gaining a Competitive Advantage through Green Human Resource Management*. <https://www.intechopen.com/chapters/56008>
- [3] Dekka, Rashmi R. (5 czerwca 2021). *Green HRM: Meaning, Advantages, Policies, and Practices*. <https://blog.vantagecircle.com/green-hrm/>
- [4] Masood, Rana Z. (czerwiec 2018). *Green HRM: A need for the 21st Century*. JETIR. Journal of Emerging Technologies and Innovative Research, 5(6). <https://www.jetir.org/papers/JETIRC006063.pdf>
- [5] Mind Tools Videos (b.d). *5 Ways to Make Your Workplace Greener*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Qb-hulrdWr4>

**MODUŁ 10: FORMY PRAWNE I PROCEDURY ZAKŁADANIA FIRMY_CYPR****1. WPROWADZENIE**

Jako nauczyciel powinieneś zacząć od przemówienia motywacyjnego, np.:

"Drodzy uczniowie,

Każdy potencjalny przedsiębiorca staje przed dwoma kluczowymi dylematami. Kiedy rozpocząć działalność gospodarczą i jaką formę prawną wybrać, aby osiągnąć optymalny sukces i skorzystać z formy prawnej w zależności od rodzaju działalności i klientów, z którymi będą prowadzić interesy.

Jako przyszli przedsiębiorcy ważne jest, abyście rozumieli prawne aspekty zakładania firmy i umieli porównać różne struktury prawne biznesu, badając zalety i wady każdego rodzaju.

Ponadto, aby założyć firmę, musicie znać wszystkie procedury i kroki związane z rejestracją firmy, gdzie i jak to zrobić.

Aby odnieść sukces jako przedsiębiorcy, musicie być przygotowani, poinformowani i odpowiedzialni!"

Po tym przemówieniu następuje krótkie wprowadzenie do lekcji i celów nauczania:

Treść lekcji przedstawia decyzje, które przedsiębiorca musi podjąć przed rejestracją firmy, kluczowe formy prawne dla start-upów/początkujących, zalety i wady każdego rodzaju i struktury biznesowej oraz procedury rejestracji firmy na Cyprze. Na końcu każdego rozdziału znajdziesz konkretne przykłady i ćwiczenia, które sprawdzą Twoją wiedzę i zrozumienie poruszanych tematów.

2. CELE SZKOLENIA

- Dowiedz się, jakie decyzje musi podjąć przedsiębiorca przed formalnym założeniem firmy.
- Dowiedz się, jakie formy prawne spółek istnieją, ich zalety i wady.
- Zapoznaj się z procedurami rejestracji firmy na Cyprze.



3. EFEKTY UCZENIA SIĘ

- Poznanie kluczowych decyzji, które należy podjąć przed formalnym założeniem firmy.
- Ilustrowanie najczęstszych form prawnych rozpoczęcia działalności gospodarczej, ich mocnych i słabych stron.
- Wybór najbardziej odpowiedniej formy dla własnego biznesu.
- Umiejętność zarejestrowania firmy na Cyprze; wiedza, gdzie i jak to zrobić.

4. METODY KSZTAŁCENIA:

- Zapoznanie się z polecaną literaturą i zasobami internetowymi
- Ocena wiedzy na podstawie wyników z drzew decyzyjnych B-ECO
- Ocena oraz zdolność do założenia i zarejestrowania firmy

5. WYNIKI - ZDOBYTE KOMPETENCJE (W POWIĄZANIU Z ENTRE-COMP) ¹⁰

- **Pomysły i możliwości:**
 1. Wizja
 2. Docenianie pomysłów
 3. Dostrzeganie możliwości
 4. Etyczne i zrównoważone myślenie
- **Zasoby:**
 1. Mobilizowanie innych
 2. Mobilizacja zasobów
 3. Wiedza finansowa i ekonomiczna
- **Do działania:**
 1. Przejmowanie inicjatywy
 2. Planowanie i zarządzanie
 3. Radzenie sobie z niejednoznacznością, niepewnością i ryzykiem
 4. Współpraca z innymi

6. SPRZĘT I ZASOBY:

- Komputer
- Projektor lub telewizor
- Dostęp do Internetu

¹⁰ <https://entre-comp.eu/>



7. ROZGRZEWKA (15 MIN.)

A. Dopasuj odkrywcze formy prawne i procedury zakładania firmy:

Instrukcje: Przeciągnij wyrazy z prawej kolumny do odpowiadających im definicji w lewej kolumnie.

Kolumna 1: Definicje	Przeciągnij wyrazy z kolumny 2 do kolumny 1	Kolumna 2: Słowa
A. Osoba pracująca na własny rachunek, która wykonuje pracę "umysłową".		1. Spółka partnerska
B. Osoba fizyczna samodzielnie prowadząca działalność zarobkową na rynku.		2. Jednoosobowa działalność gospodarcza
C. Spółka o elastycznej strukturze z minimalnym kapitałem zakładowym w wysokości 1.000 €.		3. Freelancer
D. Osoba prawna zidentyfikowana w osobie różnych wspólników, którzy przejmują zarówno prawa, jak i obowiązki wynikające z działalności gospodarczej.		4. Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
Klucz odpowiedzi: Spółka partnerska - D Jednoosobowa działalność gospodarcza - B Freelancer - A Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością - C		

8. PREZENTACJA (35 MIN)

- Prezentacja Power point na lekcję + praktyczne przykłady.
- Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
- A. Objaśnienie efektów uczenia się lekcji
- B. Nauczyciel wprowadza treści modułu 10
 - Jakie decyzje należy podjąć przed formalnym założeniem firmy?
 - Jakie są formy prawne przedsiębiorstw oraz jakie są ich wady i zalety?
 - Jak przeprowadzić rejestrację firmy?
- C. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
 - Wideo - Wywiad z przedsiębiorcą

9. DRZEWO DECYZYJNE

Wprowadzenie: Witamy w drzewie decyzyjnym na temat "Formy prawne i procedury zakładania firmy na Cyprze". To ćwiczenie sprawdza Twoją wiedzę w oparciu o kompetencje zdobyte podczas tego modułu. Przeczytaj uważnie każde pytanie i wybierz najbardziej odpowiednią odpowiedź.



Pytanie 1: Chcesz założyć firmę na Cyprze. O czym musisz zdecydować przed jej założeniem?

- a) O nazwie i adresie siedziby statutowej
- b) O niczym
- c) O nazwie i logo firmy

Informacja zwrotna 1a: Zgadza się! Przed założeniem firmy należy wybrać nazwę firmy, która jest akceptowana na Cyprze, i posiadać siedzibę statutową w Republice Cypryjskiej. Siedziba firmy to miejsce, do którego wysyłane są wszystkie zawiadomienia i zawiadomienia oraz gdzie prowadzone są rejestry i inne dokumenty poszczególnych firm.

Informacja zwrotna 1b: Niepoprawnie! Przed założeniem spółki należy zdecydować o rodzaju, nazwie, adresie, dyrektorach i sekretarzu, członkach i kapitale zakładowym, przedmiotach oraz akcie założycielskim i statucie spółki.

Informacja zwrotna 1c: Niepoprawnie! Przed założeniem spółki należy zdecydować o rodzaju, nazwie, adresie, dyrektorach i sekretarzu, członkach i kapitale zakładowym, przedmiotach oraz akcie założycielskim i statucie spółki.

Pytanie 2: Chcesz zarejestrować swoją firmę online. Co robisz?

- a) Wystarczy, że wejdiesz do systemu e-wypełniania wniosków
- b) Wyznaczony prawnik uzyskuje dostęp do systemu e-wypełniania wniosków w Rejestrze Firm
- c) Składasz ustawowe oświadczenie w systemie e-wypełniania wniosków w Rejestrze Firm.

Informacja zwrotna 2a: To nieprawda. W procedurze uczestniczysz ty i twój prawnik.

Informacja zwrotna 2b: Zgadza się! Wraz ze swoim prawnikiem wchodzisz na platformę i zaczynasz przygotowywać wymagane dokumenty.

Informacja zwrotna 2c: To nie jest prawidłowa odpowiedź. Oświadczenie ustawowe to tylko jeden z wielu dokumentów, które musisz złożyć.

Pytanie 3: Jakie dokumenty są wymagane do złożenia wniosku online?

- a) Oświadczenie ustawowe (formularz HE1)
- b) Oświadczenie ustawowe (formularz HE1) oraz akt założycielski i statut spółki
- c) Formularz HE1, akt założycielski i statut spółki oraz jego tłumaczenie, uroczyste oświadczenie świadka podpisów, poświadczenie opłaty.

Informacja zwrotna 3a: Częściowo niepoprawnie. Deklaracja ustawowa jest jednym z wymaganych dokumentów.

Informacja zwrotna 3b: Częściowo niepoprawnie. Te dokumenty są potrzebne, ale niektórych brakuje.

Informacja zwrotna 3c: Świetnie! Są to wszystkie dokumenty wymagane do złożenia wniosku online.

Pytanie 4: Czy Twoja firma istnieje legalnie, gdy otrzymasz Akt Założycielski?

- a) Tak



b) Nie

c) Tak, ale nadal musisz wypełnić inne obowiązki

Informacja zwrotna 4a: To nie do końca prawda! Chociaż Akt Założycielski oznacza formalny początek istnienia Twojej firmy, być może będziesz musiał jeszcze wypełnić inne zobowiązania.

Informacja zwrotna 4b: Odpowiedź niepoprawna. Akt założycielski jest kluczowym dokumentem, który potwierdza pomyślną rejestrację Twojej firmy w odpowiednich urzędach, w tym przypadku w Rejestrze Firm na Cyprze.

Informacja zwrotna 4c: Dobra robota! Po otrzymaniu Aktu Założycielskiego na Cyprze, Twoja firma jest uważana za prawnie istniejącą i oficjalnie uznaną przez rząd. Mimo to musisz wypełnić inne obowiązki, takie jak uzyskanie niezbędnych licencji, zezwoleń i rejestracji podatkowych, aby w pełni i zgodnie z przepisami działać na Cyprze lub w jakiegokolwiek innej jurysdykcji.

Wniosek: Gratulujemy ukończenia drzewa decyzyjnego w zakresie form prawnych i procedur zakładania firmy na Cyprze. Wykazałeś się zrozumieniem, jakie decyzje musi podjąć przedsiębiorca przed formalnym założeniem firmy, jakie formy prawne firm istnieją i jak je zarejestrować. Teraz wszystko, co musisz zrobić, to spróbować formalnie założyć swój nowy biznes!

10. OCENA

Wyobraź sobie, że musisz założyć firmę na Cyprze. Jakie kroki musisz podjąć, aby to osiągnąć? Proszę wziąć pod uwagę, co musisz zdecydować przed założeniem firmy, np. nazwę i rodzaj firmy oraz jakie dokumenty są wymagane do przeprowadzenia rejestracji firmy.

11. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

12. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

[1] Setting Up a Sole Trader in Cyprus (b.d.). lawyers-cyprus.com.

[2] (b.d.). Κατανοώντας την εταιρεία. Κλάδος Εταιρειών, Τμήμα Εφόρου Εταιρειών και Διανοητικής Ιδιοκτησίας. Κλάδος Εταιρειών, Τμήμα Εφόρου Εταιρειών και Διανοητικής Ιδιοκτησίας. companies.gov.cy.



MODUŁ 10: FORMY PRAWNE I PROCEDURY ZAKŁADANIA FIRMY_GRECJA

1. WPROWADZENIE

Jako nauczyciel powinieneś zacząć od przemówienia motywacyjnego, np.:

"Droży uczniowie,

Rozpoczęcie działalności gospodarczej jest jak wyruszenie w wielką przygodę. Jest to znaczący krok i jak każda ważna decyzja, wiąże się z własnym zestawem wyzwań i nagród. Każdy przedsiębiorca, zanim podejmie decyzję, musi dokonać kluczowych wyborów, a jednym z najbardziej fundamentalnych jest zrozumienie krajobrazu prawnego. Nie chodzi tylko o świetny pomysł lub produkt; chodzi również o prawidłowe założenie firmy od samego początku".

Po tym przemówieniu następuje krótkie wprowadzenie do lekcji i celów nauczania:

Dzisiaj skupiamy się na szczegółach związanych z założeniem firmy w Grecji. Przeanalizujemy dostępne struktury prawne, omówimy ich zalety i wady oraz przejdziemy krok po kroku przez proces rejestracji. Pod koniec tej sesji będziesz mieć jasną mapę drogową, jak legalnie założyć firmę w Grecji, dzięki czemu, kiedy zdecydujesz się zacząć, od samego początku będziesz na solidnym gruncie.

2. CELE SZKOLENIA

- Zapoznaj się z decyzjami podejmowanymi przed założeniem firmy.
- Zapoznaj się z popularnymi formami prawnymi i kryteriami ich wyboru.
- Zidentyfikuj plusy i minusy każdej formy prawnej.
- Poznaj procedury rejestracji w Grecji.

3. EFEKTY UCZENIA SIĘ

- Zdolność do podejmowania świadomych decyzji przed rozpoczęciem działalności gospodarczej.
- Wiedza pozwalająca na wybór najodpowiedniejszej formy prawnej dla prowadzonej działalności.
- Dogłębne zrozumienie korzyści i pułapek każdej formy prawnej.
- Jasny plan rejestracji firmy w Grecji.

4. METODY KSZTAŁCENIA:

- Zapoznanie się z polecaną literaturą i zasobami internetowymi
- Ocena wiedzy na podstawie wyników z aktywności grupowej
- Ocena i zdolność do założenia i zarejestrowania spółki.



5. WYNIKI - ZDOBYTE KOMPETENCJE (W POWIĄZANIU Z ENTRE-COMP) ¹¹

- **Pomysły i możliwości:**
 1. Wizja
 2. Docenianie pomysłów
 3. Dostrzeganie możliwości
 4. Etyczne i zrównoważone myślenie
- **Zasoby:**
 1. Mobilizowanie innych
 2. Mobilizacja zasobów
 3. Wiedza finansowa i ekonomiczna
- **Do działania:**
 1. Przejmowanie inicjatywy
 2. Planowanie i zarządzanie
 3. Radzenie sobie z niejednoznacznością, niepewnością i ryzykiem
 4. Współpraca z innymi

6. SPRZĘT I ZASOBY:

- Komputer
- Projektor lub telewizor
- Dostęp do Internetu
- Materiały informacyjne dotyczące formularzy prawnych i procesu rejestracji
- Broszura - studia przypadków

7. ROZGRZEWKA (15 MIN.)

1. Szybki quiz:

Instrukcje: Rozdaj krótki quiz lub udostępnij link cyfrowy, jeśli korzystasz z platformy internetowej. Ten quiz posłuży jako punkt odniesienia do określenia aktualnej wiedzy uczniów na ten temat.

Przykładowe pytania:

- a) Która z poniższych form prawnych jest powszechną formą prawną spółki w Grecji?
- Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC)
 - Société Anonyme (A.E.)
 - Spółka akcyjna (PLC)
 - Jednoosobowa działalność gospodarcza

¹¹ <https://entre-comp.eu/>



- b) Początkowy wymóg kapitałowy dla A.E (Société Anonyme) wynosi:
- 1 000 €
 - 10 000 €
 - 25 000 €
 - 50 000 €
- c) Która forma prawna jest najbardziej odpowiednia dla małej firmy z jednym właścicielem?
- A.E. (Société Anonyme)
 - O.E. (Spółka jawna)
 - E.E. (spółka komandytowa)
 - E.Π.E. (Przedsiębiorstwo prywatne)
- d) W jakim mieście znajduje się główny urząd rejestracji działalności gospodarczej w Grecji?
- Saloniki
 - Heraklion
 - Ateny
 - Patras
- e) Który z poniższych NIE jest obowiązkowym krokiem w procesie rejestracji firmy?
- Uzyskanie numeru identyfikacji podatkowej.
 - Otwarcie firmowego konta bankowego.
 - Reklama firmy w lokalnej gazecie.
 - Rejestracja w Izbie Handlowej.

2. Sesja wymiany informacji:

- **Konfiguracja:** ustaw uczestników w kręgu lub użyj oddzielnych pokoi, jeśli jesteś online. Sprzyja to otwartości i zapewnia, że każdy jest wizualnie dostępny.
- **Instrukcje:** *"Poświęćmy teraz kilka minut, aby każdy mógł opowiedzieć trochę o sobie. Przedstaw się, opisz wszelkie aspiracje przedsiębiorcze, jakie możesz mieć, i powiedz jedną rzecz, której masz nadzieję się nauczyć lub zyskać dzięki dzisiejszej sesji".*
- **Moderowana wymiana informacji:** Rozpocznij sesję od przedstawienia się i odpowiedzi na te same pytania, aby nadać ton i sprawić, by wszyscy czuli się komfortowo. Kiedy każdy uczeń będzie się dzielił, pokaż, że uznajesz jego aspiracje i oczekiwania wynikające z lekcji. To nie tylko sprawia, że czują się wysłuchani, ale także pomaga dostosować zajęcia w czasie rzeczywistym, aby rozwiązać ich problemy.



- Po zakończeniu wykorzystaj informacje zebrane podczas quizu i sesji wymiany informacji, aby dostosować swoje podejście podczas prezentacji, kładąc nacisk na obszary, w których uczniom brakuje wiedzy lub wykazali żywe zainteresowanie.

8. PREZENTACJA (35 MIN)

- Prezentacja Power point na lekcję + praktyczne przykłady.**
- Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
 - A. Objaśnienie efektów uczenia się lekcji
 - B. Nauczyciel wprowadza treści modułu 10
 - Jakie decyzje należy podjąć przed formalnym założeniem firmy?
 - Jakie są formy prawne firm oraz jakie są ich wady i zalety?
 - Jak przeprowadzić rejestrację firmy?
 - C. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
 - Wideo - Wywiad z przedsiębiorcą

9. AKTYWNOŚĆ GRUPOWA

Konfiguracja: Podziel uczniów na małe grupy i rozdaj każdej z nich broszurę ze scenariuszem lub link do interaktywnej platformy online, jeśli jest dostępna. Każda decyzja, którą podejmą, doprowadzi ich do nowego zestawu wyzwań.

Scenariusz: *"Zdecydowałeś się założyć firmę w Grecji. Co zrobisz dalej?"*

Start: Masz innowacyjny pomysł na rynek internetowy, który łączy lokalnych greckich rzemieślników z globalnymi konsumentami. Twoje początkowe finansowanie wynosi 15 000 €.

Punkt 1 decyzji: Wybór formy prawnej

- a) A.E. (Société Anonyme)
- b) E.Π.E. (Przedsiębiorstwo prywatne)
- c) E.E. (spółka komandytowa)

Wyzwania:

- Dla A.E.: Wiedząc, że minimalny wymagany kapitał wynosi 25 000 euro, w jaki sposób wypełnisz lukę w finansowaniu?
- Dla E.Π.E.: Dowiadujesz się, że proces biurokratyczny jest dość usprawniony, ale potencjalny inwestor preferuje struktury A.E. Jak go przekonać?
- Dla E.E.: Twój partner biznesowy waha się co do zobowiązań osobistych. Jak sobie z tym poradzisz?

**Punkt 2 decyzji: Kroki rejestracji firmy**

- a) Rejestracja w Izbie Handlowej.
- b) Otwarcie firmowego konta bankowego.
- c) Uzyskanie numeru identyfikacji podatkowej.

Wyzwania:

- Dot. Izby Handlowej: Urzędnik informuje o trzytygodniowym opóźnieniu z powodu zaległości. Jak poradzić sobie z tym opóźnieniem bez wpływu na harmonogram działań?
- Dot. konta bankowego: Bank wymaga dodatkowej dokumentacji dotyczącej biznesplanu i prognoz. Jak ją przygotować?
- Dot. identyfikacji podatkowej: Lokalny urząd skarbowy prosi o dowód posiadania fizycznej powierzchni biurowej. W jaki sposób to zapewnić?

Punkt 3: Pierwsza przeszkoda biznesowa

- a) Kluczowy dostawca (rzemieślnik) rezygnuje na kilka tygodni przed wejściem na rynek.
- b) Konkurent zapowiada podobną platformę.
- c) Twoja witryna stoi przed wyzwaniami związanymi z bezpieczeństwem.

Wyzwania:

- Dot. dostawcy, który rezygnuje: Czy opóźnisz wejście na rynek, znajdujesz szybkie zastępstwo, czy kontynuujesz bez niego?
- Dot. konkurenta: Czy zmieniasz swoją strategię marketingową, szukasz partnerstwa, czy różnicujesz swoje usługi?
- Dot. problemów z bezpieczeństwem: Czy zatrudniasz zewnętrzną firmę zajmującą się cyberbezpieczeństwem, opóźniasz uruchomienie do czasu rozwiązania problemów, czy też wprowadzasz zastrzeżenia (disclaimers)?

Wnioski: Po tym, jak uczniowie zapoznają się ze scenariuszem i punktami decyzji, zbierzcie się ponownie i omówcie decyzje podjęte przez każdą grupę, przyczyny ich wyborów i wyniki. Pozwoli to na kompleksowe zrozumienie złożoności związanej z założeniem firmy w Grecji oraz znaczenia przygotowania się na różne wyzwania.

10. OCENA

Grupowe informacje zwrotne nt. ćwiczenia.

Ten segment ma na celu zachęcenie do refleksyjnej dyskusji na temat aktywności grupowej.

Instrukcje:

1. **Podsumowanie:** Zaczynij od krótkiego podsumowania przez każdą grupę wyborów, których dokonała podczas ćwiczenia grupowego i rezultatów, jakie osiągnęła.
2. **Punkty dyskusji:**



- Czy były jakieś szczególne wyzwania, z którymi zmagają się wiele grup? Jeśli tak, to dlaczego?
- Do jakich form prawnych skłaniała się większość grup i jakie były główne powody tych wyborów?
- Czy były jakieś nieoczekiwane rezultaty dokonanych wyborów?
- W jaki sposób scenariusz był zgodny z treścią lekcji i rzeczywistymi implikacjami założenia firmy w Grecji?

3. Refleksja:

- Poproś uczniów, aby opowiedzieli o tym, co zrobiliby inaczej, gdyby mieli jeszcze jedną szansę na realizację tego scenariusza.
- Omów znaczenie przygotowania, badań i zdolności adaptacyjnych w obliczu wyzwań związanych z rozpoczynaniem działalności gospodarczej.

Zakończ sesję, podkreślając kluczowe wnioski i znaczenie praktycznego zastosowania wiedzy w przedsięwzięciach przedsiębiorczych.

11. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

12. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

- [1] Enterprise Greece, Invest & Trade, Setting up a Company in Greece, Athens
<https://www.enterprisegreece.gov.gr/images/public/pdf-files/Setting-up-a-Company-in-Greece.pdf>
- [2]] Official website of the Ministry of Development and Investments, How to register a Business in Greece
<https://www.gov.gr/en/sdg/starting-running-and-closing-business/registering-changing-legal-form-of-or-closing-business/general/how-to-start-business-in-greece/>
- [3] Official website of the Ministry of Development and Investments
<https://www.mindev.gov.gr/?lang=en>
- [4] Your Confidence Accounting & Advisory, Doing Business in Greece, Athens
https://www.yourc.gr/files/YC_Doing-Business-in-Greece.pdf
- [5] Official website of British Hellenic Chamber of Commerce, Establishment of a Limited liability company in Greece
<https://www.bhcc.gr/el/nea/nea-tou-epimelhthriou/77-english/useful-info/168-systash-etaireias-epe-sthn-ellada>

Dalsza lektura:

- [1] "Business Law in Greece", K. D. Kerameus and Phaedon J. Koziris
- [2] "Establishing a Company in Europe", The European Union Chamber of Commerce
- [3] "Entrepreneurship in Greece: A Critical Analysis", Ioannis N. Katsikis
- [4] "Doing Business in Greece: Navigating the Mediterranean Business Culture", George S. Georgiades



[5] *"Greek Company Law"*, Konstantinos Sergakis

[6] *"The Business Environment in Southern Europe: A Regional Perspective"*, Dimitris Katsikas,
Dimitris A. Sotiropoulos, Maria Zafiropoulou



MODUŁ 10: FORMY PRAWNE I PROCEDURY ZAKŁADANIA FIRMY_WŁOCHY

1. WPROWADZENIE

Jako nauczyciel powinieneś zacząć od przemówienia motywacyjnego, np.:

"Drodzy uczniowie,

Każdy potencjalny przedsiębiorca staje przed dwoma kluczowymi dylematami. Kiedy rozpocząć działalność gospodarczą i jaką formę prawną wybrać, aby osiągnąć optymalny sukces i skorzystać z formy prawnej w zależności od rodzaju działalności i klientów, z którymi będą prowadzić interesy.

Jako przyszli przedsiębiorcy ważne jest, abyście rozumieli prawne aspekty zakładania firmy i umieli porównać różne struktury prawne biznesu, badając zalety i wady każdego rodzaju.

Ponadto, aby założyć firmę, musicie znać wszystkie procedury i kroki związane z rejestracją firmy, wiedzieć, gdzie i jak to zrobić.

Aby odnieść sukces jako przedsiębiorcy, musicie być przygotowani, poinformowani i odpowiedzialni!"

Po tym przemówieniu następuje krótkie wprowadzenie do lekcji i celów nauczania:

Treść lekcji przedstawia decyzje, które przedsiębiorca musi podjąć przed rejestracją firmy, kluczowe formy prawne dla start-upów/początkujących, zalety i wady każdego rodzaju i struktury biznesowej oraz procedury rejestracji firmy we Włoszech. Na końcu każdego rozdziału znajdziesz konkretne przykłady i ćwiczenia, które sprawdzą Twoją wiedzę i zrozumienie poruszanych tematów.

2. CELE SZKOLENIA

- Dowiedz się, jakie decyzje musi podjąć przedsiębiorca przed formalnym założeniem firmy.
- Dowiedz się, jakie formy prawne firm istnieją, ich zalety i wady.
- Zapoznaj się z procedurami rejestracji firmy we Włoszech.



3. EFEKTY UCZENIA SIĘ

- Poznanie kluczowych decyzji, które należy podjąć przed formalnym założeniem firmy.
- zilustrowanie najczęstszych formy prawnych rozpoczęcia działalności gospodarczej, ich mocnych i słabych stron.
- Wybór najbardziej odpowiedniej formy dla własnego biznesu.
- Umiejętność zarejestrowania firmy we Włoszech; wiedza, gdzie i jak to zrobić.

4. METODY KSZTAŁCENIA:

- Zapoznanie się z polecaną literaturą i zasobami internetowymi
- Ocena wiedzy na podstawie wyników z drzew decyzyjnych B-ECO
- Ocena oraz zdolność do założenia i zarejestrowania firmy

5. WYNIKI - ZDOBYTE KOMPETENCJE (W POWIĄZANIU Z ENTRE-COMP) ¹²

- **Pomysły i możliwości:**
 1. Wizja
 2. Docenianie pomysłów
 3. Etyczne i zrównoważone myślenie
- **Zasoby:**
 1. Mobilizowanie innych
 2. Mobilizacja zasobów
 3. Wiedza finansowa i ekonomiczna
- **Do działania:**
 1. Przejmowanie inicjatywy
 2. Planowanie i zarządzanie
 3. Radzenie sobie z niejednoznacznością, niepewnością i ryzykiem
 4. Współpraca z innymi

6. SPRZĘT I ZASOBY:

- Komputer
- Projektor lub telewizor
- Dostęp do Internetu

¹² <https://entre-comp.eu/>



7. ROZGRZEWKA (15 MIN.)

A. Dopasuj formy prawne i procedury zakładania firmy:

Instrukcje: Przeciągnij wyrazy z prawej kolumny do odpowiadających im definicji w lewej kolumnie.

Kolumna 1: Definicje	Przeciągnij wyrazy z kolumny 2 do kolumny 1	Kolumna 2: Słowa
A. Osoba pracująca na własny rachunek, która wykonuje pracę "umysłową".		1. Spółka partnerska
B. Rodzaj klasyfikacji przyjętej przez ISTAT, która określa działania, w które firmy mogą się angażować.		2. Jednoosobowa działalność gospodarcza
C. Spółka o elastycznej strukturze z minimalnym kapitałem zakładowym w wysokości 10 000 euro.		3. Freelancer
D. Osoba prawna w formie różnych partnerów, którzy przejmują zarówno prawa, jak i obowiązki wynikające z działalności gospodarczej.		4. Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
E. Osoba fizyczna samodzielnie prowadząca działalność zarobkową na rynku.		5. Klasyfikacja ATECO
Klucz odpowiedzi: Spółka partnerska - D Jednoosobowa działalność gospodarcza - E Freelancer - A Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością - C Klasyfikacja ATECO - B		

8. PREZENTACJA (35 MIN)

- **Prezentacja Power point na lekcję + praktyczne przykłady.**
- Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
- A. Objaśnienie efektów uczenia się lekcji
- B. Nauczyciel wprowadza treści modułu 10
 - Jakie decyzje należy podjąć przed formalnym założeniem firmy?
 - Jakie są formy prawne firm oraz jakie są ich wady i zalety?
 - Jak przeprowadzić rejestrację firmy?
- C. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
 - Wideo - Wywiad z przedsiębiorcą



9. DRZEWO DECYZYJNE

Wprowadzenie: Witamy w drzewie decyzyjnym na temat form prawnych i procedur zakładania firmy we Włoszech. To ćwiczenie sprawdza Twoją wiedzę w oparciu o kompetencje zdobyte podczas tego modułu. Przeczytaj uważnie każde pytanie i wybierz najbardziej odpowiednią odpowiedź.

Pytanie 1: Chcesz założyć firmę we Włoszech. Czego potrzebujesz, aby określić, w jakie działania może zaangażować się Twoja firma?

- a) Niczego nie potrzebujesz
- b) Klasyfikacji ATECO
- c) Nazwy firmy i siedziby firmy

Informacja zwrotna 1a: To nieprawda! Aby założyć firmę we Włoszech, musisz spełnić różne wymagania (np. nazwa firmy, siedziba główna itp.), w tym posiadać klasyfikację ATECO, która jest rodzajem klasyfikacji wymaganej do określenia działalności, w którą może zaangażować się Twoja firma.

Informacja zwrotna 1b: Zgadza się! Aby założyć firmę we Włoszech, musisz posiadać klasyfikację ATECO, która określa działania, w które może zaangażować się Twoja firma.

Informacja zwrotna 1c: Niepoprawnie! Nazwa firmy i siedziba firmy to dwa ważne wymagania przy zakładaniu firmy. Pamiętaj jednak, że jeśli zakładasz działalność gospodarczą we Włoszech, musisz posiadać klasyfikację ATECO określającą działalność Twojej firmy.

Pytanie 2: Właśnie zarejestrowałeś się jako prawnik i chcesz założyć własną firmę. Jaką formę prawną wybrać?

- a) Jednoosobowa działalność gospodarcza
- b) Własna działalność gospodarcza (Freelancer)
- c) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

Informacja zwrotna 2a: To nieprawda. Jednoosobowa działalność gospodarcza odnosi się do wszystkich osób, które samodzielnie prowadzą działalność jako rzemieślnik (tj. ci, którzy wykonują pracę fizyczną) lub kupiec (ci, którzy kupują i odsprzedają towary i usługi).

Informacja zwrotna 2b: Zgadza się! Osoby pracujące na własny rachunek lub freelancerzy to osoby wpisane do rejestru zawodowego, które wykonują pracę umysłową.

Informacja zwrotna 2c: To nie jest prawidłowa odpowiedź. W spółce z ograniczoną odpowiedzialnością kilku wspólników może dzielić się procesem decyzyjnym.

Pytanie 3: Chcesz założyć firmę jako jeden właściciel i mieć pełną kontrolę nad podejmowaniem decyzji. Jaką formę prawną wybrać?

- a) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
- b) Spółka partnerska
- c) Jednoosobowa działalność gospodarcza



Informacja zwrotna 3a: Nie, spółka z ograniczoną odpowiedzialnością może mieć wielu właścicieli i wspólnie podejmować decyzje.

Informacja zwrotna 3b: Odpowiedź nieprawidłowa. Spółka partnerska obejmuje wielu wspólników, którzy dzielą prawa i obowiązki wynikające z działalności gospodarczej.

Informacja zwrotna 3c: Świetnie! Jednoosobowa działalność gospodarcza odnosi się do indywidualnego przedsiębiorstwa posiadającego jednego właściciela, który ma pełną kontrolę nad podejmowaniem decyzji.

Pytanie 4: Jesteś elektrykiem, nie posiadasz kapitału początkowego i prowadzisz działalność na mniejszą skalę. Jaką formę prawną wybrać?

- a) Jednoosobowa działalność gospodarcza
- b) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
- c) Spółka partnerska

Informacja zwrotna 4a: Świetnie! Jednoosobowa działalność gospodarcza jest formą prawną szczególnie odpowiednią dla tych przedsiębiorców, którzy potrzebują kapitału początkowego, prowadzą działalność na mniejszą skalę i głównie z klientami fizycznymi.

Informacja zwrotna 4b: Odpowiedź niepoprawna. Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością może angażować więcej niż jednego wspólnika i wymaga minimalnego kapitału zakładowego w wysokości 10 000 €.

Informacja zwrotna 4c: To nie jest prawidłowa odpowiedź. Spółka partnerska nie wymaga minimalnego udziału w kapitale, ale ma więcej niż jednego wspólnika.

Pytanie 5: Jeśli chcesz założyć jednoosobową działalność gospodarczą, który z trzech poniższych kroków powinienś podjąć?

- a) Udanie się osobiście do właściwego urzędu.
- b) Przedłożenie co najmniej dwóch zawiadomień do właściwego rejestru firm.
- c) Przedłożenie drogą elektroniczną jednolitego komunikatu do właściwego rejestru firm.

Informacja zwrotna 5a: Nie, aby rozpocząć jednoosobową działalność gospodarczą, konieczne jest przedłożenie, wyłącznie drogą elektroniczną, jednego komunikatu do właściwego rejestru firm.

Informacja zwrotna 5b: To nie jest prawidłowa odpowiedź. Aby rozpocząć jednoosobową działalność gospodarczą, należy złożyć tylko jeden komunikat, wyłącznie drogą elektroniczną, do właściwego rejestru firm.

Informacja zwrotna 5c: Zgadza się! Aby rozpocząć jednoosobową działalność gospodarczą, należy złożyć drogą elektroniczną Jednolity Komunikat do właściwego rejestru firm, który umożliwia dopełnienie wszelkich formalności niezbędnych do założenia firmy za pomocą jednej rejestracji.

Wniosek: Gratulujemy ukończenia drzewa decyzyjnego w zakresie form prawnych i procedur zakładania firmy we Włoszech. Wykazałeś się zrozumieniem, jakie decyzje musi podjąć przedsiębiorca przed formalnym założeniem firmy, jakie formy prawne firm istnieją i jak je



zarejestrować. Teraz wszystko, co musisz zrobić, to spróbować formalnie założyć swój nowy biznes!

10. OCENA

Chcesz formalnie założyć własną działalność gospodarczą:

1. Określ nazwę, siedzibę i działalność swojej firmy.
2. Zweryfikuj wybraną nazwę w [Registro Imprese | I dati Ufficiali della Camera di Commercio](#).
3. Wybierz najbardziej odpowiednią formę prawną dla swojej firmy.
4. Sprawdź nazwę firmy i działalność w bazie "digital box of entrepreneurs". [Il cassetto digitale dell'imprenditore \(italia.it\)](#).

11. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

12. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

- [1] Unioncamere (2023). Cos'è SPID ([italia.it](#))
- [2] Italian Chamber of Commerce (2023). [Registro Imprese | I dati Ufficiali della Camera di Commercio](#)
- [3] Studio Ferrari (2023). [TYPES OF COMPANIES IN ITALY: CHARACTERISTICS AND TAXATION - STUDIO LEGALE E COMMERCIALE FERRARI & ASSOCIATI ROMA \(studioferrari.com\)](#)
- [4] University 2 Business (2023). [Faccio una startup: come scegliere il tipo di società \(onlus, srl, srls, ditta individuale...\) \(university2business.it\)](#)
- [5] Italian Chamber of Commerce (2023). [Società di persone e di capitale | Registro Imprese](#)
- [6] Unioncamere (2023). [Home - impresainungiorno.gov.it](#)
- [7] Depositi e Istanze, Registro Imprese (2023). [DIRE - Depositi e Istanze Registro Imprese](#)
- [8] Infocamere (2023). [FedraPlus e plug-in \(infocamere.it\)](#)



MODUŁ 10: FORMY PRAWNE I PROCEDURY ZAKŁADANIA FIRMY_POLSKA

1. WPROWADZENIE

Jako nauczyciel powinieneś zacząć od przemówienia motywacyjnego, np.:

"Drodzy uczniowie,

Założenie firmy jest dla wielu osób bardzo ważne - jest punktem zwrotnym w karierze, a nawet w całym życiu. Rejestracja działalności gospodarczej nie należy do najtrudniejszych zadań. Otwierając działalność gospodarczą, znacznie więcej uwagi należy poświęcić kwestiom podejmowania ważnych decyzji. Dokonane wybory będą miały kluczowy wpływ na efektywne funkcjonowanie nowego przedsiębiorstwa.

Sprawdźmy więc, jak założyć firmę i z czym się to wiąże"

Po tym przemówieniu następuje krótkie wprowadzenie do lekcji i celów nauczania:

Każdy potencjalny przedsiębiorca staje przed dwoma kluczowymi dylematami. Kiedy rozpocząć działalność gospodarczą i jaką formę prawną wybrać, aby osiągnąć optymalny sukces i skorzystać z formy prawnej w zależności od rodzaju działalności i klientów, z którymi będzie prowadził interesy. Treść modułu przedstawia decyzje, jakie przedsiębiorca musi podjąć przed rejestracją firmy, dwie kluczowe formy prawne dla start-upów/początkujących, wady i zalety każdej z nich oraz procedury rejestracji spółki w Polsce.

2. CELE SZKOLENIA

- Zrozum kluczowe decyzje przed formalnym założeniem firmy
- Zapoznaj się z najczęściej spotykanymi formami prawnymi rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej i wybierz odpowiednią formę.
- Zidentyfikuj mocne i słabe strony każdej formy prawnej przedsiębiorstwa
- Dowiedz się, gdzie i jak zarejestrować firmę.

3. EFEKTY UCZENIA SIĘ

- Zrozumienie różnic między poszczególnymi formami spółek.
- Poznanie charakterystyki zakładania firmy w Polsce.
- Identyfikacja zalet i wad jednoosobowej działalności gospodarczej i sp. z o.o.
- Posiadanie wiedzy, jak wybrać nazwę firmy.



4. METODY KSZTAŁCENIA:

- Zapoznanie się z polecaną literaturą i zasobami internetowymi
- Ocena wiedzy na podstawie wyników z drzew decyzyjnych B-ECO
- Ocena oraz zdolność do założenia i zarejestrowania firmy

5. WYNIKI - ZDOBYTE KOMPETENCJE (W POWIĄZANIU Z ENTRE-COMP) ¹³

- **Pomysły i możliwości:**
 1. Wizja
 2. Docenianie pomysłów
 3. Kreatywność
- **Zasoby:**
 1. Motywacje i wytrwałość
 2. Samoświadomość i poczucie własnej skuteczności
 3. Mobilizacja zasobów
- **Do działania:**
 1. Przejmowanie inicjatywy
 2. Planowanie i zarządzanie
 3. Radzenie sobie z niejednoznacznością, niepewnością i ryzykiem
 4. Współpraca z innymi

6. SPRZĘT I ZASOBY:

- Komputer
- Projektor lub telewizor
- Dostęp do Internetu

7. ROZGRZEWKA (15 MIN.)

A. Przeciągnij słowa: Jednoosobowa działalność gospodarcza

Instrukcje: Przeciągnij słowa i umieść je w odpowiednim miejscu.

W przypadku _____ nazwa musi zawierać co najmniej _____ jej założyciela. Musi to działać w ten sposób, ponieważ inne _____ biznesowe powinny być w stanie jasno określić, kto prowadzi daną firmę. Do imienia i nazwiska można dodać inne elementy, które opisują Twój profil _____. Możesz zarejestrować firmę w wieku _____ lat, dzięki czemu jesteś osobą pełnoletnią i ponosisz pełną odpowiedzialność za swoje działania oraz masz pełną zdolność do podejmowania decyzji. Musisz _____ swoją działalność w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej - CEIDG.

¹³ <https://entre-comp.eu/>



Klucz odpowiedzi:

1. jednoosobowej działalności gospodarczej
2. imię i nazwisko
3. podmioty
4. biznesowy
5. osiemnastu
6. zarejestrować

8. PREZENTACJA (35 MIN)

- Prezentacja Power point na lekcję + praktyczne przykłady.
- Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
- A. Objaśnienie efektów uczenia się lekcji
- B. Nauczyciel wprowadza treści modułu 10
 - Różnice pomiędzy poszczególnymi formami spółek
 - Kluczowe cechy założenia firmy w Polsce
 - Zalety i wady jednoosobowej działalności gospodarczej i sp. z o.o.
 - Jak wybrać nazwę firmy
- C. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
 - Wideo - Wywiad z przedsiębiorcą (<https://www.youtube.com/watch?v=vT6zycAMjv0>)

9. DRZEWO DECYZYJNE

Wprowadzenie: Witamy w drzewie decyzyjnym dot. przygody z założeniem firmy w Polsce. To ćwiczenie ma na celu sprawdzenie Twojej wiedzy i umiejętności podejmowania decyzji dotyczących form prawnych w różnych sytuacjach. Przeczytaj uważnie każde pytanie i wybierz najbardziej odpowiednią odpowiedź.

Pytanie 1: Jakie cechy charakteryzują "jednoosobową działalność gospodarczą"?

- a) W przypadku zakładania Jednoosobowej Działalności Gospodarczej konieczne jest ukończenie 20 roku życia
- b) Preferencyjne składki przez pierwsze dwa lata
- c) Istnieje ograniczona odpowiedzialność właściciela za zobowiązania firmy

Informacja zwrotna 1a: To nieprawda. Aby rozpocząć jednoosobową działalność gospodarczą, musisz mieć ukończone 18 lat.

Informacja zwrotna 1b: Świetny wybór! Przez pierwsze 2 lata przedsiębiorcy przysługują preferencyjne składki na ZUS.

Informacja zwrotna 1c: To nie jest prawidłowa odpowiedź. Jest na odwrót - istnieje nieograniczona odpowiedzialność właściciela za zobowiązania firmy.



Pytanie 2: Jakie są kluczowe cechy spółki z ograniczoną odpowiedzialnością?

- a) Prowadzenie pełnej księgowości
- b) Wszyscy członkowie ponoszą osobistą odpowiedzialność za wszystkie zobowiązania spółki.
- c) Kapitał początkowy nie jest wymagany.

Informacja zwrotna 2a: Dobra odpowiedź! Sp. z o.o. jest zobowiązana do prowadzenia pełnej księgowości - księgowania wszystkich operacji przeprowadzanych zgodnie z zasadami rachunkowości.

Informacja zwrotna 2b: Nieprawidłowa odpowiedź! W tego rodzaju biznesie nie odpowiadasz osobiście za zobowiązania firmy.

Informacja zwrotna 2c: To nie jest prawidłowa odpowiedź. Minimalny kapitał wymagany do założenia spółki z o.o. - 5 000 zł

Pytanie 3: Jakie są wady spółki z ograniczoną odpowiedzialnością?

- a) Brak konieczności opłacania ZUS przez wspólników (jeśli w firmie jest co najmniej dwóch wspólników)
- b) Łatwe pozyskiwanie kapitału.
- c) Podwójne opodatkowanie

Informacja zwrotna 3a: Fałsz! - brak konieczności opłacania ZUS przez wspólników sp. z o.o. jest atutem.

Informacja zwrotna 3b: Błędna odpowiedź! Na pewno łatwe pozyskiwanie kapitału jest wielką zaletą sp. z o.o.

Informacja zwrotna 3c: Dobra robota! Nie ma gorszej rzeczy niż podwójne opodatkowanie dla założyciela firmy.

Pytanie 4: Jak założyć firmę w Polsce?

- a) Należy to zrobić osobiście w odpowiednim urzędzie.
- b) Należy wypełnić formularz CEIDG.
- c) Wniosek można również złożyć w dowolnym urzędzie gminy listem poleconym z podpisem wnioskodawcy.

Informacja zwrotna 4a: Odpowiedź nieprawidłowa. Można to zrobić również online, ale wniosek musi być opatrzony kwalifikowanym podpisem elektronicznym.

Informacja zwrotna 4b: Zgadza się. Pierwszym krokiem do założenia firmy jest wypełnienie formularza CEIDG.

Informacja zwrotna 4c: Niepoprawnie! Wniosek można złożyć listem poleconym, ale wówczas podpis wnioskodawcy musi być poświadczony notarialnie.

Podsumowanie: Gratulujemy ukończenia drzewa decyzyjnego nt. informacji związanych z zakładaniem działalności gospodarczej w Polsce. Wykazałeś się zrozumieniem, jakie są cechy rozmaitych przedsiębiorstw i jak założyć firmę.



10. OCENA

Dokonanie rejestracji pro-forma za pośrednictwem portalu internetowego.

11. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

12. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

- [1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave, s. 10-285.
- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Value Proposition Design. <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>, s. 15-38.
- [3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubljana.
- [4] Maurya, A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubljana. www.delajvitko.si.
- [5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) »Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures«; Prentice Hall - Bergant, A.
- [6] Sushanta Maiti (2021): "What is Entrepreneurship? Definition, 5 Types, 5 Scopes, Characteristics, 5 Importance"; https://educationleaves.com/what-is-entrepreneurship/#Definition_of_Entrepreneurship
- [7] Indeed Editorial Team (2021): "12 Pros and Cons of Being an Entrepreneur"; <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/pros-and-cons-of-being-entrepreneur>

**MODUŁ 10: FORMY PRAWNE I PROCEDURY ZAKŁADANIA FIRMY_PORTUGALIA****1. WPROWADZENIE**

Jako nauczyciel powinieneś zacząć od przemówienia motywacyjnego, np.:

"Drodzy uczniowie,

Witamy w module "Formy prawne i procedury zakładania firmy w Portugalii". Ten kompleksowy moduł został starannie opracowany, aby wyposażyć Cię w wiedzę i zasoby potrzebne do przeprowadzenia Cię przez skomplikowany proces zakładania firmy w Portugalii. W świecie, w którym rozwija się przedsiębiorczość i innowacje, zrozumienie ram prawnych dotyczących tworzenia firm jest niezbędnym zestawem umiejętności dla następnego pokolenia. Pod koniec tego modułu nie tylko będziesz dobrze rozumieć zawitości prawne związane z zakładaniem firmy w Portugalii, ale także będziesz lepiej przygotowany do podejmowania świadomych decyzji, które mogą wyznaczyć kurs na Twoją przedsiębiorczą podróż".

Po tym przemówieniu następuje krótkie wprowadzenie do lekcji i celów nauczania:

Moduł ten składa się z trzech części, z których każda ma na celu zajęcie się krytycznymi aspektami zakładania firmy w Portugalii:

W pierwszej części poznasz kluczowe decyzje, które początkujący przedsiębiorcy muszą podjąć przed rozpoczęciem formalnego zakładania firmy. Od wyboru odpowiedniej koncepcji biznesowej po określenie odpowiedniej struktury prawnej, studenci uzyskają wgląd w podstawowe wybory, które mogą znacząco wpłynąć na przyszłość ich firm.

W drugiej części przeanalizowano formy prawne przedsiębiorstw dostępne w Portugalii, przedstawiając informacje na temat każdej opcji wraz z jej zaletami i wadami. Studenci dowiedzą się, jak poruszać się po zawiłościach związanych z wyborem najbardziej odpowiedniej struktury prawnej dla swoich przedsięwzięć przedsiębiorczych.

W ostatniej części poprowadzisz uczniów przez praktyczne kroki związane z procesem rejestracji firmy w Portugalii. Od przygotowania niezbędnej dokumentacji po interakcję z agencjami rządowymi, jednostka ta ma na celu zdemistyfikowanie często onieśmiałającego procesu formalizacji podmiotu gospodarczego.

Twoja rola jako edukatora w kształtowaniu przyszłości liderów biznesu i przedsiębiorców jest kluczowa. Ten moduł służy jako cenne źródło informacji, które umożliwi Ci przekazanie krytycznej wiedzy i umożliwi uczniom pewne poruszanie się po prawnym krajobrazie zakładania firm.



2. CELE SZKOLENIA

- Zidentyfikuj rodzaje struktur własności biznesowej i wymagane czynniki
- Zidentyfikuj najlepszą strukturę prawną dla danego pomysłu na biznes
- Zapoznaj się z wymaganiami podatkowymi dla różnych struktur prawnych
- Zidentyfikuj kroki i dokumenty wymagane do zarejestrowania działalności gospodarczej on-line

3. EFEKTY UCZENIA SIĘ

- Zapoznanie się z kluczowymi decyzjami przed formalnym założeniem firmy.
- Wiedza na temat najczęstszych form prawnych zakładania własnej działalności gospodarczej oraz wiedza, jak wybrać odpowiednią formę.
- Identyfikacja mocnych i słabych stron każdej formy prawnej.
- Wiedza, gdzie i jak zarejestrować firmę.

4. METODY KSZTAŁCENIA:

- Zapoznanie się z polecaną literaturą i zasobami internetowymi
- Ocena wiedzy na podstawie wyników z drzew decyzyjnych B-ECO
- Ocena oraz zdolność do założenia i zarejestrowania spółki

5. WYNIKI - ZDOBYTE KOMPETENCJE (W POWIĄZANIU Z ENTRE-COMP) ¹⁴

- **Pomysły i możliwości:**
 1. Wizja
 2. Docenianie pomysłów
 3. Etyczne i zrównoważone myślenie
- **Zasoby:**
 1. Mobilizacja zasobów
 2. Wiedza finansowa i ekonomiczna
 3. Mobilizowanie innych
- **Do działania:**
 1. Przejmowanie inicjatywy
 2. Planowanie i zarządzanie
 3. Radzenie sobie z niejednoznacznością, niepewnością i ryzykiem

¹⁴ <https://entre-comp.eu/>



6. SPRZĘT I ZASOBY:

- Komputer
- Projektor lub telewizor
- Dostęp do Internetu

7. ROZGRZEWKA (15 MIN.)

A. Dopasuj definicje form prawnych:

Instrukcje: Przeciągnij wyrazy z prawej kolumny do odpowiadających im definicji w lewej kolumnie.

Kolumna 1: Definicje	Przeciągnij wyrazy z kolumny 2 do kolumny 1	Kolumna 2: Słowa
A. Spółka, w której odpowiedzialność jej członków jest ograniczona do ich inwestycji w spółkę. Zapewnia większą ochronę majątku osobistego właścicieli.		1. Jednoosobowa działalność gospodarcza
B. Spółka z akcjami notowanymi na giełdzie, co pozwala jej na pozyskiwanie kapitału od społeczeństwa. Akcjonariusze ponoszą ograniczoną odpowiedzialność.		2. Spółka partnerska
C. Firma będąca własnością i prowadzona przez jedną osobę fizyczną. Właściciel ponosi nieograniczoną odpowiedzialność za długi firmy.		3. Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC)
D. Firma będąca własnością i zarządzana przez dwie lub więcej osób fizycznych, które dzielą zarówno zyski, jak i zobowiązania firmy.		4. Spółka akcyjna (PLC)

Klucz odpowiedzi:

Jednoosobowa działalność gospodarcza - C

Spółka partnerska - D

Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC) - A

Spółka akcyjna (PLC) - B

8. MODUŁ 10 (35 MIN.)

- Prezentacja Power point dla rozdziału 10.1 + praktyczne przykłady.
 - Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
- A. Objaśnienie efektów uczenia się modułu 10
- B. Nauczyciel wprowadza treść rozdziału 10.1
- Jak wybrać nazwę firmy?



- Określenie przedstawiciela firmy
- Ustalenie siedziby firmy
- Działalność firmy

C. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:

- Wideo - Wywiad z przedsiębiorcą (<https://empreendedores.pt/rafael-ferreira/>)

9. ĆWICZENIE

Zastanów się, jaką nazwę nadać firmie, podając przykłady, które uwzględniają: zapamiętywalność, rozpoznawalność i sympatię. W przypadku, gdy uczniowie planują prowadzić działalność gospodarczą na rynkach zagranicznych, przypomnij im, że konieczne jest sprawdzenie, czy wybrana nazwa ma jakiegokolwiek znaczenie w języku lub slangu danego kraju, oprócz tego, że dla tych, którzy chcą być "jednoosobowymi przedsiębiorcami" nazwa firmy, w Portugalii, musi zawierać imię i nazwisko założyciela.

Po wybraniu nazwy uczniowie powinni zweryfikować jej istnienie, korzystając z usług internetowego rejestru spółek (<https://eportugal.gov.pt>).

Oprócz podania nazwy firmy, o ile nie ma się zamiaru zarejestrowania się jako jednoosobowa działalność gospodarcza, osoby uczące się muszą wyznaczyć dyrektora firmy oraz ustalić siedzibę główną i adres firmy przed założeniem firmy.

Wreszcie, uczący się muszą wcześniej zdefiniować działalność firmy za pomocą SEA - Service for Economic Activity (<https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa/balcao-do-empreendedor>), który wskazuje wszystkie możliwe działania, w które firmy mogą się angażować i czy są one regulowane, czy nie.

10. OCENA

Uczniowie muszą określić nazwę, siedzibę i działalność firmy. Sprawdź nazwę firmy w internetowym rejestrze spółek (<https://eportugal.gov.pt>) i rodzaje działalności w bazie danych SEA (<https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa/balcao-do-empreendedor>).

11. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

12. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

[1] Empreendedores (20 sierpnia 2019). *How a personal need gave rise to real estate group... at age 21*. You Tube. <https://www.youtube.com/watch?v=f86nW8tR9B4&t=25s>



- [2] Empreendedores (20 sierpnia 2019). *How a personal need gave rise to a real estate group... at age 21*. <https://empreendedores.pt/>
- [3] Portuguese Public Service Portal (b.d.). On-line Company/Commercial Registry Services. <https://eportugal.gov.pt/espaco-empresa/empresa-online>
- [4] Portuguese Public Service Portal (b.d.). <https://eportugal.gov.pt>
- [5] Portuguese Legal Services. (2 marca 2022). Creating a company is becoming easier, faster, and more convenient. The Empresa na Hora service reduces bureaucracy and streamlines the process. <https://justica.gov.pt/Servicos/Empresa-na-Hora>
- [6] Portuguese Public Service Portal (b.d.). Entrepreneur's Desk/Services for Economic Activity. <https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa/balcao-do-empreendedor>

13. PREZENTACJA ROZDZIAŁU 10.2 (35 MIN)

- **Prezentacja Power point dla rozdziału 10.2 + praktyczne przykłady.**
- Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
 - A. Nauczyciel wprowadza treść rozdziału 10.2
 - Najpopularniejsze formy prawne przedsiębiorstw w Portugalii
 - Jednoosobowa działalność gospodarcza lub osoba wykonująca wolny zawód
 - Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (d.o.o.)
 - Różnice między jednoosobową działalnością gospodarczą a spółką z ograniczoną odpowiedzialnością w Portugalii
 - B. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
 - Wideo - Company Registration in Portugal (<https://www.youtube.com/watch?v=FxilpnEJ02M>)

14. DRZEWO DECYZYJNE

Wprowadzenie: Witamy w drzewie decyzyjnym dotyczącym form prawnych i procedur zakładania firmy w Portugalii. Ćwiczenie to ma na celu sprawdzenie Twojej wiedzy i umiejętności podejmowania decyzji dotyczących odpowiednich form prawnych w różnych sytuacjach. Przeczytaj uważnie każde pytanie i wybierz najwłaściwszą odpowiedź.

Pytanie 1: Jaka jest najczęstsza forma prawna zakładania małej firmy w Portugalii?

- a) Jednoosobowa działalność gospodarcza
- b) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC)
- c) Spółka akcyjna (PLC)

Informacja zwrotna 1a: To nieprawda. Chociaż jednoosobowa działalność gospodarcza jest formą prawną, nie jest to najczęstszy wybór przy zakładaniu małej firmy w Portugalii.



Informacja zwrotna 1b: Świetny wybór! Najczęstszą formą prawną zakładania małej firmy w Portugalii jest spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC). Zapewnia ona ochronę przed odpowiedzialnością i jest odpowiednia dla wielu właścicieli.

Informacja zwrotna 1c: To nie jest prawidłowa odpowiedź. Chociaż spółka akcyjna (PLC) jest formą prawną, nie jest najczęstszym wyborem dla małych firm w Portugalii.

Pytanie 2: Ty i Twoi partnerzy chcecie założyć startup technologiczny i ograniczyć odpowiedzialność osobistą. Jaką formę prawną wybrać?

- a) Jednoosobowa działalność gospodarcza
- b) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC)
- c) Spółka akcyjna (PLC)

Informacja zwrotna 2a: Odpowiedź nieprawidłowa. Jednoosobowa działalność gospodarcza nie zapewnia ochrony przed odpowiedzialnością osobistą. Rozważ inną opcję.

Informacja zwrotna 2b: Świetnie! Aby ograniczyć odpowiedzialność osobistą, należy wybrać spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC). Ta forma prawna zapewnia odrębną podmiotowość prawną dla firmy i chroni majątek osobisty.

Informacja zwrotna 2c: To nie jest prawidłowa odpowiedź. Spółka akcyjna (PLC) nie jest najodpowiedniejszą formą prawną do ograniczenia odpowiedzialności osobistej w startupie technologicznym.

Pytanie 3: Planujesz zaoferować akcje publicznie i wprowadzić je do obrotu na giełdzie. Jaka forma prawna jest do tego odpowiednia?

- a) Jednoosobowa działalność gospodarcza
- b) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC)
- c) Spółka akcyjna (PLC)

Informacja zwrotna 3a: Nie, jednoosobowa działalność gospodarcza nie może oferować akcji publicznie ani wprowadzać ich do obrotu na giełdzie. Wybierz inną opcję.

Informacja zwrotna 3b: Nieprawidłowa. Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC) nie może oferować akcji publicznie ani wprowadzać ich do obrotu na giełdzie. Rozważ inną formę prawną.

Informacja zwrotna 3c: Dobra robota! Jeśli planujesz oferować akcje publicznie i wprowadzać je do obrotu na giełdzie, powinieneś wybrać spółkę akcyjną (PLC). Pozwala to na zwiększenie możliwości pozyskania kapitału i publiczny obrót akcjami.

Pytanie 4: Ty i Twój partner chcecie mieć równą moc decyzyjną i dzielić się zyskami. Jaka forma prawna jest właściwa?

- a) Jednoosobowa działalność gospodarcza
- b) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC)
- c) Spółka akcyjna (PLC)

Informacja zwrotna 4a: Nie, jednoosobowa działalność gospodarcza nie pozwala na równe podejmowanie decyzji ani dzielenie się zyskami z partnerem. Wybierz inną opcję.



Informacja zwrotna 4b: Zgadza się! Aby mieć równą moc decyzyjną i dzielić się zyskami ze swoim partnerem, powinien wybrać spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC). Pozwala na elastyczne struktury własnościowe i dystrybucję zysków.

Informacja zwrotna 4c: Nieprawidłowa. Spółka akcyjna (PLC) niekoniecznie zapewnia równe uprawnienia decyzyjne lub wspólne zyski. Rozważ inną formę prawną.

Pytanie 5: Ty i Twoi partnerzy chcecie założyć firmę ze wspólnym podejmowaniem decyzji i nieograniczoną odpowiedzialnością osobistą. Jaka formę prawną wybrać?

- a) Jednoosobowa działalność gospodarcza
- b) Spółka jawna
- c) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC)
- d) Spółka akcyjna (PLC)

Informacja zwrotna 5a: Odpowiedź nieprawidłowa. Jednoosobowa działalność gospodarcza nie nadaje się do wspólnego podejmowania decyzji i nieograniczonej odpowiedzialności osobistej.

Informacja zwrotna 5b: Zgadza się! Spółka jawna pozwala na wspólne podejmowanie decyzji i nieograniczoną odpowiedzialność osobistą.

Informacja zwrotna 5c: Odpowiedź nieprawidłowa. LLC zapewnia ograniczoną odpowiedzialność osobistą.

Informacja zwrotna 5d: Odpowiedź nieprawidłowa. Spółka akcyjna (PLC) nie jest wymagana do wspólnego podejmowania decyzji i nieograniczonej odpowiedzialności osobistej.

Pytanie 6: Ty i Twoi partnerzy chcecie założyć spółkę ze wspólnym podejmowaniem decyzji i ograniczoną odpowiedzialnością osobistą. Jaka formę prawną wybrać?

- a) Jednoosobowa działalność gospodarcza
- b) Spółka jawna
- c) Spółka komandytowa
- d) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC)

Informacja zwrotna 6a: Odpowiedź nieprawidłowa. Jednoosobowa działalność gospodarcza nie zapewnia ograniczonej odpowiedzialności osobistej.

Informacja zwrotna 6b: Odpowiedź nieprawidłowa. Spółka jawna nie zapewnia ograniczonej odpowiedzialności osobistej.

Informacja zwrotna 6c: Odpowiedź nieprawidłowa. Spółka komandytowa ma ograniczoną odpowiedzialność za niektórych wspólników, ale nie ma wspólnego podejmowania decyzji.

Informacja zwrotna 6d: Zgadza się! LLC oferuje wspólne podejmowanie decyzji i ograniczoną odpowiedzialność osobistą.

Pytanie 7: Planujesz założyć firmę z wieloma udziałowcami i pozyskać kapitał poprzez inwestycje prywatne. Jaka formę prawną wybrać?

- a) Jednoosobowa działalność gospodarcza
- b) Spółka jawna



c) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC)

d) Spółka akcyjna (PLC)

Informacja zwrotna 7a: Niepoprawnie. Jednoosobowa działalność gospodarcza nie jest odpowiednia dla wielu udziałowców i pozyskiwania kapitału.

Informacja zwrotna 7b: Odpowiedź nieprawidłowa. Spółka jawna nie jest odpowiednia dla wielu wspólników i pozyskiwania kapitału.

Informacja zwrotna 7c: Zgadza się! LLC pozwala na wielu udziałowców i prywatne inwestycje przy zachowaniu ograniczonej odpowiedzialności.

Informacja zwrotna 7d: Odpowiedź nieprawidłowa. Spółka akcyjna jest zwykle używana do publicznego obrotu akcjami, a nie do inwestycji prywatnych.

Pytanie 8: Chcesz założyć firmę jako jeden właściciel i mieć pełną kontrolę nad podejmowaniem decyzji. Jaką formę prawną wybrać?

a) Jednoosobowa działalność gospodarcza

b) Spółka jawna

c) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC)

d) Spółka akcyjna (PLC)

Informacja zwrotna 8a: Zgadza się! Jednoosobowa działalność gospodarcza nadaje się do posiadania jednego właściciela i pełnej kontroli nad podejmowaniem decyzji.

Informacja zwrotna 8b: Odpowiedź nieprawidłowa. Spółka jawna obejmuje wielu właścicieli, a nie jednego właściciela.

Informacja zwrotna 8c: Odpowiedź niepoprawna. LLC może mieć wielu właścicieli i wspólne podejmowanie decyzji.

Informacja zwrotna 8d: Odpowiedź nieprawidłowa. Forma PLC jest zwykle używana w dużych firmach z publicznym obrotem akcjami.

Wniosek: Gratulujemy ukończenia drzewa decyzyjnego - formy prawne i procedury zakładania firmy w Portugalii! Wykazałeś się zrozumieniem różnych form prawnych i ich przydatności w określonych sytuacjach. Pamiętaj, aby podczas zakładania firmy w Portugalii skonsultować się z prawnikami lub wiarygodnymi źródłami, aby uzyskać szczegółowe informacje.

15. OCENA

Uczniowie muszą określić nazwę, siedzibę i działalność firmy. Sprawdź nazwę firmy w usługach internetowego rejestru spółek (<https://eportugal.gov.pt>) i rodzaje działalności w bazie danych SEA (<https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa/balcao-do-emprededor>).

16. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)



17. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

- [1] Bellion Partners (b.d.). Portugal Taxation of Business Income. <https://www.bellionpartners.com/taxation-of-business-income>
- [2] Brands Channel (b.d.). The power of EcoTourism in Portugal/Sustainable Destination. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=7wtyAx9mUWg>
- [3] Castro, Luiza (25 marca 2022). How to Create a Business in Portugal: Limited Liability Companies. <https://www.lexidy.com/blog/how-to-create-a-business-in-portugal-limited-liability-companies/>
- [3] Richardson, Federico (3 czerwca 2019). Setting Up a Sole Trader in Portugal. <https://www.lawyers-portugal.com/setting-up-a-sole-trader-in-portugal>
- [4] Simões, Humberto (b.d.). Legal and tax aspects to take into account when opening your business. https://www.oestecim.pt/uploads/Apresentacoes/ApresentacaoHumbertSimoes_28032017.pdf
- [5] Shev, Iryna (b.d.) What types of companies can be formed? <https://pme.pt/tipos-empresas-formas-juridicas/>

18. PREZENTACJA ROZDZIAŁU 10.3 (35 MIN)

- Prezentacja Power point dla rozdziału 10.3 + praktyczne przykłady.
 - Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
- A. Nauczyciel wprowadza treść rozdziału 10.3
- Ogólne: Jak założyć firmę w Portugalii
 - Jak założyć jednoosobową działalność gospodarczą lub niezależną działalność gospodarczą
 - Jak założyć spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością
- B. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
- Wideo - COMO ABRIR UMA EMPRESA EM PORTUGAL - PASSO A PASSO (https://www.youtube.com/watch?v=F_9CCgD1pDY)

19. OCENA

Dokonanie rejestracji pro-forma, osobiście lub za pośrednictwem portalu internetowego.

20. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)



21. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

- [1] High Value Consulting (b.d.). How to Open a Company in Portugal - Step by Step. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=F_9CCgD1pDY
- [2] Portuguese Legal Services (2 marca 2022). Creating a company is becoming easier, faster, and more convenient. The Empresa na Hora service reduces bureaucracy and streamlines the process. <https://justica.gov.pt/Servicos/Empresa-na-Hora>
- [3] Portuguese Public Service Portal (b.d.). <https://eportugal.gov.pt>
- [4] Richardson, Federico (19 listopada 2022). Setting Up LDA in Portugal.
<https://www.companyformationportugal.com/set-up-lda-in-portugal>
- [5] Richardson, Federico. (3 czerwca 2019). Setting Up a Sole Trader in Portugal.
<https://www.lawyers-portugal.com/setting-up-a-sole-trader-in-portugal>
- [6] Simic, Anja (29 września 2021). How to register as a Sole Trader in Portugal.
<https://www.deel.com/blog/how-to-set-up-as-a-sole-trader-in-portugal>



MODUŁ 10: FORMY PRAWNE I PROCEDURY ZAKŁADANIA FIRMY_SŁOWENIA

1. WPROWADZENIE

Jako nauczyciel powinieneś zacząć od przemówienia motywacyjnego, np.:

"Droży uczniowie,

Witamy w ekscytującym świecie form prawnych i procedur zakładania firmy w Słowenii! Ta jednostka jest istotną częścią podróży przedsiębiorczej, zaprojektowaną tak, aby wyposażać Was w wiedzę i umiejętności niezbędne do poruszania się po zawiłościach zakładania firmy.

Zrozumienie prawnych aspektów zakładania firmy jest bardzo istotne dla Was, jako przyszłych przedsiębiorców i profesjonalistów. Niezależnie od tego, czy chcecie założyć własne przedsięwzięcie, czy pracować w świecie biznesu, ta jednostka zapewni Wam solidne wprowadzenie do ram prawnych, które regulują zakładanie firm w Słowenii."

Po tym przemówieniu następuje krótkie wprowadzenie do lekcji i celów nauczania:

W trakcie tego modułu uczniowie zagłębią się w różne formy prawne firm, badając unikalne cechy i zalety każdej z nich. Od jednoosobowych działalności gospodarczych po spółki osobowe, zdobędą kompleksowe zrozumienie opcji dostępnych dla przedsiębiorców w Słowenii.

Ale to nie wszystko! Moduł ten przeprowadzi Cię również krok po kroku przez procedury związane z zakładaniem firmy. Porównaj struktury prawne biznesu i zbadaj zalety i wady każdego rodzaju i struktury biznesowej oraz pomóż odkryć, który typ uczeń uważa za najlepszy dla swojego pomysłu na biznes, a także przedstaw kroki wymagane do zarejestrowania firmy online.

Celem jest sprawienie, aby to doświadczenie edukacyjne było interaktywne, angażujące i miało zastosowanie w rzeczywistych scenariuszach. Uczniowie nie tylko zrozumieją aspekty teoretyczne, ale także zdobędą praktyczne spostrzeżenia, które można bezpośrednio zastosować w ich przyszłych przedsięwzięciach zawodowych.

Pamiętaj, że wiedza zdobyta w tym rozdziale wykracza poza salę lekcyjną; kładzie podwaliny pod przyszły sukces. Wyruszymy więc razem w tę podróż, badając krajobraz prawny zakładania firm w Słowenii i umożliwiając uczniom stanie się pewnymi siebie, poinformowanymi i odpowiedzialnymi przedsiębiorcami.

Przygotuj się na uwolnienie potencjału marzeń i ambicji - zanurzymy się w fascynujący świat form prawnych i procedur zakładania firmy w Słowenii!

2. CELE SZKOLENIA

OGÓLNY CEL SZKOLENIA:

- Zidentyfikuj i przeanalizuj elementy potrzebne do założenia firmy.



SZCZEGÓŁOWE CELE SZKOLENIA:

- Zidentyfikuj rodzaje struktur własności biznesowej i wymagane czynniki
- Zidentyfikuj najlepszą strukturę prawną dla danego pomysłu na biznes
- Zapoznaj się z wymaganiami podatkowymi dla różnych struktur prawnych
- Zidentyfikuj kroki i dokumenty wymagane do zarejestrowania działalności gospodarczej on-line

3. EFEKTY UCZENIA SIĘ

- Zapoznanie się z kluczowymi decyzjami przed formalnym założeniem firmy.
- Znajomość najczęstszych form prawnych zakładania własnej działalności gospodarczej i wiedza, jak wybrać odpowiednią formę.
- Identyfikacja mocnych i słabych stron każdej formy prawnej.
- Wiedza, gdzie i jak zarejestrować firmę.

4. METODY KSZTAŁCENIA:

- Zapoznanie się z polecaną literaturą i zasobami internetowymi
- Ocena wiedzy na podstawie wyników z drzew decyzyjnych B-ECO
- Ocena oraz zdolność do założenia i zarejestrowania spółki

5. WYNIKI - ZDOBYTE KOMPETENCJE (W POWIĄZANIU Z ENTRE-COMP) ¹⁵

- **Pomysły i możliwości:**
 1. Wizja
 2. Docenianie pomysłów
 3. Etyczne i zrównoważone myślenie
- **Zasoby:**
 1. Mobilizacja zasobów
 2. Wiedza finansowa i ekonomiczna
 3. Mobilizowanie innych
- **Do działania:**
 1. Przejmowanie inicjatywy
 2. Planowanie i zarządzanie
 3. Radzenie sobie z niejednoznacznością, niepewnością i ryzykiem

¹⁵ <https://entre-comp.eu/>



6. SPRZĘT I ZASOBY:

- Komputer
- Projektor lub telewizor
- Dostęp do Internetu

7. ROZGRZEWKA (15 MIN.)

A. Dopasuj definicje form prawnych:

Instrukcje: Przeciągnij wyrazy z prawej kolumny do odpowiadających im definicji w lewej kolumnie.

Kolumna 1: Definicje	Przeciągnij wyrazy z kolumny 2 do kolumny 1	Kolumna 2: Słowa
A. Spółka, w której odpowiedzialność wspólników jest ograniczona do ich inwestycji w spółkę. Zapewnia większą ochronę majątku osobistego właścicieli.		1. Jednoosobowa działalność gospodarcza
B. Spółka z akcjami notowanymi na giełdzie, co pozwala jej na pozyskiwanie kapitału od społeczeństwa. Akcjonariusze ponoszą ograniczoną odpowiedzialność.		2. Spółka partnerska
C. Firma będąca własnością i prowadzona przez jedną osobę fizyczną. Właściciel ponosi nieograniczoną odpowiedzialność za długi firmy.		3. Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC)
D. Firma będąca własnością i zarządzana przez dwie lub więcej osób fizycznych, które dzielą zarówno zyski, jak i zobowiązania firmy.		4. Spółka akcyjna (PLC)
Klucz odpowiedzi: Jednoosobowa działalność gospodarcza - C Spółka partnerska - D Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC) - A Spółka akcyjna (PLC) - B		

8. MODUŁ 10 (35 MIN.)

- Prezentacja Power point dla rozdziału 10.1 + praktyczne przykłady.
 - Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
- A. Objaśnienie efektów uczenia się modułu 10
- B. Nauczyciel wprowadza treść rozdziału 10.1
- Jak wybrać nazwę firmy?
 - Określenie przedstawiciela firmy



- Ustalenie siedziby spółki
- Działalność firmy

C. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:

- Wideo - Wywiad z przedsiębiorcą

9. ĆWICZENIE

Zastanów się, jaką nazwę nadać firmie, podając przykłady, które uwzględniają: zapamiętywalność, rozpoznawalność i sympatię. W przypadku, gdy uczniowie planują prowadzić działalność gospodarczą na rynkach zagranicznych, przypomnij im, że konieczne jest sprawdzenie, czy wybrana nazwa ma jakiegokolwiek znaczenie w języku lub slangu danego kraju, a także, że dla tych, którzy chcą być "jednoosobowymi przedsiębiorcami", nazwa firmy w Słowenii musi zawierać imię i nazwisko założyciela.

Po wybraniu nazwy uczniowie powinni zweryfikować jej istnienie, korzystając z usług internetowego rejestru spółek (<https://www.ajpes.si/>).

Oprócz podania nazwy firmy, o ile nie zamiarem jest zarejestrowanie się jako jednoosobowa działalność gospodarcza, osoby uczące się muszą wyznaczyć dyrektora firmy oraz ustalić siedzibę główną i adres firmy przed założeniem firmy.

10. OCENA

Uczniowie muszą określić nazwę, siedzibę i działalność firmy. Sprawdź nazwę firmy w internetowych usługach rejestru spółek (<https://www.ajpes.si/>) i rodzaje działalności w bazie danych SKD (<https://spot.gov.si/sl/dejavnosti-in-poklici/dejavnosti-skd/>).

11. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

12. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

[1] Ajpes.si

[2] SKD <https://www.stat.si/StatWeb/Methods/Classifications>

[3] SPOT; <https://spot.gov.si/sl/>

[4] Registracija podjetje; <http://www.registracija-podjetja.si/pred-ustanovitvijo/kako-odpreti-podjetje>

[5] Uredništvo, Kako ustanoviti podjetje; <https://www.slovenec.org/2020/02/22/podjetje/>



13. PREZENTACJA ROZDZIAŁU 10.2 (35 MIN)

- Prezentacja Power point dla rozdziału 10.2 + praktyczne przykłady.
 - Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
- A. Nauczyciel wprowadza treść rozdziału 10.2
- Najpopularniejsze formy prawne przedsiębiorstw w Słowenii
 - Jednoosobowa działalność gospodarcza lub osoba wykonująca wolny zawód
 - Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (d.o.o.)
 - Różnice między jednoosobową działalnością gospodarczą a spółką z ograniczoną odpowiedzialnością w Słowenii
- B. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
- Wideo - Rejestracja firmy w Słowenii

14. ĆWICZENIE

Refleksja nad różnymi rodzajami form prawnych przedsiębiorstw w Słowenii, od firm indywidualnie utworzonych po firmy utworzone przez więcej niż jedną osobę (podmioty zbiorowe). Uczniowie powinni porównać zalety i wady firm indywidualnie utworzonych i podmiotów zbiorowych, aby wybrać najlepszą opcję biorąc pod uwagę ich pomysł na biznes.

15. DRZEWO DECYZYJNE

Wprowadzenie: Witamy w drzewie decyzyjnym dotyczącym form prawnych i procedur zakładania firmy w Słowenii. Ćwiczenie to ma na celu sprawdzenie Twojej wiedzy i umiejętności podejmowania decyzji dotyczących odpowiednich form prawnych w różnych sytuacjach. Przeczytaj uważnie każde pytanie i wybierz najbardziej odpowiednią odpowiedź.

Pytanie 1: Jaka jest najczęstsza forma prawna zakładania małej firmy w Słowenii?

- a) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC)
- b) Jednoosobowa działalność gospodarcza

Informacja zwrotna 1a: Świetny wybór! Najpopularniejszą formą prawną zakładania małej firmy w Słowenii jest spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC). Zapewnia ochronę przed odpowiedzialnością i jest odpowiednia dla wielu właścicieli.

Informacja zwrotna 1b: To nieprawda. Chociaż jednoosobowa działalność gospodarcza jest formą prawną, nie jest to najczęstszy wybór przy zakładaniu małej firmy w Słowenii

Pytanie 2: Ty i Twoi partnerzy chcecie założyć startup technologiczny i ograniczyć odpowiedzialność osobistą. Jaką formę prawną wybrać?

- a) Jednoosobowa działalność gospodarcza



b) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC)

Informacja zwrotna 2a: Odpowiedź nieprawidłowa. Jednoosobowa działalność gospodarcza nie zapewnia ochrony przed odpowiedzialnością osobistą. Rozważ inną opcję.

Informacja zwrotna 2b: Świetnie! Aby ograniczyć odpowiedzialność osobistą, należy wybrać spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC). Ta forma prawna zapewnia odrębną podmiotowość prawną dla firmy i chroni majątek osobisty.

Pytanie 3: Planujesz zaoferować akcje publicznie i wprowadzić je do obrotu na giełdzie. Jaka forma prawna jest do tego odpowiednia?

a) Jednoosobowa działalność gospodarcza

b) Spółka akcyjna

Informacja zwrotna 3a: Nie, jednoosobowa działalność gospodarcza nie może oferować akcji publicznie ani wprowadzać ich do obrotu na giełdzie. Wybierz inną opcję.

Informacja zwrotna 3b: Dobra robota! Jeśli planujesz oferować akcje publicznie i wprowadzać je do obrotu na giełdzie, powinieneś wybrać spółkę akcyjną (PLC). Pozwala to na większe możliwości pozyskania kapitału i publicznego obrotu akcjami.

Pytanie 4: Ty i Twój partner chcecie mieć równą moc decyzyjną i dzielić się zyskami. Jaka forma prawna jest właściwa?

a) Jednoosobowa działalność gospodarcza

b) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC)

Informacja zwrotna 4a: Nie, jednoosobowa działalność gospodarcza nie pozwala na równe podejmowanie decyzji ani dzielenie się zyskami z partnerem. Wybierz inną opcję.

Informacja zwrotna 4b: Zgadza się! Aby mieć równą moc decyzyjną i dzielić się zyskami ze swoim partnerem, powinieneś wybrać spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC). Pozwala na elastyczne struktury własnościowe i dystrybucję zysków.

Pytanie 5: Planujesz założyć firmę z wieloma udziałowcami i pozyskać kapitał poprzez inwestycje prywatne. Jaką formę prawną wybrać?

a) Jednoosobowa działalność gospodarcza

b) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (LLC)

Informacja zwrotna 5a: Odpowiedź nieprawidłowa. Jednoosobowa działalność gospodarcza nie jest odpowiednia dla wielu udziałowców i pozyskiwania kapitału.

Informacja zwrotna 5b: Zgadza się! LLC pozwala na wielu udziałowców i prywatne inwestycje przy zachowaniu ograniczonej odpowiedzialności.

Wniosek: Gratulujemy ukończenia drzewa decyzyjnego dot. formularzy prawnych i procedury zakładania firmy w Słowenii! Wykazałeś się zrozumieniem różnych form prawnych i ich przydatności w określonych sytuacjach. Pamiętaj, aby skonsultować się z prawnikami lub



wiarygodnymi źródłami w celu uzyskania szczegółowych informacji podczas zakładania firmy w Słowenii.

16. OCENA

Uczniowie muszą określić nazwę, siedzibę i działalność firmy. Sprawdź nazwę firmy w internetowych usługach rejestru spółek (<https://www.ajpes.si/>) oraz rodzaje działalności w bazie danych SKD (<https://spot.gov.si/sl/dejavnosti-in-poklici/dejavnosti-skd/>).

17. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

18. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

- [1] Ajpes.si
- [2] SKD <https://www.stat.si/StatWeb/Methods/Classifications>
- [3] SPOT; <https://spot.gov.si/sl/>
- [4] Registracija podjetje; <http://www.registracija-podjetja.si/pred-ustanovitvijo/kako-odpreti-podjetje>
- [5] Uredništvo, Kako ustanoviti podjetje; <https://www.slovenec.org/2020/02/22/podjetje/>

19. PREZENTACJA ROZDZIAŁU 10.3 (35 MIN)

- Prezentacja Power point dla rozdziału 10.3 + praktyczne przykłady.
- Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
 - A. Nauczyciel wprowadza treść rozdziału 10.3
 - Ogólne: Jak założyć firmę w Słowenii?
 - Jak założyć jednoosobową działalność gospodarczą lub niezależną działalność gospodarczą
 - Jak założyć spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością
 - B. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
 - Wideo - Proces rejestracji

20. OCENA

Dokonanie rejestracji pro-forma osobiście lub za pośrednictwem portalu internetowego.



21. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

22. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

- [1] Ajpes.si
- [2] SKD <https://www.stat.si/StatWeb/Methods/Classifications>
- [3] SPOT; <https://spot.gov.si/sl/>
- [4] Registracija podjetje; <http://www.registracija-podjetja.si/pred-ustanovitvijo/kako-odpreti-podjetje>
- [5] Uredništvo, Kako ustanoviti podjetje; <https://www.slovenec.org/2020/02/22/podjetje/>



MODUŁ 11: PROJEKTOWANIE SKUTECZNEJ PREZENTACJI I ZASADY PREZENTACJI

1. WPROWADZENIE

Jako nauczyciel powinieneś zacząć od przemówienia motywacyjnego, np.:

"Droży uczniowie,

W świecie biznesu i przedsiębiorczości przejrzystość i skuteczność komunikacji są najważniejsze. Każdy przedsiębiorca, niezależnie od branży, w której działa, w pewnym momencie będzie musiał zaprezentować publiczności swoje pomysły, plany czy produkty. Może to dotyczyć potencjalnych inwestorów, klientów, a nawet ich własnych zespołów. Sukces tych prezentacji często zależy od dwóch rzeczy: jakości treści i skuteczności ich dostarczania. Nie chodzi tylko o umieszczenie informacji na slajdzie; chodzi o skonstruowanie przekazu w sposób jasny, zwięzły i przekonujący.

Dziś naszym celem jest zagłębienie się w zasady skutecznej prezentacji. Naszym celem jest wyposażenie Cię w narzędzia i techniki, które poprawią zarówno projektowanie slajdów, jak i sposób dostarczania wiadomości. Pod koniec tej sesji powinieneś być lepiej przygotowany do przedstawienia swoich pomysłów w sposób, który jest nie tylko pouczający, ale także angażujący, zapewniając, że Twoi odbiorcy dobrze zrozumieją i zapamiętają kluczowe punkty.

Po tym przemówieniu następuje krótkie wprowadzenie do lekcji i celów nauczania.

2. CELE SZKOLENIA

- Zrozum znaczenie skutecznych prezentacji w świecie przedsiębiorczości.
- Rozpoznaj typowe problemy związane z prezentacjami i dowiedz się, jak ich uniknąć.
- Poznaj elementy, które sprawiają, że prezentacja jest wciągająca i zapadająca w pamięć.

3. EFEKTY UCZENIA SIĘ

- Projektowanie ustrukturyzowanej i atrakcyjnej prezentacji.
- Efektywne korzystanie z pomocy wizualnych i slajdów, aby wzmocnić przekaz.
- Przedstawianie prezentacji w sposób pewny, z utrzymaniem zaangażowania publiczności.

4. METODY KSZTAŁCENIA:

- Interaktywne wykłady
- Dyskusje grupowe i burza mózgów
- Ćwiczenia praktyczne: projektowanie slajdów i prezentacje próbne
- Sesje wzajemnej informacji zwrotnej



5. WYNIKI - ZDOBYTE KOMPETENCJE (W POWIĄZANIU Z ENTRE-COMP) ¹⁶

- **Pomysły i możliwości:**
 1. Wizja
 2. Docenianie pomysłów
 3. Kreatywność
- **Zasoby:**
 1. Motywacje i wytrwałość
 2. Samoświadomość i poczucie własnej skuteczności
 3. Mobilizacja zasobów
 4. Mobilizowanie innych
- **Do działania:**
 1. Przejmowanie inicjatywy
 2. Planowanie i zarządzanie
 3. Uczenie się przez doświadczenie

6. SPRZĘT I ZASOBY:

- Komputer
- Projektor lub telewizor
- Dostęp do Internetu
- Flipcharty i markery do burzy mózgów
- Materiały informacyjne zawierające wskazówki dotyczące projektowania prezentacji

7. ROZGRZEWKA (15 MIN.)

Ćwiczenie: "Zła vs. dobra prezentacja"

Pokaż dwa krótkie klipy: jeden przedstawiający źle zrealizowaną prezentację, a drugi - efektywną. Po obejrzeniu zainicjuj krótką dyskusję na temat zauważalnych różnic między nimi.

8. PREZENTACJA (35 MIN)

- **Prezentacja Power point na lekcję + praktyczne przykłady.**
- Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
 - A. Objaśnienie efektów uczenia się modułu
 - B. Prowadzący wprowadza efekty uczenia się modułu 11:
 - Przygotowanie prezentacji - Zasady ogólne
 - Jak zaprojektować skuteczną prezentację

¹⁶ <https://entre-comp.eu/>



- Praktyczne narzędzia
- C. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów

9. ĆWICZENIE - DOSTOSOWANIE SIĘ DO ODBIORCÓW

Wprowadzenie:

"Każda grupa odbiorców ma swój unikalny zestaw oczekiwań, bazę wiedzy i zainteresowania. Dostosowanie prezentacji do nich może decydować o różnicy między zaangażowaniem a brakiem zainteresowania. W tym ćwiczeniu zbadamy, w jaki sposób ten sam podstawowy pomysł biznesowy może być prezentowany w różny sposób w zależności od odbiorców".

Scenariusz: Opracowaliście innowacyjny system oczyszczania wody, który zużywa minimalną ilość energii i zapewnia czystą wodę pitną za ułamek kosztów obecnych rozwiązań rynkowych.

Etap 1: Potencjalni inwestorzy

Cel: Przekonanie ich o rentowności finansowej i potencjalnym zwrocie z inwestycji.

Treść: Zaczynaj od luki rynkowej w zakresie przystępnych cenowo rozwiązań oczyszczających, przewidywanego wzrostu rynku, przewagi konkurencyjnej i potencjalnego zwrotu z inwestycji.

Styl: Profesjonalny, oparty na danych i na temat. Używaj liczb, wykresów i wykresów, aby uzasadnić twierdzenia.

Wizualizacje: Prognozy finansowe, wykresy słupkowe porównujące koszty z potencjalnymi konkurentami, mapa drogowa wdrożenia produktu.

Etap 2: Spotkanie ze społecznością

Cel: Podkreślenie korzyści płynących z produktu dla lokalnej społeczności i środowiska.

Treść: Rozwiązanie problemów związanych z niedoborem wody w społeczności, korzyściami zdrowotnymi płynącymi z czystej wody pitnej oraz korzyściami środowiskowymi wynikającymi z zastosowania energooszczędnego rozwiązania.

Styl: Empatyczny, skoncentrowany na rozwiązaniach i relacyjny. Podziel się osobistymi historiami lub świadectwami.

Wizualizacje: Zdjęcia jakości wody przed i po, referencje od użytkowników pilotażowych, infografiki dotyczące korzyści zdrowotnych i środowiskowych.

Etap 3: Zespół ekspertów technicznych

Cel: Zagłębić się w techniczne działanie produktu i udowodnij jego wykonalność i zalety.

Treść: Szczegółowe wyjaśnienie technologii oczyszczania, porównanie z istniejącymi metodami, specyfikacje techniczne i wyniki testów pilotażowych.

Styl: Szczegółowy, dokładny i otwarty na pytania techniczne. Przygotuj się na skok na głęboką wodę.



Wizualizacje: Schematy produktu, schematy procesu oczyszczania, specyfikacje techniczne i tabele z wynikami testów pilotażowych.

Podsumowanie: *"Po dokonaniu prezentacji w każdym scenariuszu zbierz informacje zwrotne od rówieśników na temat skuteczności, przejrzystości i zaangażowania. Omów znaczenie adaptacji do potrzeb odbiorców i zastanów się nad ulepszeniami".*

Pod koniec tego ćwiczenia uczniowie powinni mieć jasne zrozumienie niuansów związanych z dostosowywaniem prezentacji do różnych odbiorców, co zapewni zarówno trafność, jak i zaangażowanie.

10. OCENA

Prezentacja próbna: Każdy uczeń wygłasza krótką prezentację na dany temat. Rówieśnicy i nauczyciel przekazują informacje zwrotne na podstawie treści, projektu i sposobu realizacji.

Test pisemny: Krótki quiz na temat najlepszych praktyk w projektowaniu i wygłaszaniu prezentacji.

11. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

12. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

- [1] Roberto Cipolla, How to prepare and deliver a presentation, Department of Engineering, University of Cambridge.
https://www.academia.edu/83263689/How_to_prepare_and_deliver_a_presentation
- [2] M. Shepherd, how to give an effective presentation using PowerPoint, John Wiley&Sons, EDN Winter 2006, 3(3).
https://www.academia.edu/29912499/How_to_give_an_effective_presentation_using_PowerPoint
- [3] Carl Storz, Oral presentation skills, a practical guide, EVERY FRANCE, 2002.
https://www.academia.edu/4062835/ORAL_PRESENTATION_SKILLS_A_PRACTICAL_GUIDE
- [4] Garr Reynolds, Design Tips, Presentation Zen, <https://www.garreynolds.com/design-tips>
- [5] Alemdar Yalçın, Nursel Yalçın, How to get best results from a presentation? How to increase effectiveness of a presentation?, Procedia-Social and Behavioral Sciences,9, 2020, s. 480-486
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042810022895>
- [6] Joanna K. Garner, Michael P. Alley, How the Design of Presentation Slides Affects Audience Comprehension: A case for the Assertion-Evidence Approach, TEMPUS Publications, International Journal of Engineering Education, 29(6), s. 1564-1579, 2013.
http://writing.engr.psu.edu/ae_comprehension.pdf



MODUŁ 12: ŹRÓDŁA FINANSOWANIA (ŚRODKI BEZZWROTNE I ZWROTNE)

1. WPROWADZENIE

Jako nauczyciel powinieneś zacząć od przemówienia motywacyjnego, np.:

"Droży uczniowie,

Kluczowym aspektem firmy rozpoczynającej działalność jest jej zdolność do przyciągania inwestycji. Dla wielu założycieli firm poszukiwanie finansowania i inwestorów dla start-upu stanowi jedną z głównych przeszkód w realizacji pomysłu na biznes.

Jak widzieliśmy w poprzednich lekcjach, potrzeba czegoś więcej, aby mieć innowacyjny pomysł na rozpoczęcie działalności gospodarczej. Konieczne jest również posiadanie skalowalnego modelu biznesowego, który może się szybko rozwijać, a zatem wymaga inwestycji, aby utrzymać tempo wzrostu.

Rozpoczęcie działalności gospodarczej, ocena modelu biznesowego i przyciągnięcie inwestycji wymagają określonej wiedzy i umiejętności.

Ważne jest, abyście, jako przyszli przedsiębiorcy, znali wszystkie etapy cyklu życia startupu, aby "mieć mapę" przedsiębiorczej podróży, którą podejmiecie. Pozwoli Wam to zminimalizować ryzyko i zrozumieć, jak i jakie źródła finansowania wybrać.

Przedsiębiorstwo typu start-up ma do dyspozycji różne metody finansowania w celu wsparcia swojego projektu, z których każda ma swoje cechy szczególne. Finansowanie start-upu to długi proces, który należy ocenić i ostrożnie przeprowadzić".

Po tym przemówieniu następuje krótkie wprowadzenie do lekcji i celów nauczania:

Poniższa lekcja wyjaśnia różne fazy rozwoju firmy i sposoby finansowania firmy rozpoczynającej działalność, przedstawia różne źródła finansowania, o które przedsiębiorcy mogą się ubiegać, aby wesprzeć swoje projekty. Na końcu każdego rozdziału znajdziesz konkretne przykłady i ćwiczenia, które sprawdzą Twoją wiedzę i zrozumienie poruszanych tematów.

2. CELE SZKOLENIA

- Poznaj podstawy dot. źródeł finansowania firm
- Dowiedz się, jak wygląda cykl życia firmy i jak każda faza wymaga różnych źródeł finansowania
- Zrozumienie różnicy między finansowaniem kapitałowym a dłużnym
- Zapoznaj się z różnymi źródłami finansowania



3. EFEKTY UCZENIA SIĘ

- Poznanie podstaw źródeł finansowania firmy
- Ilustrowanie cyklu życia firmy i rozpoznawanie różnych źródeł finansowania dla każdego etapu
- Definiowanie różnicy między finansowaniem kapitałowym a dłużnym
- Umiejętność wyboru różnych źródeł finansowania

4. METODY KSZTAŁCENIA:

- Zapoznanie się z polecaną literaturą i zasobami internetowymi
- Podejmowanie decyzji w oparciu o wyniki z drzew decyzyjnych B-ECO
- Ocena i zdolność do znalezienia i wyboru różnych rodzajów finansowania.

5. WYNIKI - ZDOBYTE KOMPETENCJE (W POWIĄZANIU Z ENTRE-COMP) ¹⁷

- **Pomysły i możliwości:**
 1. Wizja
 2. Docenianie pomysłów
 3. Dostrzeganie możliwości
- **Zasoby:**
 1. Motywacje i wytrwałość
 2. Samoświadomość i poczucie własnej skuteczności
 3. Wiedza finansowa i ekonomiczna
- **Do działania:**
 1. Przejmowanie inicjatywy
 2. Planowanie i zarządzanie
 3. Radzenie sobie z niejednoznacznością, niepewnością i ryzykiem
 4. Uczenie się przez doświadczenie

6. SPRZĘT I ZASOBY:

- Komputer
- Projektor lub telewizor
- Dostęp do Internetu

¹⁷ <https://entre-comp.eu/>



7. ROZGRZEWKA (15 MIN.)

Przeciągnij słowa - Odkryj źródła finansowania:

Instrukcje: Przeciągnij wyrazy z prawej kolumny do odpowiadających im definicji w lewej kolumnie.

Kolumna 1: Definicje	Przeciągnij wyrazy z kolumny 2 do kolumny 1	Kolumna 2: Słowa
A. Ludzi z kapitałem do inwestowania w ekscytujące projekty startupowe.		1. Kapitał
B. Okres, w którym start-up musi jeszcze wygenerować wystarczający dochód, aby pokryć koszty.		2. Aniołowie Biznesu
C. Wkład środków produkcji niezbędnych do osiągnięcia celów organizacyjnych.		3. Finansowanie kapitałowe
D. Sposób finansowania start-upu poprzez uruchomienie kampanii fundraisingowej, w której inwestorzy otrzymują zwrot niepieniężny.		4. "Dolina śmierci"
E. Założyciele start-upu sprzedają część swojego kapitału w zamian za pieniądze niezbędne do rozwoju.		5. Crowdfunding z nagrodami
Klucz odpowiedzi: Kapitał - C Aniołowie Biznesu - A Finansowanie kapitałowe - E "Dolina śmierci"- B Crowdfunding z nagrodami - D		

8. PREZENTACJA (35 MIN)

- **Prezentacja Power point na lekcję + praktyczne przykłady.**
- Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
 - A. Objaśnienie efektów uczenia się lekcji
 - B. Nauczyciel wprowadza efekty uczenia się z lekcji 12:
 - Wstępne kroki przed rozpoczęciem procesu finansowania nowej firmy
 - Rodzaje finansowania przedsiębiorstw: kapitałowe vs dłużne
 - Źródła finansowania
 - C. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
 - Proffy, Max Freedman, Eco-Business Fund



9. DRZEWO DECYZYJNE

Wprowadzenie: Witamy w drzewie decyzyjnym na temat źródeł finansowania. To ćwiczenie sprawdza Twoją wiedzę w oparciu o kompetencje zdobyte podczas tego modułu. Przeczytaj uważnie każde pytanie i wybierz najbardziej odpowiednią odpowiedź.

Pytanie 1: Kiedy najlepiej skontaktować się z inwestorem w celu uzyskania finansowania?

- a) Natychmiast, jak tylko wpadniesz na swój pomysł na biznes
- b) Zależy to od etapu rozwoju Twojego start-upu
- c) Jak najszybciej, nawet jeśli nie masz pojęcia, jak zarządzać i korzystać z pożyczki, o którą chcesz poprosić

Informacja zwrotna 1a: Nie, skontaktowanie się z inwestorami zbyt wcześnie, zanim pomysł dojrzeje w pełni, może uniemożliwić finansowanie, ponieważ mogą oni uzyskać błędne wyobrażenie o Tobie, Twoim zespole i Twoim produkcie/usłudze.

Informacja zwrotna 1b: Zgadza się! W zależności od fazy rozwoju (cyklu życia) przedsiębiorstwa typu start-up rozwijają różne potrzeby finansowe, które mogą być zaspokojone przez różnych istniejących inwestorów.

Informacja zwrotna 1c: Niepoprawnie! Otrzymanie pożyczki bez dojrzałej zdolności do zarządzania nią może zagmatwać priorytety działań, które należy przeprowadzić na etapie rozruchu.

Pytanie 2: Musisz wiedzieć, czy Twój pomysł na biznes może się sprawdzić. Jaki rodzaj finansowania wybrać na tym etapie?

- a) Aniołowie Biznesu
- b) Finansowanie społecznościowe
- c) Bootstrapping (środki własne)

Informacja zwrotna 2a: To nieprawda. Aniołowie Biznesu inwestują w projekt startupowy, który uznają za interesujący, gdy start-upy są w fazie Seed (idea jest skonsolidowana).

Informacja zwrotna 2b: To nie jest prawidłowa odpowiedź. Crowdfunding powinien być wybierany, gdy start-up jest w fazie załączkowej, fazie wczesnej lub fazie wzrostu (produkt/usługa działa, a start-up osiąga pierwsze przychody ekonomiczne i dąży do dalszego poszerzenia rynku), zamiast szukać finansowania u tradycyjnych inwestorów, np. banków.

Informacja zwrotna 2c: Świetnie! Bootstrapping to samofinansujące się działanie firmy w początkowej fazie, które pomaga zweryfikować pomysł i rynek, zrozumieć, czy koncepcja może działać i zaspokajać potrzeby klientów oraz czy istnieje rynek, na który należy zwrócić uwagę.

Pytanie 3: Twój start-up zaczyna opracowywać produkty lub prototypy, badać rynek i przygotowywać biznesplan. Na jakim etapie rozwoju jest Twój start-up?

- a) Załączkowym
- b) Uruchamiania



c) Wczesnego wzrostu

Informacja zwrotna 3a: Zgadza się! Na etapie załączkowym start-upu celem jest nadanie pomysłowi solidnej struktury do wejścia na rynek docelowy: opracowywane są prototypy oferowanego produktu lub usługi, dopracowywany jest model biznesowy, a pierwsi inwestorzy interweniują.

Informacja zwrotna 3b: Nie, w fazie uruchamiania start-up składa się tylko z pomysłu, który zaczyna przybierać formę zorganizowanego projektu. W fazie uruchamiania musisz dowiedzieć się, czy pomysł może się sprawdzić, czy rozwiązuje potrzebę i czy istnieje rynek.

Informacja zwrotna 3c: To nieprawda. We wczesnej fazie wzrostu start-up jest prawdziwą firmą. Masz sprawdzony pomysł i rynek, dobry produkt/usługę, która działa, a start-up osiąga pierwsze przychody ekonomiczne, dążąc do dalszego poszerzenia rynku.

Pytanie 4: Jaka jest wada kredytu bankowego?

- a) Może on prowadzić do konfliktów osobistych
- b) Oznacza on, że nie masz żadnych oszczędności
- c) Często stopy procentowe są dość wysokie

Informacja zwrotna 4a: To nie jest prawidłowa odpowiedź. To pożyczka od przyjaciół i rodziny może prowadzić do konfliktów osobistych.

Informacja zwrotna 4b: Odpowiedź niepoprawna. Wniosek o kredyt bankowy nie oznacza, że nie masz oszczędności, ale stanowi duże ułatwienie na każdym etapie rozwoju start-upu.

Informacja zwrotna 4c: Tak, zgadza się! Jedną z wad kredytu bankowego jest to, że oprocentowanie jest często stosunkowo wysokie, zwłaszcza dla firmy bez żadnej gwarancji zabezpieczenia.

Pytanie 5: Chcesz rozpocząć kampanię fundraisingową, oferując w zamian produkt Twojego start-upu. Jaki rodzaj kampanii wybrać?

- a) Crowdfunding oparty na darowiznach
- b) Crowdfunding udziałowy
- c) Crowdfunding z nagrodami

Informacja zwrotna 5a: Nie, darczyńcy nie otrzymują żadnej nagrody w kampanii crowdfundingowej opartej na darowiznach.

Informacja zwrotna 5b: To nie jest prawidłowa odpowiedź. W kampanii crowdfundingu udziałowego inwestorzy mają zagwarantowany mały udział w spółce.

Informacja zwrotna 5c: Zgadza się! W kampanii crowdfundingowej z nagrodami inwestorzy otrzymują zwrot niepieniężny, często w postaci produktu start-upu.

Wniosek: Gratulujemy ukończenia drzewa decyzyjnego na temat źródeł finansowania. Wybierając spośród różnych źródeł finansowania, wykazałeś się zrozumieniem finansowania start-upu w różnych fazach jego rozwoju. Teraz wszystko, co musisz zrobić, to znaleźć najlepsze finansowanie dla swojego nowego biznesu!



10. OCENA

Chcesz poprosić o inwestycje i otrzymać finansowanie dla swojego nowego biznesu:

1. Przygotuj prezentację wyjaśniającą Twój nowy pomysł na biznes ze wszystkimi informacjami potrzebnymi do przekonania inwestorów (analiza rynku, model biznesowy, biznesplan itp.).
2. Zidentyfikuj najbardziej odpowiednie rodzaje finansowania dla swojej firmy, różnicując je w zależności od różnych faz rozwoju Twojego start-upu (cyklu życia). Wyjaśnij swoje wybory.

11. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

12. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

- [1] Ahlstrom, David, Amber Y. Chang, Jessie ST Cheung (2019). "Encouraging entrepreneurship and economic growth." Journal of Risk and Financial Management 12.4, 178.
- [2] Sprintlab (2023). Finanziamenti per Startup: Strumenti principali - Sprintlab
- [3] Donatella Cambosu (21/11/2021). Come finanziare una startup con equity, debito e crowdfunding. Network Digital 360. Finanziamenti Startup: quali sono e come ottenerli (startupbusiness.it)
- [4] Startup Geeks (2023). Come finanziare una startup? 10 metodi a confronto - Startup Geeks
- [5] Startup Geeks (2023). Le fasi di una startup e il suo ciclo di vita - Startup Geeks
- [6] Scott Steinberg, Rusel DeMaria (2012). The Crowdfunding Bible: How to raise money for any startup, video game, or project. Overload Entertainment, LLC. The Crowdfunding Bible.pdf (crowdfundingguides.com)
- [7] Funding opportunities for small businesses (2023). (europa.eu)
- [8] Nicole G., Peter K. Adams (03/10/2022). Venture Capital for Dummies.
- [9] Crunchbase (2023). Discover innovative companies and the people behind them.
- [10] Entrepreneur South Africa (2023). Examples of Environmentally-Friendly Business Ideas (entrepreneur.com)
- [11] Mark Macdonald (2022). *Product Ideas: 17 Places To Find Profitable Products*; <https://www.shopify.com/blog/product-ideas>
- [12] Ahmad Nasrudin (2023). *What are the characteristics of a good business idea?* <https://penpoin.com/good-business-idea/>



MODUŁ 13: PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ SPOŁECZNA

1. WPROWADZENIE

Jako nauczyciel powinieneś zacząć od przemówienia motywacyjnego, np.:

"Drodzy Uczniowie/ Przyszli Przedsiębiorcy

Przedsiębiorczość społeczna to najnowsze modne hasło w świecie biznesu.

Wiele osób patrzy na to zagadnienie przez pryzmat romantyzmu i filantropii, ale przedsiębiorczość społeczna, jako ścieżka ściśle związana z działalnością społeczną, nie tylko pozwala realizować się w wielkiej misji, jaką jest udział w inicjatywach poszukujących nowych rozwiązań, takich jak walka z ubóstwem, bezrobociem, kwestie środowiskowe, ale jednocześnie daje możliwości zarobku poprzez działanie na rzecz rozwiązywania problemów społecznych; jest zwykłym biznesem, który ma kilka osobliwości. Na działalności społecznej można, a nawet należy dużo zarobić. W końcu, dlaczego przedsiębiorca rozwiązujący problemy społeczne miałby zarabiać mniej niż przedsiębiorca, który produkuje skarpetki?

Podczas udziału w przygodzie z przedsiębiorstwem społecznym zapoznasz się z kilkoma ważnymi cechami, które odróżniają Twoją działalność od innych firm, takimi jak:

Odwaga, Innowacyjność, Obrotność biznesowa, Motywacja społeczna, Współpraca

Pamiętaj, że możesz wybrać własną drogę spośród czterech rodzajów przedsiębiorczości społecznej, które poznamy".

Po tym przemówieniu następuje krótkie wprowadzenie do lekcji i celów nauczania:

Przedsiębiorczość społeczna (zwana też ekonomią społeczną) to sfera aktywności obywatelskiej, która łączy działalność gospodarczą - biznesową - i pożytek publiczny. Samo pojęcie przedsiębiorczości społecznej składa się z dwóch słów: przedsiębiorczość + społeczność.

Przedsiębiorczość wskazuje na orientację biznesową przedsiębiorstw społecznych: działają one na otwartym rynku i konkurują z tradycyjnymi firmami - muszą zarabiać pieniądze, aby się utrzymać. Społeczność przedsiębiorczości wskazuje jednak na specyfikę tych przedsięwzięć. Ich głównym celem nie jest akumulacja zysku - bogacenie się właścicieli - ale realizowanie jakiejś misji społecznej i dbanie o wartości ważne dla społeczności.

Na końcu każdego rozdziału znajdują się praktyczne zadania, które pozwalają sprawdzić zdobytą wiedzę i określić, czy jesteś na właściwej (przedsiębiorczej) ścieżce.



2. CELE SZKOLENIA

- Zapoznaj się ze znaczeniem przedsiębiorczości społecznej
- Poznaj anatomię przedsiębiorstwa społecznego
- Poznaj rodzaje przedsiębiorczości społecznej
- Dowiedz się, jak rozpocząć przedsiębiorczą działalność społeczną

3. EFEKTY UCZENIA SIĘ

- Dowiedzenie się, czym jest przedsiębiorczość społeczna i kim jest przedsiębiorca społeczny.
- Poznanie kluczowych cech przedsiębiorstw społecznych
- Precyzowanie
- Znajomość charakterystyki ekosystemu przedsiębiorstw społecznych
- Poznanie pierwszych kroków w przedsiębiorczości społecznej

4. METODY KSZTAŁCENIA:

- Zapoznanie się z polecaną literaturą i zasobami internetowymi
- Podejmowanie decyzji w oparciu o wyniki z drzew decyzyjnych B-ECO

5. WYNIKI - ZDOBYTE KOMPETENCJE (W POWIĄZANIU Z ENTRE-COMP) ¹⁸

- **Pomysły i możliwości:**
 1. Wizja
 2. Docenianie pomysłów
 3. Kreatywność
- **Zasoby:**
 1. Motywacje i wytrwałość
 2. Samoświadomość i poczucie własnej skuteczności
 3. Mobilizacja zasobów
- **Do działania:**
 1. Przejmowanie inicjatywy
 2. Planowanie i zarządzanie
 3. Uczenie się przez doświadczenie

6. SPRZĘT I ZASOBY:

- Komputer
- Projektor lub telewizor
- Dostęp do Internetu

¹⁸ <https://entre-comp.eu/>



7. ROZGRZEWKA (15 MIN.)

Przeciagnij słowa - Definicje przedsiębiorczości społecznej:

Instrukcje: Umieść słowa w odpowiednim miejscu.

Ekologiczne przedsiębiorstwa społeczne

Przedsiębiorstwa społeczne ukierunkowane na działalność na rzecz środowiska. Ta ___1___ przedsiębiorcza powinna brać pod uwagę ___2___ ekologiczne wyznawane przez ___3___, regulacyjny wpływ państwa i proekologiczny ___4___ na rynek. ___5___ przedsiębiorczość może być wykorzystywana w wielu ___6___ rynkowych, które przedsiębiorstwa mogą identyfikować w sposób przedsiębiorczy. Identyfikacja może opierać się na tworzeniu ___7___, usług i metod marketingowych promujących ekologię.

Klucz odpowiedzi:

1. działalność
2. wartości
3. konsumentów
4. wpływ
5. Zielona
6. niszach
7. nowych produktów przyjaznych dla środowiska

8. PREZENTACJA (35 MIN)

- **Prezentacja Power point na lekcję + praktyczne przykłady.**
- Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
 - A. Objaśnienie efektów uczenia się lekcji
 - B. Prowadzący wprowadza treści omówione w module 13:
 - Czym jest przedsiębiorczość społeczna i kim jest przedsiębiorca społeczny.
 - Kluczowe cechy przedsiębiorstw społecznych
 - Rodzaje przedsiębiorstw społecznych
 - Charakterystyka ekosystemu przedsiębiorstw społecznych
 - Pierwsze kroki w przedsiębiorczości społecznej
 - C. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:
 - Wideo - Wywiad z przedsiębiorcą
(<https://www.youtube.com/watch?v=vT6zycAMjv0>)



9. DRZEWO DECYZYJNE

Wprowadzenie: Witamy w drzewie decyzyjnym dot. przygody przedsiębiorcy społecznego. To ćwiczenie ma na celu sprawdzenie Twojej wiedzy i umiejętności podejmowania decyzji dotyczących różnych sytuacji. Przeczytaj uważnie każde pytanie i wybierz najbardziej odpowiednią odpowiedź.

Pytanie 1: Czym charakteryzuje się przedsiębiorczość społeczna?

- a) Przedsiębiorczość społeczna skupia się głównie na zyskach
- b) Przedsiębiorczość społeczna koncentruje się na rozwijaniu możliwości biznesowych, które mają pozytywny wpływ
- c) Przedsiębiorczość społeczna jest ściśle związana z czerpaniem korzyści z najuboższych

Informacja zwrotna 1a: To nieprawda. Główną ideą przedsiębiorczości społecznej jest skupienie się na zmianach społecznych i środowiskowych przy jednoczesnym czerpaniu zysków.

Informacja zwrotna 1b: Świetny wybór! Istotą przedsiębiorczości społecznej jest dbanie o zmiany społeczne i jednoczesne zarabianie pieniędzy.

Informacja zwrotna 1c: To nie jest prawidłowa odpowiedź. Prawda jest zupełnie inna - główną ideą przedsiębiorczości społecznej jest pomoc najbardziej potrzebującym.

Pytanie 2: Którą z wymienionych cech musi posiadać przedsiębiorca społeczny?

- a) Wytrwałość
- b) Obojętność
- c) Chciwość

Informacja zwrotna 2a: Dobra odpowiedź! Przedsiębiorczość to naprawdę niestabilna ścieżka, raz na górze, raz na dole - wytrwałość jest istotną cechą, którą musi zdobyć przyszły przedsiębiorca społeczny.

Informacja zwrotna 2b: Nieprawidłowa odpowiedź! Jak sama nazwa wskazuje, przedsiębiorca społeczny powinien mieć takie cechy, jak empatia, która jest przeciwieństwem obojętności.

Informacja zwrotna 2c: To nie jest prawidłowa odpowiedź. Chciwość nie jest typową cechą osoby, która chce dobrych zmian na świecie.

Pytanie 3: Jakie są zalety bycia przedsiębiorcą społecznym?

- a) Pracujesz sam, nie możesz liczyć na wsparcie z zewnątrz
- b) Twoja praca nie jest zbyt rozwojowa
- c) Możesz się spełniać

Informacja zwrotna 3a: Fałsz! - Przedsiębiorcy społeczni wiedzą, że żadna pojedyncza osoba nie jest w stanie dokonać trwałej zmiany. Akceptują fakt, że prawdziwa zmiana wymaga zaangażowania całej społeczności ;)

Informacja zwrotna 3b: Błędna odpowiedź! Bycie przedsiębiorcą społecznym zapewnia ogromny rozwój. Nie da się pozostać w miejscu na tej samej ścieżce rozwoju



Informacja zwrotna 3c: Dobra robota! Nie ma lepszego pomysłu na zawód, który daje satysfakcję!

Pytanie 4: Czy ważne jest, aby szukać wsparcia i pomocy na początku przygody z przedsiębiorczością społeczną?

- a) Nie, wiem wszystko
- b) Nie, mogę znaleźć wszystko w Internecie
- c) Tak

Informacja zwrotna 4a: Odpowiedź nieprawidłowa. Nikt nie wie wszystkiego. Na początku przygody z przedsiębiorczością społeczną ważne jest, aby uzyskać jak najwięcej istotnych informacji i wsparcia, ponieważ błędy w przedsiębiorczości społecznej mogą być bardzo kosztowne.

Informacja zwrotna 4b: Odpowiedź niepoprawna. Sieć WWW oferuje wiele przydatnych informacji, ale nie może dostosować się dokładnie do Twoich potrzeb.

Informacja zwrotna 4c: Zgadza się! Informacje i doświadczenie, które zdobędziesz osobiście - bezcenne!

Podsumowanie: Gratulujemy ukończenia drzewa decyzyjnego dot. przygody z przedsiębiorczością społeczną. Wykazałeś się zrozumieniem, jakie są pierwsze kroki i jakie cechy osobiste są ważne dla przedsiębiorcy społecznego. Pamiętaj, aby skonsultować się z instytucjami wsparcia przedsiębiorczości w celu uzyskania wsparcia, weryfikacji pomysłu na biznes i pomocy.

10. OCENA

- Charakterystyka przedsiębiorcy; Badanie 6 kluczowych cech, skala od 1 do 10 (samoocena).

Charakterystyka przedsiębiorcy społecznego	Trafność 1-10
Gotowość do współpracy	
Motywacja społeczna	
Pasja	
Pewność siebie	
Cechy wizjonerskie i przywódcze	
Zdolność do podejmowania ryzyka	

11. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

12. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

[1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D. (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave, s. 10-285.



- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Value Proposition Design. <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>, s. 15-38.
- [3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubljana.
- [4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubljana. www.delajvitko.si.
- [5] Barringer B. R., Ireland R. D. (2016) *Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures*; Prentice Hall - Bergant, A.
- [6] Sushanta Maiti (2021); *What is Entrepreneurship? Definition, 5 Types, 5 Scopes, Characteristics, 5 Importance*; https://educationleaves.com/what-is-entrepreneurship/#Definition_of_Entrepreneurship
- [7] Indeed Editorial Team (2021); *12 Pros and Cons of Being an Entrepreneur*; <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/pros-and-cons-of-being-entrepreneur>



MODUŁ 14: PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ EKOLOGICZNA

1. WPROWADZENIE

Jako nauczyciel powinieneś zacząć od przemówienia motywacyjnego, np.:

"Drodzy uczniowie,

Przedsiębiorstwa stoją dziś przed podwójnym wyzwaniem: osiągnięciem wzrostu gospodarczego przy jednoczesnym zapewnieniu zrównowżenia środowiskowego. Ta równowaga jest nie tylko imperatywem etycznym, ale stała się strategiczną koniecznością w świecie coraz bardziej świadomym problemów ekologicznych. Przedsiębiorczość ekologiczna reprezentuje to połączenie, kładąc nacisk na modele biznesowe i strategie, które pozytywnie wpływają na środowisko.

Gdy zgłębiany ten moduł, ważne jest, aby zdać sobie sprawę, że przyjęcie zrównoważonych praktyk nie jest już tylko opcją dla nowoczesnych firm. Konsumenci, interesariusze i organy regulacyjne skłaniają się ku działaniom przyjaznym dla środowiska. W związku z tym zrozumienie i integracja zielonej przedsiębiorczości są niezbędne dla każdej firmy, która dąży do długowieczności i znaczenia w obecnym globalnym krajobrazie".

Po tym przemówieniu następuje krótkie wprowadzenie do lekcji i celów nauczania.

2. CELE SZKOLENIA

- Zrozum podstawowe koncepcje przedsiębiorczości ekologicznej.
- Rozpoznać jej znaczenie we współczesnym społeczeństwie.
- Poznać przykłady ekologicznych firm.
- Zapoznać się z krokami wymaganymi od firm w celu przejścia na bardziej ekologiczne praktyki.

3. EFEKTY UCZENIA SIĘ

- Definiowanie przedsiębiorczości ekologicznej i jej znaczenia społecznego.
- Wymienianie przykładów skutecznych zielonych firm.
- Nakreślanie mapy drogowej dla firm, które chcą przyjąć zrównoważone praktyki.



4. METODY KSZTAŁCENIA:

- Interaktywne dyskusje
- Analiza studium przypadku
- Grupowe sesje burzy mózgów
- Ćwiczenia z odgrywania ról

5. WYNIKI - ZDOBYTE KOMPETENCJE (W POWIĄZANIU Z ENTRE-COMP) ¹⁹

- **Pomysły i możliwości:**
 1. Wizja
 2. Docenianie pomysłów
 3. Dostrzeganie możliwości
 4. Etyczne i zrównoważone myślenie
- **Zasoby:**
 1. Samoświadomość i poczucie własnej skuteczności
 2. Mobilizacja zasobów
 3. Wiedza finansowa i ekonomiczna
- **Do działania:**
 1. Przejmowanie inicjatywy
 2. Planowanie i zarządzanie
 3. Radzenie sobie z niejednoznacznością, niepewnością i ryzykiem
 4. Uczenie się przez doświadczenie

6. SPRZĘT I ZASOBY:

- Komputer
- Projektor lub telewizor
- Dostęp do Internetu
- Tablice i markery
- Materiał do studium przypadku

7. ROZGRZEWKA (15 MIN.)

Ćwiczenie: "Zielone czy nie?"

Przedstaw serię produktów lub modeli biznesowych i poproś uczniów, aby określili, czy są one przyjazne dla środowiska, omawiając powody stojące za ich wyborami.

¹⁹ <https://entre-comp.eu/>



8. PREZENTACJA (35 MIN)

- **Prezentacja Power point na lekcję + praktyczne przykłady.**
- Nauczyciel wyjaśni treści zawarte w PPT oraz w materiałach informacyjnych przekazanych uczniom.
 - A. Objaśnienie efektów uczenia się w ramach lekcji
 - B. Nauczyciel wprowadza pojęcia, które zostaną omówione w lekcji 14:
 - Wprowadzenie do przedsiębiorczości środowiskowej
 - Możliwość udziału małych i średnich przedsiębiorstw w zielonej przedsiębiorczości.
 - C. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów.

9. ĆWICZENIE: DROGA DO ZIELONEGO BIZNESU

Konfiguracja scenariusza: Uczniowie mają do czynienia z trzema hipotetycznymi firmami z różnych branż: sprzedawcą odzieży, startupem technologicznym oraz firmą produkującą żywność i napoje. Każda firma ma swoje specyficzne wyzwania związane ze zrównoważonym rozwojem środowiska.

1. Sprzedawca mody - "Stitch & Trend"

Wyzwanie: Firma pozyskuje materiały z różnych krajów, co prowadzi do dużego śladu węglowego związanego z transportem. Co więcej, materiały te nie są pozyskiwane w sposób zrównoważony ani nie nadają się do recyklingu.

Możliwe rozwiązania:

- Przetęć się na lokalnych dostawców, aby zmniejszyć emisje z transportu.
- Wybieraj materiały organiczne lub pochodzące z recyklingu.
- Wdróż program zwrotu lub recyklingu ubrań.

Przeszkody do pokonania:

- Zwiększone koszty zrównoważonych materiałów.
- Potencjalny opór ze strony dostawców.
- Potrzeba edukacji klientów w zakresie programów recyklingu.

2. Startup technologiczny - "GadgetGenius"

Wyzwanie: Startup produkuje gadżet dla inteligentnego domu, który po zużyciu staje się odpadem elektronicznym. Ich proces produkcyjny wykorzystuje również znaczną ilość wody.

Możliwe rozwiązania:

- Zaprojektuj produkt pod kątem długowieczności i możliwości wprowadzenia ulepszeń.
- Wdróż system zwrotu produktów w celu recyklingu lub odnowienia.



- Zrewiduj procesy produkcyjne, aby były oszczędne pod względem zużycia wody.

Przeszkody do pokonania:

- Początkowa inwestycja w badania i rozwój na rzecz zrównoważonego projektowania.
- Zapewnienie właściwej utylizacji lub renowacji e-odpadów bez uszczerbku dla bezpieczeństwa danych.
- Szkolenie personelu w zakresie nowych procesów produkcyjnych.

3. Firma spożywcza - "TastyMunch Co."

Wyzwanie: Ich zakład przetwórstwa spożywczego marnuje dużo materiału organicznego, a ich opakowania nie ulegają biodegradacji ani nie nadają się do recyklingu.

Możliwe rozwiązania:

- Przekształcaj odpady organiczne w kompost lub przekazuj na farmy.
- Przełącz się na opakowania biodegradowalne lub nadające się do recyklingu.
- Współpracuj z lokalnymi społecznościami w ramach programu recyklingu.

Przeszkody do pokonania:

- Potencjalny wzrost kosztów pakowania.
- Współpraca z rzetelnymi podmiotami zajmującymi się gospodarką odpadami.
- Przekonanie sprzedawców detalicznych i konsumentów do zaakceptowania nowych zmian w opakowaniach.

Przebieg działań:

Uczniowie są podzieleni na grupy, z których każda wybiera jedną firmę, na której chce się skupić. Zidentyfikują wyzwania środowiskowe, zaproponują swoje rozwiązania, a następnie przedstawiają mapę drogową wdrożenia tych rozwiązań, biorąc pod uwagę potencjalne przeszkody. Pod koniec ćwiczenia grupy podzielą się swoimi strategiami i otrzymają informacje zwrotne, co pozwoli im zrozumieć złożoność i niuanse przejścia na bardziej ekologiczny model biznesowy.

10. OCENA

Prezentacja próbna: Każdy uczeń wygłasza krótką prezentację na dany temat. Rówieśnicy i nauczyciel przekazują informacje zwrotne na podstawie treści, projektu i sposobu realizacji.

Test pisemny: Krótki quiz na temat najlepszych praktyk.

11. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)



12. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

- [1]: Stefan Gorgels, Maximilian Priem, Tsvetelina Blagoeva, Agnès Martinelle, Giulio Milanese, Annual Report on European SME's 2021/22, SMEs and environmental sustainability Background document, European Commission, kwiecień 2022
- [2]: Katarzyna Piwowar-Sulej, Małgorzata Krzywonos, Izabela Kwil, Environmental Entrepreneurship-Bibliometric and content analysis of the subject literature based on H-Core, Journal of Cleaner Production, 295, maj 2021
- [3]: M. Lenox, J.G. York, Environmental Entrepreneurship, Oxford handbook of Business and the Environment, Oxford University Press, 2011
https://www.academia.edu/1512815/Environmental_Entrepreneurship
- [4]: I. A. Bogoslov, A. E. Lungu, E. A. Stoica, M. R. Georgescu, European Green Deal Impact on Entrepreneurship and Competition: A free Market Approach, MDPI, Sustainability 2022
<https://www.mdpi.com/2071-1050/14/19/12335>
- [5]: EUSPSA, EU Space for Green Transformation, Publications Office of the European Union, Luxembourg 2023.
https://www.euspa.europa.eu/sites/default/files/eu_space_for_green_transformation_a_new_tool_for_companies_to_monitor_their_sustainability_targets_2023_issue_1.pdf
- [6]: National Confederation of Greek trade, Environment and Entrepreneurship, NCGR, Athens, 2014:
http://repository.edulll.gr/edulll/bitstream/10795/1668/3/1668_2_%ce%95%ce%9d%ce%9f%ce%a4%ce%97%ce%a4%ce%91%2012_COVER.pdf



MODUŁ 15: CYFRYZACJA BIZNESU

1. WPROWADZENIE

Jako nauczyciel powinieneś zacząć od przemówienia motywacyjnego, np.:

"Drodzy uczniowie

Dziś porozmawiamy o cyfryzacji biznesu.... W dobie bezprecedensowych zmian cyfryzacja nie jest już opcją. Jest to konieczność. Jest ona kluczem do odblokowania świata nieograniczonych możliwości i zmiany sposobu, w jaki prowadzimy działalność.

Cyfryzacja umożliwia nam zrewolucjonizowanie doświadczeń klientów, zapewniając bezproblemowe interakcje i spersonalizowane rozwiązania. Pozwala nam optymalizować operacje, automatyzować procesy i zwiększać wydajność w naszych organizacjach. Wykorzystując moc technologii cyfrowych, możemy uzyskać bezcenny wgląd w dane, co pozwala nam podejmować świadome decyzje i być o krok przed konkurencją.

Oczywiście pojawią się również wyzwania, ale dzięki zdolnościom adaptacyjnym, innowacjom i współpracy możemy kształtować lepszą przyszłość. Wyruszmy razem w tę transformacyjną podróż i rozwijajmy się w erze cyfrowej!"

Po tym przemówieniu następuje krótkie wprowadzenie do lekcji i celów nauczania:

W ostatnich dziesięcioleciach tempo postępu technologicznego znacznie wzrosło, co ma bezpośredni wpływ na wszystkie aspekty życia codziennego. Technologie informacyjne (IT) nie są już tylko narzędziem wspomagającym prowadzenie działalności gospodarczej; stanowią one centrum operacji biznesowych małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP), w ramach którego realizowane są wszystkie funkcje zawierające się w strategii biznesowej firmy. Cechą charakterystyczną cyfryzacji w działalności MŚP jest funkcjonalne wykorzystanie Internetu i rozwiązań cyfrowych w zakresie produkcji, marketingu, promocji, sprzedaży i projektowania. Spersonalizowane podejście w całym łańcuchu wartości pozwala firmom szybko dostosować się do potrzeb klientów; fazy między planowaniem produktu a dostawą produktu są krótsze, bardziej zaawansowane technologicznie i bardziej opłacalne. Moduł zawiera prezentację podstaw cyfrowego biznesu, kluczowych kroków i obszarów, w których cyfryzacja niesie ze sobą możliwość długofalowej przewagi biznesowej i konkurencyjnej.



2. CELE SZKOLENIA

- Czym jest cyfryzacja?
- Jakie są korzyści z cyfryzacji?
- Jakie są kluczowe narzędzia cyfrowe?
- Jak podejść do projektowania strategii cyfrowej?

3. EFEKTY UCZENIA SIĘ

- Znajomość zasad digitalizacji.
- Znajomość narzędzi cyfrowych
- Znajomość korzyści z zastosowania cyfryzacji w biznesie
- Opracowanie strategii cyfrowa dla własnego biznesu

4. METODY KSZTAŁCENIA:

- Zapoznanie się z zalecaną literaturą i zasobami internetowymi.
- Ocena wiedzy na podstawie wyników z drzew decyzyjnych B-ECO.
- Ewaluacja modułu

5. WYNIKI - ZDOBYTE KOMPETENCJE (W POWIĄZANIU Z ENTRE-COMP) ²⁰

- **Pomysły i możliwości:**
 1. Kreatywność
 2. Docenianie pomysłów
 3. Wizja
- **Zasoby:**
 1. Motywacje i wytrwałość
 2. Samoświadomość i poczucie własnej skuteczności
 3. Mobilizacja zasobów
- **Do działania:**
 1. Planowanie i zarządzanie
 2. Przejmowanie inicjatywy
 3. Uczenie się przez doświadczenie

²⁰ <https://entre-comp.eu/>



6. SPRZĘT I ZASOBY:

- Komputer
- Projektor lub telewizor
- Dostęp do Internetu

7. ROZGRZEWKA (15 MIN.)

Przykład 1: Quiz o transformacji cyfrowej

"Zabawmy się w szybki quiz! Zadam kilka pytań dotyczących cyfryzacji w biznesie, a Ty możesz podnieść rękę, aby odpowiedzieć. Pomoże nam to lepiej zrozumieć ten temat."

1. Co oznacza transformacja cyfrowa w kontekście biznesu?
2. Wymień jeden przykład tego, jak cyfryzacja zmieniła sposób, w jaki się komunikujemy.
3. Czy możesz podać przykład firmy, która wdrożyła cyfryzację w celu poprawy doświadczeń klientów?
4. W jaki sposób technologia umożliwiła firmom usprawnienie operacji i zwiększenie wydajności?
5. Jakie są potencjalne korzyści z cyfryzacji dla firm?
6. Prawda czy fałsz: Transformacja cyfrowa jest jednorazowym wydarzeniem i nie wymaga ciągłej adaptacji.
7. W jaki sposób technologie cyfrowe mogą pomóc firmom w uzyskaniu cennych informacji na podstawie danych?
8. Wymień jedno wyzwanie lub barierę, z którą firmy mogą się zmierzyć podczas procesu transformacji cyfrowej.
9. W jaki sposób cyfryzacja może otworzyć przed firmami nowe możliwości dotarcia do rynków globalnych?
10. Jakie kroki mogą podjąć firmy, aby przygotować się i skutecznie wdrożyć transformację cyfrową?

Możesz modyfikować lub dodawać więcej pytań w zależności od poziomu wiedzy i zrozumienia, które chcesz ocenić. Ciesz się quizem!

Przykład 2: Gra: Szybki pojedynek „za” i „przeciw”

Instrukcje:

1. Podziel uczestników na dwie drużyny: Drużynę "Za" i Drużynę "Przeciw".
2. Ustaw dużą kartę lub tablicę z dwiema kolumnami oznaczonymi "Za" i "Przeciw".



3. Wyjaśnij, że gra będzie polegała na szybkiej rundzie przedstawiania zalet i wad cyfryzacji w biznesie.
4. Każdy zespół będzie miał swoją rundę, gdy jeden członek z każdego zespołu będzie występował, aby przedstawić jeden punkt za lub przeciw związany z cyfryzacją.
5. Zespoły będą miały ograniczoną ilość czasu (np. 10 sekund) na przedstawienie swojego punktu widzenia i przedstawienie go w sposób jasny i zwięzły.
6. Po podaniu punktu, wyznaczona osoba (moderator lub inny uczestnik) szybko zapisze go w odpowiedniej kolumnie na wykresie lub tablicy.
7. Po zdobyciu punktu tura przechodzi na następną osobę z przeciwnej drużyny; gra toczy się w szybkim tempie.
8. Gra toczy się do momentu osiągnięcia określonej liczby punktów lub upływu ustalonego czasu.
9. Po grze poprowadź dyskusję, aby dalej zgłębiać zagadnienia i zaangażować się w przyjazną debatę.

Przykład:**Runda 1:**

- Członek zespołu "Za": "Zwiększona wydajność operacyjna".
- Członek zespołu "Przeciw": "Potencjalne zwolnienia z pracy".

Runda 2:

- Członek zespołu "Za": "Dostęp do rynków globalnych".
- Członek zespołu "Przeciw": "Zagrożenia cyberbezpieczeństwa".

Runda 3:

- Członek zespołu "Za": "Większe zaangażowanie klientów".
- Członek zespołu "Przeciw": "Początkowe wysokie koszty wdrożenia."

Kontynuuj rundy, zachęcając uczestników do zdobycia jak największej liczby punktów w określonym czasie. Po zakończeniu gry zaangażuj się w dyskusję, w której uczestnicy mogą rozwinąć zagadnienia, wyrazić swoje opinie i zastanowić się nad ogólnym wpływem cyfryzacji na firmy.

Ta gra dodaje element szybkości, rywalizacji i energii do dyskusji za i przeciw, czyniąc ją bardziej dynamiczną i angażującą dla uczestników.

8. PREZENTACJA (35 MIN)

- Prezentacja Power point na lekcję + praktyczne przykłady.
- Nauczyciel wyjaśni treść PPT i materiały informacyjne przekazane uczniom.
 - A. Objaśnienie efektów uczenia się lekcji

**B. Nauczyciel wprowadza pojęcia omówione w lekcji 15:**

- Czym jest cyfryzacja?
- Korzyści z cyfryzacji.
- Jakie są kluczowe narzędzia cyfrowe?
- Jak podejść do projektowania strategii cyfrowej?

C. Nauczyciel podaje kilka praktycznych przykładów:

5 slajdów z pomysłami na sukces przedsiębiorcy (lokalnie!)

9. DRZEWO DECYZYJNE

Scenariusz: Jesteś właścicielem małej firmy i właśnie usłyszałeś o potencjalnych korzyściach płynących z cyfryzacji. Zastanawiasz się nad włączeniem technologii cyfrowych do swojej działalności biznesowej, aby zachować konkurencyjność i dotrzeć do szerszego grona odbiorców. Przyjrzyjmy się różnym ścieżkom, które możesz obrać w oparciu o swoje decyzje.

Opcja 1: Transformacja cyfrowa

Decydujesz się w pełni wykorzystać transformację cyfrową i zainwestować we wdrożenie technologii cyfrowych w swoim biznesie.

Rezultat 1: Usprawnione operacje i lepsze doświadczenia klientów

Integrując narzędzia cyfrowe i automatyzując procesy, usprawniasz operacje, zmniejszasz liczbę zadań manualnych i poprawiasz wydajność. Klienci doceniają bezproblemową obsługę, od zamówień online po spersonalizowane rekomendacje, a Twoja firma zyskuje przewagę nad konkurencją.

Rezultat 2: Rozszerzona obecność w Internecie i globalny zasięg

Dzięki solidnej strategii cyfrowej budujesz silną obecność w Internecie poprzez przyjazną dla użytkownika stronę internetową, aktywną obecność w mediach społecznościowych i ukierunkowane cyfrowe kampanie marketingowe. Twoja firma przyciąga klientów z różnych regionów, a Ty z powodzeniem rozszerzasz działalność na rynki globalne.

Opcja 2: Częściowa cyfryzacja

Decydujesz się na bardziej ostrożne podejście i częściowe przyjęcie technologii cyfrowych.

Rezultat 1: Poprawa wydajności w określonych obszarach

Selektywne wdrażanie narzędzi cyfrowych w określonych obszarach, takich jak zarządzanie zapasami lub zarządzanie relacjami z klientami, zapewnia lepszą wydajność i lepszą organizację w tych działach. Możesz jednak przegapić holistyczne korzyści płynące z całkowitej transformacji cyfrowej.

Rezultat 2: Ograniczony zasięg rynkowy



Chociaż utrzymujesz elementarną obecność w Internecie, nie jesteś w stanie w pełni wykorzystać potencjału kanałów cyfrowych. W rezultacie Twoja firma ma trudności z dotarciem do szerszego grona odbiorców, zwłaszcza w coraz bardziej konkurencyjnym krajobrazie cyfrowym.

Opcja 3: Opór wobec zmian

Decydujesz się oprzeć cyfryzacji i trzymać się tradycyjnych praktyk biznesowych.

Rezultat 1: Spadek konkurencyjności

Gdy Twoi konkurenci korzystają z technologii cyfrowych, zyskują przewagę konkurencyjną pod względem wydajności, doświadczeń klientów i zasięgu rynkowego. Twoja firma ma trudności z nadążaniem za zmianami, a Ty ryzykujesz, że zostaniesz w tyle.

Rezultat 2: Ograniczone zdolności adaptacyjne

Wraz z postępem technologicznym, który szybko przekształca branżę, opór przed zmianami ogranicza zdolność do dostosowywania się do zmieniających się wymagań klientów i trendów rynkowych. Twoja firma popada w stagnację i na dłuższą metę stoi przed wyzwaniem.

10. OCENA

Chcesz wprowadzić na rynek nowy produkt w swojej firmie jubilerskiej: kolczyki i naszyjniki wykonane z materiałów odpadowych. Przeprowadziłeś już badania rynku; teraz nadszedł czas, aby zaplanować swoją strategię marketingową:

1. Zdefiniuj swój rynek docelowy i cele, które chcesz osiągnąć za pomocą marketingu.
2. Przeanalizuj potrzeby swoich klientów.
3. Określ kanały komunikacji, których chcesz użyć, aby dotrzeć do swoich klientów i wyjaśnij swój wybór.

11. ZBIÓR STUDIÓW PRZYPADKÓW "GREATEST HITS" (R3)

12. ŹRÓDŁA DLA NAUCZYCIELI - CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ ZE "ŹRÓDEŁ" W MODUŁACH (R1)

- [1] Juliana Marulanda, 2021; "What is business digitalization? 3 tips to start your digital transformation"; <https://www.pagero.com/blog/what-is-business-digitalization/>
- [2] Bharadwaj, A., Sawy, O. A., Pavlou, P. A., Venkatraman, N. (2013): "Digital Business Strategy: Toward A Next Generation of Insights"; MIS Quarterly, 471-482
- [3] Haissam Abdul Malak, (2022); "10 Untold Advantages of Digitalization That You Should Know!"; <https://theecmconsultant.com/advantages-of-digitalization/>
- [4] Aanchal Parmar (2022), "Top 24 Digitalization Tools to Fuel Your Digital Transformation Strategy"; <https://scribeshow.com/library/digitalization-tools>
- [5] Indeed Editorial Team (2021, 2022); "What Is a Digital Strategy? Definition, Benefits and Tips"; <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/digital-strategy>