



Erasmus+



# Up to Youth

Spodbujanje bodočih digitalnih socialnih  
podjetnikov

2018-1-TR01-KA205-057895

IO-5 – PRIROČNIK ZA TRENERJE MLADIH





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

*“Financirano iz programa Evropske unije Erasmus +. Evropska komisija in turška nacionalna agencija nista odgovorni za kakršno koli uporabo informacij, ki jih vsebuje priročnik.”*

## Vsebina

|   |    |
|---|----|
| O priročniku .....                              | 2  |
| Projekt Up to Youth .....                       | 3  |
| Spletna stran.....                              | 4  |
| Uvod v podjetniško miselnost .....              | 5  |
| Kaj je socialno podjetje?.....                  | 6  |
| Učni model 5E.....                              | 9  |
| Ledolomilci .....                               | 16 |
| Moduli treninga .....                           | 21 |
| Učni cilji modulov in skupinske aktivnosti..... | 22 |
| Literatura .....                                | 32 |



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

## O priročniku

Priročnik je **namenjen učiteljem in trenerjem, ki želijo uporabiti izkustvene metode in orodja za poučevanje učencev in mentorirancev, kako razviti in začeti implementirati njihove poslovne ideje.**

Zasnovan je na način, da ga lahko kdorkoli uporablja kot pomoč pri **usmerjanju, mentoriranju ali usposabljanju mladih ljudi in iskalcev zaposlitve, da razvijejo podjetniško miselnost in vstopijo na trg dela** kot bolj usposobljeni zaposleni ali kot samozaposlene osebe oz. podjetniki.

Verjamemo, da imajo mladi ljudje potencial, da uspešno rešijo trenutne in bodoče izzive sveta. Lahko jim pomagamo z nudenjem podpore in usmerjanjem, ki temelji na praktičnem, izkustvenem pristopu.

Bralci priročnika se bodo seznanili z **osnovnimi koncepti socialnega podjetništva**, hkrati pa bodo našli koristne vsebine, ki jih lahko uporabijo na treningih, kot je **zbirka ledolomilcev, metodološki vidiki treninga** in primeri **različnih učnih aktivnosti z učnimi rezultati.**

Priročnik je pripravljen v sklopu Up to Youth projekta, ki je opisan v nadaljevanju.



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

## Projekt Up to Youth

Projekt je financiran iz Erasmus+ programa, KA2: Strateška partnerstva za mlade.

Glavna prioriteta projekta je spodbujanje podjetniške izobrazbe in socialnega podjetništva med mladimi ljudmi. Specifični cilj, spodbujanje zaposljivosti mladih, vključno z migranti, je povezan z razvojem relevantnih in visoko-kvalitetnih veščin in kompetenc.

Vsak podjetnik ima svojstven značaj, a vsem podjetnikom so v idealnem primeru skupne nekatere veščine in kompetence. Razvoj in ustanovitev socialnega podjetja zahteva širok nabor veščin, ki zajemajo promoviranje socialne inkluzije (Potrebne za delo s posamezniki, za njihovo zaposljivost in integracijo v trg dela; vključujejo življenjske veščine, socialne veščine in delovne veščine), podjetniške in vodstvene veščine (marketing, finance, poslovno načrtovanje in razvoj, veščine za razvoj in uspešnost) ter veščine za razvoj delovne sile, nujne za zagotovitev rasti in trajnosti podjetja (Spear idr. 2012).

Ena izmed prioritete projekta je povezana z odprtimi in inovativnimi praksami v digitalni dobi. Hitro spreminjajoča se tehnologija vpliva na način dela v podjetništvu na skoraj vsakem področju. Zaradi tega naš projekt združuje digitalno podjetništvo in socialno podjetništvo. Razlog za to je objavljen tudi na forumu strateške politike o digitalnem podjetništvu s strani GD za notranji trg, industrijo, podjetništvo in MSP (Evropska komisija): "...Starost ne sme biti zaznana kot ovira za razvoj digitalnih kompetenc. Ko vstopamo v digitalno obdobje, se morajo vodje na lokalni ravni zavedati, da mora imeti vsak prebivalec njihovega območja možnost pridobivanja digitalnega znanja na kratki in na dolgi rok. V svetu, kjer tehnologija postaja vseprisotna, ni alternativ digitalni pismenosti. Mesta in regije, ki ne bodo uspele razviti potrebnih veščin delovne sile, bodo neizogibno ogrozile svojo ekonomsko privlačnost in tako ne bodo mogle konkurirati na svetovni ravni (...) Evropa potrebuje več podjetnikov, da pospeši proces digitalne preobrazbe. Klasični podjetniki, socialni podjetniki, družbeni podjetniki, inovacijski podjetniki, tehnološki podjetniki, akademski podjetniki, politični podjetniki, kulturni podjetniki ter javni in zasebni podjetniki so ključnega pomena za napredek pri digitalnem premiku." Zgoraj izbrane prednostne naloge bi mogle sovpadati z novimi podjetniškimi modeli in socialnim podjetništvom.



## Spletna stran

Za potrebe tega projekta je bila razvita spletna stran, skupaj s spletno učno platformo, kjer mladi dostopajo do spletnih izobraževanj in treningov na daljavo. Spletna učna platforma vsebuje spletne tečaje in spletno knjižnico s pomembnimi in relevantnimi viri. Spletni tečaji so odprti za javnost in tako dostopni vsakomur.

S spletno stranjo bodo mladi:

- izboljšali svoje veščine socialnega podjetništva, kot npr. kako ustanoviti podjetje in zbrati finance;
- razvili veščine digitalnega marketinga in novih medijskih veščin, npr. spletna prodaja in uporaba družbenih omrežij;
- postali bolj ozaveščeni o multikulturalnosti, da bodo lažje vključevali migrante;
- pridobili pomembne finančne veščine, kot je oblikovanje proračuna in poslovnih modelov.

Poleg tega je spletna stran namenjena vsem podjetnikom, saj so treningi na temo digitalnih marketinških veščin, digitalnih medijskih veščin in osnovnih finančnih veščin primerni za vse vrste podjetnikov.

## Povezava

•Tukaj najdete povezavo do spletne strani:

<https://uptoyouth.eu/>



## Uvod v podjetniško miselnost

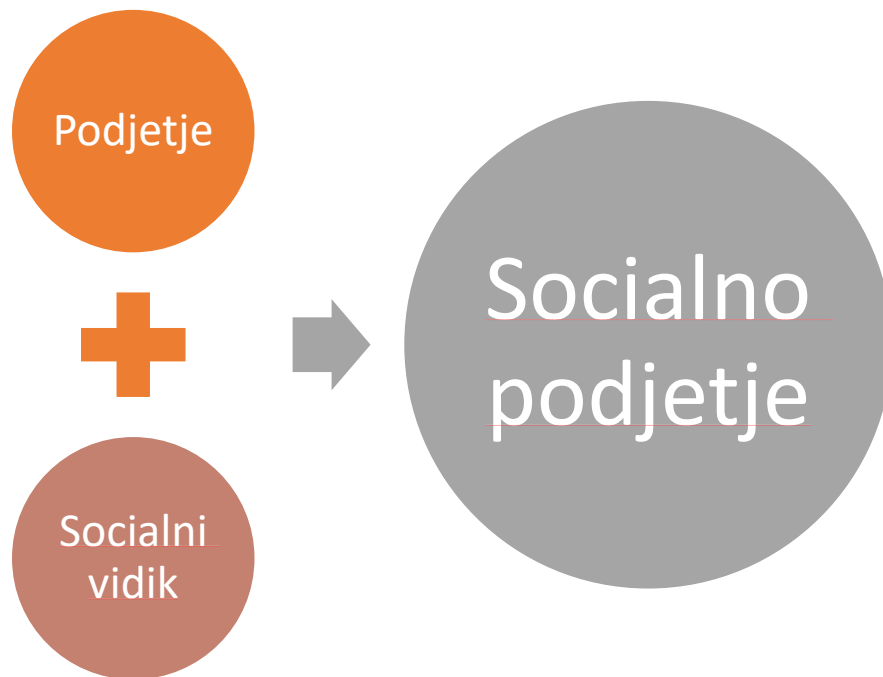
Pomen podjetništva in podjetniške miselnosti narašča za posameznike, organizacije, podjetja in družbo kot celoto. Potencialni učinki podjetništva so se povečali, zagonska podjetja in ambiciozni podjetniki pa so postali pomembna gonilna sila inovacij, napredka, gospodarstva in družbenih sprememb. V luči hitrih globalnih sprememb na različnih ravneh, premikov v svetovnih trendih in dejstva, da je podjetništvo opredeljeno kot transverzalna kompetenca, je še bolj pomembno graditi in izboljšati podjetniško sposobnost vsakega posameznika. Dobra novica je, da se je podjetniških veščin, znanja in stališč možno naučiti ter voditi k razvoju podjetniške miselnosti in kulture, ki koristi posameznikom in celotni družbi. **Podjetniška miselnost lahko posameznikom pomaga ustvarjati in razvijati ideje, opaziti priložnosti, dajati pobude in sprejeti tveganja, obvladovati negotovosti in spremembe, ambiciozno sprejemati odločitve in napredovati, mobilizirati vire, povečati finančno in ekonomsko pismenost. Spodbuja tudi mreženje, sodelovanje z drugimi in pomembno prispeva k osebni rasti ter povečuje zaposlitveni potencial.**

Ker se podjetništvo spreminja, je tudi poučevanje podjetništva v zadnjih nekaj letih doživelo majhen preporod. Teoretično ozadje priročnika je v oblikovalskem razmišljanju. Oblikovalsko razmišljanje se nanaša na metode in postopke za preiskovanje nejasnih problemov, pridobivanje informacij, analizo znanja in pozicioniranje rešitev na področju oblikovanja in načrtovanja. Kot oblikovalsko razmišljanje se na splošno šteje sposobnost empatičnega pogleda na kontekst problema, ustvarjalnost pri oblikovanju spoznanj in rešitev ter racionalnost pri analizi in prilagajanju rešitev kontekstu (Wikipedia).

Miselnost oblikovalskega razmišljanja spodbuja uporabo veliko terenskega dela pri poučevanju socialnega podjetništva. S terenskim delom svoje predpostavke, hipoteze in želje pretvorimo v dejstva. Podjetniki imajo veliko predpostavk o svojih strankah. Te predpostavke pogosto odražajo perspektivo podjetnikov in ne perspektive kupca. Na primer, pri oblikovanju novega supermarketa lahko domnevate, da stranke potrebujejo prodajalce. Pa je to resnično dejstvo ali zgolj naša splošna izkušnja z različnimi supermarketi? S temeljitimi terenskimi raziskavami boste morda izvedeli več o potrebah vaših strank pri nakupu izdelkov za njihovo vsakdanje življenje. Tako se čustveno distanciramo od naše začetne poslovne ideje. Da, pri podjetništvu gre za strast. Vendar ne zamenjajte strasti za slepoto. Podjetniki so včasih tako prepričani v svojo poslovno idejo, da ne iščejo informacij o kupcih. Pravzaprav včasih celo zavrnejo povratne informacije, če jih po naključju dobijo. **Ne zaljubite se v svojo poslovno idejo. Bodite odprti in se naučite razumeti stranko.**

## Kaj je socialno podjetje?

Socialno podjetje je definirano kot podjetje s specifičnimi socialnimi cilji, ki služijo primarnemu namenu podjetja. Socialna podjetja želijo maksimirati profit, prav tako pa v največji možni meri služiti družbi in okolju. Njihov profit je v principu namenjen financiranju socialnih programov.



## Razumevanje socialnih podjetij

Koncept socialnega podjetja je bil razvit v Veliki Britaniji v poznih sedemdesetih letih prejšnjega stoletja, kot alternativa tradicionalnim trgovskim podjetjem. Socialna podjetja predstavljajo presečišče zasebnega in prostovoljskega sektorja. Prizadevajo si za usklajevanje dejavnosti, ki prinašajo finančne koristi, s socialnimi cilji, na primer zagotavljanje stanovanj družinam z nizkimi dohodki ali usposabljanje na delovnem mestu.

Financiranje se pridobi predvsem s prodajo blaga in storitev potrošnikom, čeprav se nekatera sredstva pridobijo z nepovratnimi sredstvi. Ker maksimiranje dobička ni edini oz. primarni cilj, socialno podjetje deluje drugače kot tradicionalno trgovsko podjetje.





Dobiček sicer ni glavna motivacija za delovanje socialnega podjetja, vendar imajo prihodki ključno vlogo pri trajnosti podviga. Trajnostni prihodek razlikuje socialno podjetje od tradicionalne dobrodelne ustanove, ki za izpolnitev svojega socialnega poslanstva temelji na zunanjem financiranju. Ta cilj ne pomeni, da socialna podjetja ne morejo biti dobičkonosna; preprosto je njihova prednostna naloga ponovni vložek dobička v njihovo socialno poslanstvo in ne financiranje izplačil delničarjem.

Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj (OECD) opredeljuje socialna podjetja kot zelo participativna, z aktivno vključenimi deležniki in minimalnim številom plačanih zaposlenih.

## GLAVNI POUČENKI



## Poseben razmislek

Zaposleni v socialnih podjetjih prihajajo iz različnih okolij, vendar imajo prednost tisti, ki prihajajo iz ogroženih delov skupnosti. Sem spadajo dolgotrajno brezposelni, tisti, ki so v preteklosti delali na delovnih mestih, kjer so bili neformalno plačani, in pripadniki marginaliziranih skupin. Socialno podjetje si lahko prizadeva zagotoviti plačo, primerno za življenje, ki je v večini mest nad minimalno plačo. Včasih je socialni cilj podjetja ravno pomoč težje zaposljivim z nudenjem redne zaposlitve.

## Socialno podjetje ali socialno podjetništvo

Pojem socialno podjetje ni enak socialnemu podjetništvu, ki daje več poudarka na posameznike, ki razvijajo rešitve socialnih in okoljskih problemov z obstoječimi poslovnimi tehnikami in strategijami. Socialni podjetniki iščejo inovativne načine in so pobudniki sprememb, socialna podjetja pa izpolnjujejo svojo poslovno strategijo in rešujejo potrebe družbe preko svojih tržnih aktivnosti.

## Primeri socialnih podjetij

Številna socialna podjetja uspešno prispevajo k socialni blaginji. Warby Parker je na primer ameriški trgovec z očali, ki za vsak prodani par nekemu v stiski podari očala. Podjetje Tom's s sedežem v Kaliforniji, se je prav tako zavezalo, da bo za vsak prodani par podarilo par čevljev ali sončnih očal. Poleg tega Climate Smart usposablja podjetnike in jim nudi programska orodja, ki omogočajo sledenje in zmanjševanje emisij toplogrednih plinov.

### Primer socialnega podjetja – “Demgoodcafe”

Demgoodcafe je socialno podjetje, ki ljudem z motnjami sluha omogoča aktivno sodelovanje v poslovnem življenju. Podjetje, kjer lahko dobro kavo naročite le v znakovnem jeziku, zdaj deluje v Beşiktašu blizu univerze Bahçeşehir. Demgoodcoffe je ustanovljen z namenom razbijanja socialnih predsodkov do ljudi z okvaro sluha in povečanje njihove udeležbe v družbi ter s tem prispevanja k spremembi perspektive v Turčiji.

Več o tem: <https://www.youtube.com/watch?v=cpTy6dR6o8c>



## Učni model 5E

Priporočamo, da za poučevanje digitalnega socialnega podjetništva uporabite učni model 5E. Učni model 5E spodbuja aktivno učenje. Učenci se tako ne učijo zgolj s poslušanjem in branjem, ampak so med učenjem bolj aktivni. Naučijo se postavljati vprašanja, opazovati, modelirati, analizirati, razlagati, sklepati, argumentirati na podlagi dokazov in govoriti o lastnem razumevanju. Učenci v sodelovanju z vrstniki oblikujejo razlage, rešujejo probleme ter načrtujejo in izvajajo raziskave.

*Učenci pridejo v učilnico z idejami o tem, kako deluje svet. Če njihovo začetno razumevanje ni vključeno v učenje, morda ne bodo razumeli novih konceptov in informacij.*

-How People Learn



“Učni model 5E vključuje pet faz: vključevanje, raziskovanje, razlaga, elaboracija in vrednotenje. Zagotavlja natančno načrtovano zaporedje navodil, ki učence postavlja v središče učenja. Vse učence spodbuja k raziskovanju, oblikovanju razumevanja konceptov in povezovanju teh razumevanj s pojavi ali socialnimi ter tehničnimi težavami.” – Rodger Bybee

**Vključevanje (Engagement):** Pozornost učencev in trenerjevo preverjanje osnovnih informacij o predmetu preučevanja ter predznanja, ki ga imajo učenci. Na splošno ta stopnja povečuje zanimanje in motivacijo učencev. Učenec je miselno osredotočen na situacijo ali dogodek. V dejavnostih, ki se izvajajo na tej stopnji, je zagotovljena povezava med preteklimi in prihodnjimi informacijami.

- Demonstracija
- Branje



- Prosto pisanje
- Analiza grafičnega organizatorja
- Kaj že vem? Kaj želim izvedeti? Učenje
- »Brainstorming«

Učenci sprašujejo vprašanja, kot so:

- 1) Zakaj se je to zgodilo?
- 2) Kaj že vem o tem?
- 3) Kaj sem izvedel o tem?
- 4) Izkazovanje interesa za temo

**Raziskovanje (Exploration):** Učenci z načrtom in izvajanjem raziskav zberejo dokaze o odgovorih na svoja vprašanja. Ta korak omogoča učencem, da preko izkušenj razvijejo koncepte in spretnosti. Zato na tej stopnji učenci odkrivajo svoje misli in jih hkrati opazujejo z druge perspektive. Zahvaljujoč tej stopnji ima trener možnost formalno razložiti koncept, besedo ali sposobnost.

- Izvedba raziskave
- Branje avtentičnih virov za pridobivanje informacij
- Reševanje problema
- Oblikovanje modela

**Razlaga (Explanation):** Trenerji predstavijo klasifikacije, koncepte in načela v ustrezni obliki. Temeljijo naj na odkritjih in razlagah učencev, kar jim omogoča ustvarjanje znanstvenih razlag in odgovarjanje na nova vprašanja z uporabo novega znanja. Učenci imajo na tej stopnji priložnost, da pojasnijo svoje ugotovitve. Po razlagah učencev trener začne podajati teoretična pojasnila.

- Učenci analizirajo in razlagajo rezultate
- Podpiranje ideje z dokazi
- Strukturirano spraševanje
- Branje in diskusija
- Trenerjeva razlaga
- Aktivnosti razmišljanja: primerjaj, razvrsti, analiza napak



**Elaboracija (Elaboration):** Učenci znanje, ki so ga pravkar pridobili, uporabljajo za reševanje novih težav, s katerimi se srečujejo. Ta stopnja daje učencem priložnost, da svoje znanje nadgrajujejo in uporabljajo v drugih okoliščinah. Zato poskušajo pridobljene informacije in podatke uporabiti v različnih kontekstih. Na tej točki se učenci med seboj pogovarjajo in izmenjujejo informacije.

Dejavnost, ki širi in utrjuje razmišljanje učenca in / ali razmišljanje uporablja v resničnih razmerah.

- Reševanje problemov
- Sprejemanje odločitev
- Eksperimentalno poizvedovanje
- Aktivnosti razmišljanja: primerjaj, razvrsti, uporabi

**Vrednotenje (Evaluation):** Trenerji s formalnim in neformalnim preverjanjem presodijo, kako dobro učenci razumejo novo znanje, vrednotijo svoje presoje in sposobnosti. Naučene informacije se ovrednotijo na formalen način. Neformalne presoje lahko trener podaja na začetku treninga, po napredovanju skozi vse faze pa je potrebna formalna presoja. Na tej stopnji bodo učenci imeli priložnost pokazati, kako dobro so se naučili konceptov in njihovih pomenov ter pokazati sposobnosti, ki so jih pridobili. Z vidika trenerja je mogoče preveriti, ali so doseženi učni cilji.

- Katera koli od predhodnih aktivnosti
- Razviti način ocenjevanja
- Ocena uspešnosti
- Izdelava produkta
- Vnos v dnevnik
- Portfolio



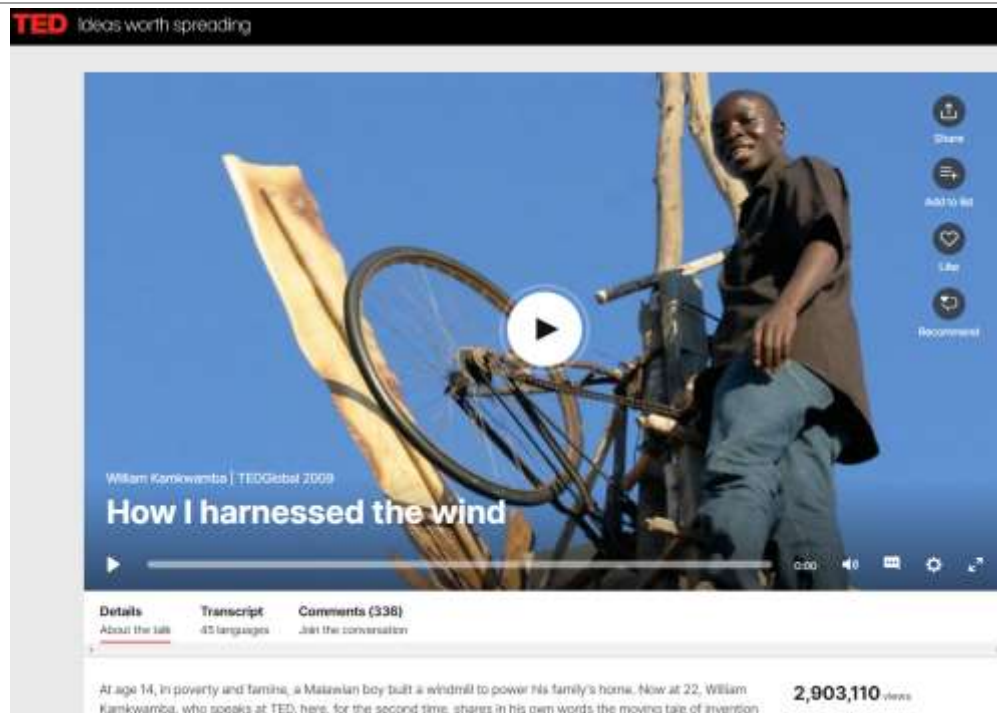
## Predloga: Načrt učne ure po 5E učnem modelu

|   |
|---|
| <b>Datum:</b>   |
| <b>Predmet / razred:</b>  |
| <b>Materiali:</b>   |
| <b>Učni cilji:</b>  |
| <b>VKLJUČEVANJE</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Opišite, kako bo trener vzbudil interes učencev.</li><li>• Kakšna vprašanja naj si učenci zastavijo po vzpodbudi?</li></ul>   |
| <b>RAZISKOVANJE</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Opišite, katere praktične dejavnosti bodo učenci izvajali.</li><li>• Naštejte konceptualna vprašanja, ki jih bo trener uporabil za spodbujanje in / ali osredotočanje raziskovanja učencev.</li></ul>   |
| <b>RAZLAGA</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Vpeljava terminov ali razlag s strani trenerja naj sledi razlagam učencev. Katera vprašanja ali tehnike bo trener uporabil, da bo učencem pomagal povezati njihovo raziskovanje s konceptom, ki ga preučujejo?</li><li>• Naštejte vprašanja razmišljanja višjega reda, ki jih bodo trenerji uporabili za pridobivanje pojasnil učencev in jim pomagali, da utemeljijo svoja pojasnila.</li></ul> |
| <b>ELABORACIJA</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Opišite, kako bodo učenci razvili bolj izpopolnjeno razumevanje koncepta.</li><li>• Kateri besednjak bo predstavljen in kako se bo povezal z opazovanji učencev?</li><li>• Kako se to znanje uporablja v našem vsakdanjem življenju?</li></ul>   |
| <b>VREDNOTENJE</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kako bodo učenci dokazali, da so dosegli cilj učne ure?</li><li>• Vrednotenje je treba vključiti med učno uro in na koncu.</li></ul>   |



## Primer učne ure na podlagi učnega modela 5E

|   |
|---|
| <b>Datum:</b>   |
| <b>Predmet:</b> Kaj je socialno podjetništvo?   |
| <b>Razred:</b> Diplomanti, dodiplomski študentje  |
| <b>Trajanje:</b> 60 minut   |
| <b>Materiali:</b> Grafikoni, dostopni na spodnji povezavi   |
| <b>Vir:</b> <a href="https://cdn.we.org/wp-content/uploads/2016/07/Social-Entrepreneurship_WE-Are-Rafikis_9-12_CA.pdf">https://cdn.we.org/wp-content/uploads/2016/07/Social-Entrepreneurship_WE-Are-Rafikis_9-12_CA.pdf</a>   |
| <b>Učni cilji:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Razviti razumevanje, kaj pomeni biti socialni podjetnik.</li><li>• Razviti zavest o tem, kako socialni podjetniki prispevajo k pozitivnim družbenim spremembam na lokalni in globalni ravni.</li></ul>   |
| <b>VKLJUČEVANJE</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Povejte učencem, da boste predstavili video in aktivnost. Pokažite učencem posnetek "William Kamkwamba: How I Harnessed the Wind" <a href="https://www.ted.com/talks/william_kamkwamba_how_i_harnessed_the_wind">https://www.ted.com/talks/william_kamkwamba_how_i_harnessed_the_wind</a> (5:51).</li></ul> |



- Zdaj učence vprašajte, ali so že kdaj slišali za koncept socialnega podjetništva ter ali so spoznali koga, ki je lastnik ali dela za socialno podjetje. Nadaljujte z raziskovanjem tega, kaj že vedo o socialnem podjetništvu.

### RAZISKOVANJE

- Na velik list papirja ustvarite oblak besed z besedami, ki so bile omenjene v razpravi in v videoposnetku, da aktivirate predhodno znanje učencev in jih seznanite s ključnim besediščem učne ure.
- Učenci naj v parih razmišljajo o odnosih med napisanimi besedami z »brainstorming« metodo. Ali obstajajo kakšne besede, ki so vam neznane? Kako se besede povezujejo z zgodbo v videu? Ali lahko sklepate, kaj bomo raziskali v tej učni uri?
- *Opomba trenerja: Če želite ustvariti oblak besed, prikažite ključne besede na tabli ali na papirju. Besede zapišite v različnih smereh in oblikah ter razmislite o uporabi različnih barvnih markerjev ali pisanju besed na različne barvne kartice, da bosta plakat ali tabla vizualno privlačnejša. Lahko ustvarite tudi digitalni oblak besed.*

### RAZLAGA

- Povejte, da se bodo učenci učili o socialnih podjetnikih in vplivih njihovih podjetij na lokalno in svetovno skupnost. Na papir ustvarite grafikon o pridobivanju znanja tako, da narišete tri stolpce in jih označite s tremi kategorijami: Kaj znam, Kaj želim vedeti in Kaj sem se naučil. Razmislite o tem,





Up  
to  
Youth



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

kaj učenci že vedo o socialnih podjetnikih in socialnih podjetjih, in zapišite njihove ideje v rubriko Kaj znam. Nato zberite vprašanja, ki jih imajo učenci o tej temi ali o temah, o katerih bi radi vedeli več. Učence spodbudite k razmisleku, kaj počne socialni podjetnik, po čem se razlikuje od drugih ljudi v poslu, kaj ga motivira in kako socialna podjetja prispevajo k njihovi lokalni in svetovni skupnosti.

- S strategijo sestavljanke razdelite učence v skupine po štiri učence. Učencem v vsaki skupini dodelite število od ena do štiri, nato naj se učenci z istim številom pridružijo drugim, da oblikujejo strokovne skupine. Vsako strokovno skupino prosite, naj uporabi vprašanja iz predhodno izdelanega grafikona kot vodilo za raziskovanje zgodbe o mladem socialnem podjetniku in socialnem podjetju, ki so ga ustvarili. Učence seznanite s prvim modulom projekta Up to Youth:

<https://uptoyouth.eu>

<https://drive.google.com/open?id=1rJBQhKs-0FjA1Eid0avls-VFN29N0mNZ>

### ELABORACIJA

Oblikujte vsaj dve skupini. Razred lahko razdelite glede na kraj, v katerem živijo (na primer v isti soseski ali podobno socialno ozadje kraja, v katerem živijo). Nato jih prosite, naj razmislijo:

- Kakšne družbene spremembe bi radi ustvarili?
- Kaj bo reševala izbrana rešitev?
- Kako ustvariti podjetje, hkrati pa prispevati k pozitivni socialni spremembi?
- Kakšni so vplivi njihovega podjetja na sosesko?
- Kateri ljudje so njihova ciljna skupina s socialnega in ekonomskega vidika?
- Kakšna bo razlika, če se bodo osredotočili zgolj na ekonomski vidik in ne na socialni?

### VREDNOTENJE

- Učencem dajte dva samolepilna lističa, ki ju bodo uporabili za pisanje. Prosite jih, naj napišejo eno stvar, ki so se je naučili o socialnih podjetnikih, in eno vprašanje, ki ga še imajo. Prosite jih, naj se na lističa podpišejo in jih prilepijo na grafikon, ki ste ga izdelali na začetku. (Prenesite tukaj: [https://www.facinghistory.org/sites/default/files/KWL\\_Chart\\_handout\\_v.final\\_.pdf](https://www.facinghistory.org/sites/default/files/KWL_Chart_handout_v.final_.pdf)). Beležite odgovore učencev na predlogo iz Priloge 2: Obrazci za opazovanje v učilnici (Prenesite tukaj: [https://cdn.we.org/wp-content/uploads/2016/07/Social-Entrepreneurship\\_WE-Are-Rafikis\\_9-12\\_CA.pdf](https://cdn.we.org/wp-content/uploads/2016/07/Social-Entrepreneurship_WE-Are-Rafikis_9-12_CA.pdf)) in na podlagi teh informacij ocenite, v kolikšni meri učenci razumejo, kaj pomeni biti socialni podjetnik. V naslednji lekciji podajte pojasnila ali več informacij za tiste, ki morda še imajo vprašanja.



## Ledolomilci

### Cilji ledolomilcev

Ledolomilci so pogosto vključeni v poslovne treninge, seminarje podjetij, šolsko okolje, treninge za mlade in delavnice za gradnjo tima iz različnih razlogov. Vse prisotne osebe spodbujajo k sodelovanju, da je dejavna celotna skupina. Različne dejavnosti so zasnovane tako, da dosežejo različne cilje, zato prilagodite svojo izbiro ledolomilcev, da dosežete želeni rezultat.

### Ogrevalne aktivnosti in spoznavanje

Na začetku seminarja ali delavnice izvajalci pogosto vključijo ledolomilec, da se vsi udeleženci med seboj spoznajo. S takšnimi ledolomilci se udeleženci pripravijo na navodila, ki bodo sledila. Ledolomilci se lahko uporabijo tudi za predstavitev koncepta konference in spodbujajo poglobljene prispevke udeležencev skozi nadaljevanje. Ledolomilci so pogosto zasnovani kot zabavna dejavnost za spodbujanje pogovorov in predstavitev med udeleženci seminarja. Vrednote, etika, morala in metode, ki jih pokaže vsak udeleženec, lahko drugim omogočijo, da se naučijo kaj novega ali prilagodijo svoje trenutne spretnosti.

#### 1. Vaja sodelovalnega učenja

Sodelovanje pri doseganju ciljev naloge ali projekta je eden od ciljev ledolomilcev. Podjetja in organizacije pogosto združujejo zaposlene v time na področjih trženja, prodaje, človeških virov in upravljanja. Timsko delo in sodelovanje pripomoreta k pravočasnemu doseganju poslovnih podvigov, tako da se posamezne naloge prenesejo na vsako osebo in na ta način skupaj prispevajo h končni rešitvi. Ledolomilci lahko delujejo na enak način, saj udeleženci tekom ledolomilcev gradijo timski duh in se naučijo zaupati svojim sposobnostim in presoji.

#### 2. Učenje in praktična vaja spretnosti

S skupinsko dejavnostjo ali ledolomilcem se lahko naučimo tudi novih veščin ali konceptov. Tako kot otroci, se tudi odrasli pogosto učijo preko izkušenj ali z dejanskim izvajanjem naloge. Nekatere koncepte je težko razložiti; učinkovitejša učna strategija je, da udeleženci dejansko preizkusijo korake, kako koncept vključiti v vsakdanje delovno okolje. Z ledolomilci lahko ocenimo, koliko znanja in informacij udeleženci že imajo, da se izognemo podajanju odvečnih informacij.



### 3. Enakovrednost udeležencev

V ledolomilcu lahko združimo vodje in podrejene v isto skupino. Ko bodo skupaj reševali specifično nalogo, ki jim ni znana, bodo bolj enakovredni med seboj in bodo manj razmišljali o svoji vlogi v delovnem okolju. Med ledolomilcem menjajte položaje vsakega člana skupine, da bo imel vsak priložnost pokazati tako vodstvene sposobnosti kot sposobnosti zaposlenega.

### Dejavnosti za grajenje tima

Kadar ste omejeni z majhnim prostorom, v katerem morate izvesti dejavnosti za grajenje tima, ali imate raje, da se aktivnosti izvajajo sede, kot alternativo uporabite namizne aktivnosti. Izberite dejavnosti, ki zahtevajo zelo malo gibanja in malo pripomočkov. Vaše dejavnosti za grajenje tima so lahko igre za spoznavanje ali izzivi, ki povezujejo vašo skupino.

#### 1. Čevlje dol

Za hiter in enostaven ledolomilec ali za uporabo pred odmorom ali po njem prosite vse člane za vsako mizo, naj postavijo svoje čevlje v škatlo, ki ustreza številki ali imenu mize, ki jo predhodno pripravite. Ko se ljudje vrnejo k svojim mizam, postavite škatlo s čevlji na sredino vsake mize. Vsaka skupina naj poskuša najti lastnike čevljev tako, da povežejo čevlje z osebnostnimi lastnostmi lastnika čevljev.

#### 2. Moč besed

Izzovite ekipe, da oblikujejo besede iz črk, napisanih na samolepilnih lističih. Če je mogoče, imejte enako število ljudi v posameznih ekipah. Vsaki mizi dajte enako število samolepilnih lističev in nekaj markerjev. Vsak naj napiše eno črko abecede na posamezni listič, ne da bi jo kazal soigralcem. Dajte celotni skupini eno minuto časa za zaključek. Ko imate zapisane črke na samolepilnih lističih, naj člani ekip začnejo oblikovati besede iz njih v omejenem času; lahko traja 15, 30 ali 60 minut, odvisno od časa, ki ga imate na voljo za igro, in števila lističev, ki ste jih dali posamezni osebi. Ko čas poteče, zmaga ekipa z največ besedami. Zmagovalce lahko določite tudi tako, da prosite ekipe, da oblikujejo stavek iz skupine besed ali daste dodatne točke ekipam, ki tvorijo daljše besede.



### 3. Kakšne barve je tvoj dan?

Če želite, da člani vaše ekipe vidijo stvari skozi oči drugega, se igrajte preprosto igro »Kakšne barve je tvoj dan«. Izberite, ali bo ekipa razdeljena v manjše skupine ali bodo vsi sodelovali skupaj. Namen te igre je pokazati celotni skupini, kako podobno ali drugače razmišljajo člani, in jim omogočiti, da razpravljajo o tem, kako se lahko lotijo različnih situacij pri skupnem delu. Vsakemu udeležencu dajte beležko in pisalo. Preprosto prosite vse, naj zaprejo oči. Ko so oči zaprte in so tiho, jih prosite, naj pomislijo na dneve v tednu. Vprašajte jih, kakšne barve je vsak dan. Dajte jim sekundo ali dve, da premislijo, nato pa jih prosite, naj odprejo oči in takoj zapišejo, kakšne barve se jim zdi vsak dan. Svoje ugotovitve naj predebatirajo. Skupini dovolite, da približno pet minut razglablja o tem, preden se odpravite po sobi in sprašujete o izbiri in razlagi, zakaj je kdo izbral kakšno barvo.

## Ledolomilci na področju vodenja

Ledolomilci so namenjeni razbijanju neprijetne napetosti, ki lahko nastane, ko ljudje drug drugega ne poznajo. Zagotavljajo varno okolje in priložnost, da se ljudje povežejo in uživajo v družbi drug drugega. Ledolomilci na področju vodenja razvijajo sposobnosti vodenja, čeprav je poudarek na zabavi in omogočanju skupini, da se spozna. Med treningi vodenja uporabljajte ledolomilce. Namenjeni naj bodo sprostivni na telesnem, socialnem in čustvenem področju.

### 1. Dve resnici in laž

Če vodje sedijo za mizami, jih ni treba združevati v nove skupine. V nasprotnem primeru razdelite udeležence v skupine, ki štejejo od pet do sedem ljudi. Vsaki osebi priskrbite papir, kamor naj zapiše dve resnični dejstvi o sebi in eno laž. Vsak naj skupini naglas prebere svoje zapisane trditve, preostali del skupine pa naj ugotovi, katera izjava je laž. To pomaga člane seznaniti med seboj, hkrati pa urijo svoje spretnosti poslušanja in pripovedovanja.

### 2. Skupinsko vstajanje

Ta ledolomilec lahko izvedete z nekaj ali veliko ljudmi. Če je v skupini več kot 20 ljudi, jo razdelite na dve skupini. Ekipa naj sedi v krogu s hrbtom drug proti drugemu. Ekipi naročite, da je cilj, da celotna ekipa hkrati vstane, medtem ko ima prepletene roke. Dovolite ekipi, da komunicira in razvije strategijo. Sčasoma bo ekipa uporabila



pritisak hrbta ob hrbet, da bo hkrati vstala. Po ledolomilcu naj skupina razpravlja o lekcijah, ki so se jih naučili iz te dejavnosti.

### 3. Človeški voz

Naj se vsi postavijo v krog, zaprejo oči in primejo nekoga za roko. Ne podajte nobenih drugih navodil, razen da naj primejo naključne roke in da mora vsak držati dve roki. Ekipe bo postala velik voz. Ekipe naročite, da je cilj razvezati voz, ne da bi pri tem izpustili roke, ki jih držijo. Za izpolnitev naloge bo morala ekipa uporabiti ustno komunikacijo, vodstvene sposobnosti in timsko delo. Dajte ekipi pet minut časa za izvedbo naloge. Ko ekipa zaključi z ledolomilcem, se pogovorite o pomembnosti veččin poslušanja, vodstvenih sposobnosti in skupinskega dela.

## Povezovalni ledolomilci

Povezovalni ledolomilci nudijo priložnost sodelavcem in na novo zaposlenim, da se povežejo v sproščenem vzdušju in se odkrito izrazijo. Spodbujajte odprto, vljudno komunikacijo in odkrito razpravljajte o mnenjih, dokler ne najdete ustreznih rešitev. Preživite prosto popoldne med vikendom skupaj izven delovnega mesta, morda v parku, in poskrbite, da bodo dejavnosti in vaje zabavne ter nepozabne. Med dogodkom fotografirajte in fotografije obesite na oglasno desko na vidno mesto, da se spominjate pozitivnih spominov, ko se vsi vrnejo v delovno okolje.

### 1. Barve dneva

Ledolomilec »Barve dneva« je primeren za udeležence vseh starosti. Je privlačna dejavnost za spoznavanje, ki spodbuja prosto komuniciranje in deljenje različnih stališč brez skrbi pred negativno presojo ali zavračanju idej. Bistvo te vaje je, da udeleženci spoznajo in razumejo, da različni ljudje različno gledajo na iste ideje, koncepte, vedenja in pričakovanja. Začnite igrati tako, da vsem naročite, naj zaprejo oči. Predstavljajo naj si dneve v tednu in nato vsakemu dnevni pripišejo barvo. Nato naj odprejo oči in zapišejo barve. Vsi igralci naj delijo svoja prepričanja in razloge, zakaj so dnevni dodelili izbrano barvo, nato pa organizirajo skupinsko razpravo, ki se osredotoča na razlike v mnenjih.



## **2. Zdravo delovno okolje**

Spodbujajte zdravo delovno okolje tako, da udeleženci spoznajo razliko med ustreznim in neprimernim vedenjem, izražanjem in medosebnimi dotiki na delovnem mestu. Za začetek razdelite skupino na ekipe od šest do devet ljudi. Oseba začne vsak krog igre tako, da stopi na mesto, kjer jo vidijo vsi člani, in ponazori primer ustreznega vedenja na delovnem mestu. Pri tem si lahko izbere tudi partnerja, s katerim bo to ponazorila. Začnite z lahkotnim in enostavnim vedenjem, na primer z ustreznim pozdravom nekoga, nato pa nadaljujte z ustreznimi dotiki, na primer stiskom roke ali vljudnim objemom. Po vsaki interakciji organizirajte razprave in spodbujajte skupine, da obravnavajo prednosti in slabosti vsake interakcije.

## **3. Sproščenost dirkalnih avtomobilov**

Udeležence povežite in spodbudite komunikacijo z zabavno telesno aktivnostjo, ki jim omogoča, da skupaj nekaj zgradijo. Razdelite jih v skupine od tri do štiri osebe in obvestite vse ekipe, da morajo zgraditi dirkalni avto, ki bo tekmoval na dirkališču na prostem, ki bo sledilo po gradnji avtomobilov. Dirkalni avto bo poganjala človeška energija oz. noge. Zagotovite plastične cevi, lepilni trak, kolesa, matice, vijake in orodje. Spodbudite ekipe h kreativnemu razmišljanju in upoštevanju teže potnika. Volan je lahko priročen, čeprav je za krmiljenje lahko odgovoren tudi posameznik, ki potiska vozilo od zadaj. Udeleženci med izvajanjem te naloge vadijo veščine komunikacije in odločanja.



## Moduli treninga

Moduli treninga v sklopu tega projekta vključujejo socialno podjetništvo, finančno pismenost, digitalni marketing in večkulturno zavedanje.

**Socialno podjetništvo:** Ker je glavni cilj projekta razviti veščine socialnega podjetništva mladih, je večina modulov namenjena temu področju. Vsebine za usposabljanje, so pripravljene za razvijanje veščin, kot je npr. zbiranje sredstev, in pridobivanje znanja o socialnem podjetništvu.

**Finančna pismenost:** Cilj tega področja je izboljšati osnovne finančne spretnosti mladih, tako da bodo lahko samostojno vzdrževali finančno poslovanje svojega podjetja in razumeli terminologijo, ki se uporablja v finančnem sektorju.

**Večkulturno zavedanje:** Cilj je razviti večkulturno zavedanje mladih, da bi razumeli vprašanja, povezana s pripadnostjo različnim kulturam. Tako bodo mladi imeli bolj vključujoče posle in dosegli več ljudi.

**Digitalni marketing in nove medijske veščine:** Ker je eden glavnih ciljev tega projekta razvoj digitalnega socialnega podjetništva mladih, se bodo seznanili z digitalnim podjetništvom in okrepili svoje osnovne veščine digitalnega trženja.

### Med projektom je bilo razvitih 10 modulov

1. Uvod v digitalno socialno podjetništvo
2. Analiza socialnih potreb
3. Socialni poslovni model
4. Financiranje vaše ideje
5. Finance in proračun za digitalna socialna podjetja
6. Digitalni marketing
7. Digitalni model za socialno podjetništvo
8. Upravljanje s človeškimi viri in timi
9. Nove medijske veščine
10. Večkulturno zavedanje



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

## Učni cilji modulov in skupinske aktivnosti

### Modul 1: Uvod v digitalno socialno podjetništvo

#### Učni cilji:

- Opredelitev socialnega podjetništva,
- opredelitev digitalnega socialnega podjetništva,
- poznavanje razlik med socialnim podjetništvom in tradicionalnim podjetništvom,
- razlikovanje med učinki socialnega podjetništva,
- opredelitev socialne ekonomije,
- opredelitev vrst socialnega podjetništva.

#### Skupinske aktivnosti:

- ✓ Delo v skupinah: razvijte svojo idejo socialnega podjetja: Kaj bi lahko prodajali, kako bi zagotovili ustvarjanje denarja, kako bi s tem koristili družbi?
- ✓ Poiščite tri uspešne socialne podjetnike in povzemite ključna dejstva o njihovih podjetjih v slikovni obliki. Kakšne so značilnosti uspeha, ki so jim skupne?

#### Dodatni viri:

<https://www.youtube.com/watch?v=cpTy6dR6o8c>







## Modul 2: Analiza socialnih potreb

### Učni cilji:

- Opredelitev korakov v sistematičnem pristopu k analizi socialnih potreb,
- razumevanje pomena analize socialnih potreb,
- ovrednotenje različnih metod, ki se lahko uporabijo za zbiranje podatkov,
- poznavanje uporabnih spletnih orodij, ki vam pomagajo pri analizi družbenih potreb.

### Skupinske aktivnosti:

- ✓ Naredite natančen načrt, kako boste izvedli vsak korak analize socialnih potreb za svoje bodoče socialno podjetje, pri čemer izhajajte iz sistematičnega pristopa (definirajte obseg analize, naredite načrt zbiranja informacij, zbirajte in analizirajte informacije, določite prioritete in sprejmite odločitev o reševanju problematike).
- ✓ Predstavljajte si, da želite ustanoviti svoje socialno podjetje, s katerim bi pomagali osamljenim starejšim ljudem. Katero metodo bi uporabili, da raziščete njihove potrebe?

### Dodatni viri:

- [https://www.youtube.com/watch?v=Tegt6uEfN6U&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=Tegt6uEfN6U&feature=emb_title)
- <https://www.youtube.com/watch?v=8-uEzSzM9Y>
- <https://aifs.gov.au/cfca/publications/families-and-children-expert-panel-project-resource/needs-assessment/export>

### SOCIAL NEEDS





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

### Modul 3: Socialni poslovni model

#### Učni cilji:

Na koncu modula 3 boste pridobili znanje o:

- konceptu socialnega poslovnega modela,
- postopku opisovanja vaše zamisli,
- postopku uresničevanja poslovne zamisli,
- canvas konceptu socialnega poslovnega modela,
- glavnih vidikih ustvarjanja canvasa.

#### Skupinske aktivnosti:

- ✓ Namen te aktivnosti je razmišljanje o idejah in razvijanje timskega duha med člani tima. Trener razdeli udeležence v dve skupini od 4 do 5 članov. Vsaki skupini je dodeljena miza, papir, samolepilni lističi, barvna pisala in voščenske. Vsaka skupina naj razvije svojo poslovno idejo. Vse skupine bodo delile svoje ideje z ostalimi.

Razprava:

- *Katera ideja se vam zdi najbolj zanimiva?*
- *Kaj je dodana vrednost te ideje?*

- ✓ Trener udeležence razdeli v skupine od 4 do 5 članov. Vsaka skupina dobi predlogo, samolpilne lističe in barvna pisala, s čimer bodo pripravili svoj canvas. Nato sledi plenarna predstavitev canvasov.

Razprava:

- *Kateri del canvasa je najpomembnejši v vašem podjetju?*
- *Mora biti canvas posodobljen tekom razvoja podjetja?*
  - Povezava do predloge:

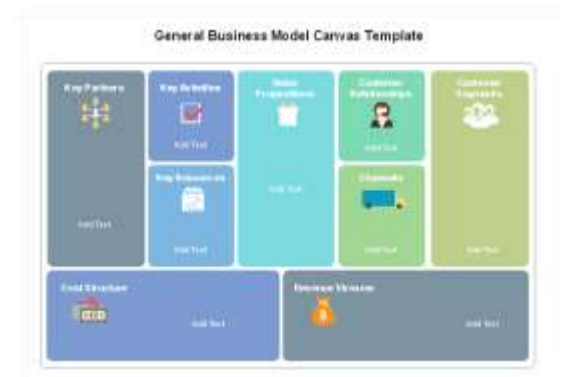
<https://www.strategyzer.com/canvas>

#### Dodatni viri:

<https://www.youtube.com/watch?v=xBJCXsBx3O8>

<https://www.youtube.com/watch?v=2C-2v99paQM>

<https://www.youtube.com/watch?v=-MI5YZsgorM&t=2s>





## Modul 4: Financiranje vaše ideje

### Učni cilji:

- Razumeti pomembnost zbiranja sredstev,
- razumeti korake, ki jih morate upoštevati, da bi pridobili sredstva za svojo idejo,
- razumeti, kateri način financiranja je primeren za vašo idejo.

### Skupinske aktivnosti:

- ✓ Namen te dejavnosti je udeležencem omogočiti, da začnejo svojo prvo kampanjo množičnega financiranja, s čimer bi pridobili začetni kapital. Trener udeležence razdeli v skupine po 4 do 5 ljudi. Vsaka skupina si zamisli svojo poslovno idejo. Vsaka skupina prejme papir s tiskano predlogo (predlogo najdete v Prilogi 1), ki jo izpolni. Vse skupine morajo predstaviti svoje kampanje in glasovati za najučinkovitejšo.

#### Razprava:

- *Kaj si misliš o množičnem financiranju?*
  - *Kaj je najbolj pomembno, da predstavite v svoji kampanji?*
- ✓ Namen te dejavnosti je iskanje vlagateljev za financiranje vašega podjetja. Trener udeležence razdeli v skupine od 4 do 5 ljudi. Vsaka skupina prejme predlogo enostranske zloženke (predlogo najdete v Prilogi 2), ki jo izpolni. Vse skupine morajo predstaviti svoj rezultat.

### Dodatni viri:

- <https://venngage.com/blog/business-pitch-deck-templates/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=Njh3rKoGKBo>
- <https://www.youtube.com/watch?v=677ZtSMr4-4>





## Modul 5: Finance in proračun za digitalna socialna podjetja

### Učni cilji:

- Definirati finance,
- definirati proračun,
- definirati digitalno socialno podjetništvo,
- utemeljiti, kaj so finančne spretnosti,
- uporabiti trike za finančno upravljanje kot podjetnik,
- razumeti, katere dokumente morate posodabljati kot podjetnik,
- razumeti, kateri davki veljajo za vaše podjetje,
- pridobiti finance s strani vlagatelja,
- razumeti, kaj je proračun socialnega podjetja.

### Skupinske aktivnosti:

- ✓ Raziščite na internetu, s katerimi finančnimi vprašanji se lahko soočajo socialni podjetniki. Delo v skupinah: Najdite načine za reševanje teh finančnih vprašanj.
- ✓ Delo v skupinah: Ustvarite idejo socialnega digitalnega podjetja in odgovorite na vprašanja:
  - Iz česa je sestavljeno vaše podjetje? Kakšna je ideja za tem?
  - Koliko kapitala potrebujete za začetek?
  - Kdaj boste investirali ta kapital?
  - Kako bo vaš izdelek ali storitev spremenil trg?
  - Kdaj pričakujete, da boste dosegli prelomno točko?
  - Kakšna je vaša dodana vrednost v primerjavi s konkurenti?
  - Kako boste promovirali vaš izdelek ali storitev?
- ✓ Raziščite na internetu, katere finančne možnosti so na voljo v vaši državi za digitalno socialno podjetništvo.

### Dodatni viri:

<https://www.youtube.com/watch?v=mUzghqyukXc>

<https://www.youtube.com/watch?v=j1Vwth0B8I8>

<https://www.youtube.com/watch?v=8FtnwbVAj1E>





## Modul 6: Digitalni marketing

### Učni cilji:

- Definirati digitalni marketing,
- razumeti razlike med marketingom in digitalnim marketingom,
- poznati osnovo za povečanje prometa na spletni strani,
- razumeti pomembnost optimizacije iskalnika,
- uporabiti marketing na socialnih omrežjih,
- določiti e-poštni marketing,
- zbrati spletne povratne informacije za izdelke in storitve.

### Skupinske aktivnosti:

- ✓ Zamislite si, da vodite socialno podjetje, katerega ciljna skupina so upokoenci. Izdelali ste začetno verzijo produkta (izdelek, ki ima ravno dovolj lastnosti, da zadosti potrebam prvih kupcev in omogoča razvoj produkta na podlagi povratnih informacij), in sicer digitalno palico za sprehajanje, ki jim pomaga najti pot. Odločili ste se za marketing produkta preko e-pošte. Predlagajte marketinško strategijo, ki naj odgovori na sledeča vprašanja:

- *Cilj marketinga*
- *Starost ciljne skupine*
- *Lokacija ciljne skupine*
- *Seznam e-poštne naslovov (Kako jih pridobiti?)*
- *Besedilo e-poštnega sporočila*
- *Metode za pridobivanje povratnih informacij*

- ✓ Zamislite si, da vodite socialno podjetje, katerega ciljna skupina so upokoenci. Izdelali ste začetno verzijo produkta (izdelek, ki ima ravno dovolj lastnosti, da zadosti potrebam prvih kupcev in omogoča razvoj produkta na podlagi povratnih informacij), in sicer digitalno palico za sprehajanje, ki jim pomaga najti pot. Oblikujte oglas za socialna omrežja. Vključite tudi naslednje informacije:

- *Cilj marketinga*
- *Starost ciljne skupine*
- *Ustrezna socialna omrežja*
- *Oblikovanje oglasov in besedila*
- *Metode za pridobivanje povratnih informacij*

### Dodatni viri:

<https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-marketing>

<https://analytics.facebook.com/>



## Modul 7: Digitalni model za socialno podjetništvo

### Učni cilji:

- Oprerediti socialno podjetništvo,
- definirati digitalni poslovni model,
- razlikovati vrste digitalnega poslovnega modela,
- razumeti, kaj morate narediti, da postanete digitalni podjetnik,
- navesti prednosti digitalnega podjetništva,
- razviti digitalni poslovni model.



### Skupinske aktivnosti:

- ✓ Vprašanje za razpravo:
  - *Ali menite, da ima podjetništvo pomembno vlogo pri oblikovanju boljšega sveta? Ali je podjetništvo večinoma vezano na denar in življenjski slog?*

Navodila za učence: Raziščite na internetu primere podjetij, ki imajo aktivno vlogo pri izboljševanju sveta.
- ✓ Navodila za učence: Za ustvarjanje nove digitalne poslovne ideje uporabite eno od petih preprostih vrst digitalnih podjetij.
  - *Katere osebne interese in strokovno znanje imate na tem področju poslovanja?*
- ✓ Navodila za učence: Opišite idejo, ki ste jo imeli v preteklosti za nov izdelek ali storitev, ki je niste mogli izvesti.
  - *Katere ovire so vam najbolj preprečevale izvajanje te zamisli? Prosimo, zapišite te ovire.*

Delo v skupinah: Najdite rešitve, da se znebite teh ovir.



### Dodatni viri:

<https://www.youtube.com/watch?v=jsQ82tajpiE>



## Modul 8: Upravljanje s človeškimi viri in timi

### Učni cilji:

- Oceniti, kateri način privabljanja novih članov ekipe je primeren za vaše podjetje,
- opredeliti tri dimenzije ustreznosti kandidata za delo v socialnem podjetju,
- razumeti nekatere načine za ohranjanje osebja v socialnih podjetjih,
- opredeliti različne razloge za odhod zaposlenih iz socialnih podjetij,
- poiskati ustrezna digitalna orodja za lažje upravljanje delovnih timov,
- naštetih osnovni načeli komuniciranja ustanovitelja podjetja.



### Skupinske aktivnosti:

- ✓ Navodila za učence: Predstavljajte si, da vzpostavljate svoje socialno podjetje. Radi bi pritegnili nekaj novih zaposlenih. Odgovorite na naslednja vprašanja:
  - *Kje se zbirajo podobno misleči ljudje?*
  - *Kako jih prepričati, da se vam pridružijo?*
  - *Ali že poznate koga, ki vam lahko pomaga?*
- ✓ Izberite enega od 5 naštetih razlogov, zakaj zaposleni zapuščajo socialna podjetja (veliko nepotrebne birokracije, izgorelost, pomanjkanje zaupanja, pomanjkanje izobraževanja in neopažen trud zaposlenega). Zapišite načrt, kako bi rešili posamezno težavo.



### Dodatni viri:

- <https://www.youtube.com/watch?v=7178mTndl6A>
- <https://www.youtube.com/watch?v=vSYaWtVNPOI>
- <https://www.inspire2enterprise.org/2018/02/26/5-reasons-high-staff-turnover-social-enterprises/>







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

Ponovite enako aktivnost, vendar v drugem primeru ne uporabljajte mimike, s katero nakazujete, da poslušate sogovornika. Vprašajte svojega partnerja, kako se je počutil v obeh primerih.

#### **Dodatni viri:**

<https://www.fond.co/blog/9-ways-multicultural-team/>

<https://www.diversityresources.com/cultural-diversity-workplace/>

<https://www.commisceo-global.com/blog/cultural-awareness-in-the-multicultural-workplace>



### **Evalvacija**

Da bi preverili, če so učenci razumeli vsebino treninga, smo pripravili obrazce za evalvacijo, ki ga učenci izpolnijo na koncu vsakega modula. Če učenci pokažejo dobro razumevanje vsebine posameznega modula, lahko nadaljujejo z naslednjih modulom.



## Literatura

<https://www.investopedia.com/terms/s/social-enterprise.asp>  
<https://prezi.com/j3ymxqkwpcj-/5e-lesson-plan-presentation/>  
<https://ngss.sdcoe.net/Evidence-Based-Practices/5E-Model-of-Instruction#:~:text=%E2%80%9CThe%205E%20Model%20of%20Instruction,at%20the%20center%20of%20learn>  
[ing.](https://www.ethex.org.uk/)  
<https://www.ethex.org.uk/>  
<https://www.bigissue.org.uk/>  
<http://www.cafedirect.co.uk/>  
[https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Co-operative\\_Group](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Co-operative_Group)  
<https://www.co-operative.coop/about-us>  
<https://www.uk.coop/>  
<https://www.theguardian.com/social-enterprise-network/gallery/2014/jan/29/the-history-of-the-british-co-operative-movement-timeline>  
<http://www.edenproject.com/>  
<https://lso.co.uk/>  
<http://www.dwrcymru.com/>  
<http://www.dwrcymru.com/en/Company-Information/Glas-Cymru.aspx>  
<http://jericho.org.uk/>  
<http://ballotstreet.co.uk/>  
<http://bssec.org.uk/the-changing-face-of-social-enterprise-ballot-street-spice/>  
<https://aifs.gov.au/cfca/publications/cfca-paper/needs-assessment/part-one-defining-needs-and-needs-assessment>  
<https://www.youtube.com/watch?v=F8axfYomJn4>  
<https://www.simplypsychology.org/observation.html>  
<https://www.pressacademia.org/how-to-write-a-case-study/>  
<https://www.youtube.com/watch?v=3TWgVQIZPsw>  
<https://codeburst.io/5-best-free-tools-for-data-analysis-and-visualization-f4c8017a5bc5>  
<https://www.canva.com/>  
<https://www.youtube.com/watch?v=8-uEzSzCM9Y>  
<https://aifs.gov.au/cfca/publications/families-and-children-expert-panel-project-resource/needs-assessment/export>  
[https://www.youtube.com/watch?v=Tegt6uEfN6U&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=Tegt6uEfN6U&feature=emb_title)  
<https://en.wikipedia.org/wiki/Netnography>  
<https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/the-eight-essentials-of-innovation>  
<https://e-equalsmc3.com/alex-osterwalders-business-model-canvas/>  
[http://portland.gogreenconference.net/downloads/GGPDx\\_Guided\\_Learning\\_Entrepreneurship\(FRONT\).pdf](http://portland.gogreenconference.net/downloads/GGPDx_Guided_Learning_Entrepreneurship(FRONT).pdf)  
Osterwalder, A. in Pigneur, Y. (2010) Business Model Generation  
Blank, 2013, Why the Lean Start-up Changes Everything, Harvard Business Review  
Burkett, 2013, Using the Business Model Canvas for Social Enterprise Design  
<https://www.startups.com/>  
<https://www.virgin.com/>  
<https://thetechpanda.com/>  
<https://www.themuse.com/>



<https://www.mindtools.com/pages/article/AIDA.htm>  
<https://www.investopedia.com/ask/answers/020415/what-difference-between-private-equity-and-venture-capital.asp>  
<https://www.fundable.com/learn/resources/guides/crowdfunding/what-is-crowdfunding>  
<https://crowdsourcingweek.com/blog/top-15-crowdfunding-platforms-in-europe/>  
<https://gudcapital.com/startup-loans-financing-a-new-business/>  
<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/finance/what-is-finance-definition/>  
<https://www.mymoneycoach.ca/budgeting/what-is-a-budget-planning-forecasting>  
<https://www.dotrust.org/trick-meraih-jackpot-judi-poker-online-indonesia/>  
<https://www.learndigitalentrepreneurship.com/2019/02/16/what-is-digital-entrepreneurship/>  
[https://www.unwe.bg/uploads/Alternatives/9\\_Prodanov\\_EAlternativi\\_en\\_1\\_2018.pdf](https://www.unwe.bg/uploads/Alternatives/9_Prodanov_EAlternativi_en_1_2018.pdf)  
<https://medium.com/swlh/11-tips-to-manage-your-small-business-finance-9110c64531f2>  
<https://www.fundera.com/blog/business-finance>  
<https://socialenterprisetoolkit.ie/chapter-6-managing-finance/>  
<https://ecommercenews.eu/ecommerce-in-europe-e621-billion-in-2019/>  
<https://blog.hubspot.com/marketing/what-is-digital-marketing>  
<https://www.optron.in/en/digital-marketing>  
<https://marketingland.com/content-marketing-done-right-8-examples-can-learn-149088>  
<https://neilpatel.com/what-is-digital-marketing/>  
<https://www.sharetribe.com/academy/get-started-google-adwords-marketplace/>  
<https://www.lyfemarketing.com/blog/digital-marketing-statistics/>  
<https://www.hostgator.com/blog/7-steps-to-proper-new-website-seo/>  
<https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-marketing>  
<https://www.thebalancesmb.com/email-marketing-2948346>  
<https://commons.wikimedia.org/wiki>  
<http://www.monkeywrench.in>  
<http://www.pixabay.com>  
<https://innolytics-innovation.com/digital-business-model/>  
<https://blog.hotmart.com/en/digital-entrepreneurship/>  
<https://www.managementstudyguide.com/social-entrepreneurship.htm>  
<https://www.businessregiongotteborg.se/en/start-business/social-entrepreneurship>  
<https://www.learndigitalentrepreneurship.com/>  
[www.entrepreneur.com/topic/online-business](http://www.entrepreneur.com/topic/online-business)  
<https://www.liferay.com/resources/l/digital-business>  
[https://www.youtube.com/watch?v=V0\\_LVVILfE0](https://www.youtube.com/watch?v=V0_LVVILfE0)  
<https://www.youtube.com/watch?v=vSYaWtVNPOI>  
<https://trello.com/>  
<https://www.mindmeister.com/>  
[https://www.meistertask.com/?r\\_campaign=busi-simple-team-management](https://www.meistertask.com/?r_campaign=busi-simple-team-management)  
<https://www.google.com/drive/>  
<https://slack.com/>  
<https://stormboard.com/>  
<https://www.skype.com/en/>  
<https://apps.apple.com/us/app/facetime/id1110145091>  
<https://ithemes.com/tutorials/what-is-wordpress/>  
[http://zinzinibidi.com/web\\_tasarim/web\\_tasarimi/web\\_tasarim\\_araclari](http://zinzinibidi.com/web_tasarim/web_tasarimi/web_tasarim_araclari)



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

<https://wedevs.com/166974/how-to-install-wordpress-on-localhost/>  
<https://www.youtube.com/watch?v=Gknrbr2Ju8k>  
<https://www.freepik.com/>  
<http://www.clovis.edu/titlev/cooperative/multicultural-awareness.aspx>  
<https://www.td.org/insights/six-ways-to-help-employees-heighten-multicultural-awareness>  
<https://www.cultureamp.com/blog/diversity-in-the-workplace-benefits-and-challenges/>  
<https://blog.bonus.ly/diversity-inclusion-statistics>  
<https://www.hult.edu/blog/benefits-challenges-cultural-diversity-workplace/>  
<https://www.skillsyouneed.com/ips/active-listening.html>  
<https://www.fastcompany.com/3041774/7-key-habits-for-building-better-relationships>  
<https://psychology-spot.com/what-is-empathy/>  
<https://itspsychology.com/what-is-empathy/>  
<http://www.businessdictionary.com/definition/teamwork.html>  
<https://www.quality-assurance-solutions.com/what-is-teamwork.html#ixzz6BqG2r2mJ>  
<https://www.managementstudyguide.com/team-work.htm>  
<https://smallbusiness.chron.com/nine-types-team-roles-15566.html>  
<https://www.wisageek.com/what-is-a-dominant-culture.htm>



# Priloga 1

## Modul 4: Financiranje vaše ideje

### KAMPANJA – MNOŽIČNO FINANCIRANJE, PREDLOGA

Naslovna slika ali kratak  
video, ki predstavlja cilj  
vaše kampanje

Ciljna vrednost

Naslov kampanje

Napišite misijo vaše kampanje

Opišite sebe in delite vašo zgodbo

Opišite projekt ali vaše podjetje

Opišite, kako boste porabili zbrana sredstva

Slike



## Priloga 2

### Modul 4: Financiranje vaše ideje

Ključne informacije o vašem podjetju (kontaktne informacije)

NAZIV.....

NASLOV.....

ZIP.....

E-POŠTA.....

TELEFON.....

Namen tega letaka v treh povedih:

1. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Ta letak naj bo:

- ✓ Formalen in visoko kvaliteten.
- ✓ Berljiv na vseh napravah, kot je pametni telefon, tablica, računalnik.
- ✓ Jasen, z uporabno vsebino.

Enostranski letak se naj začne z osnovnimi informacijami o podjetju. Vsebuje naj slike in kontaktne podatke, kar lahko služi kot vizitka. Ustanovitelj mora vedeti, da je tak letak namenjen širši javnosti, kar vključuje tudi konkurenco. Poleg klasične predstavitve lahko podjetje predstavite skozi videoposnetek ali kratek film.



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

## Priloga 3

### Modul 4: Financiranje vaše ideje

Izziv 20 €



V žepu imate 20 €. Katere poslovne ideje lahko razvijete z njimi? Navedite vsaj 7 idej v 7 minutah.

#### Vprašanja za razpravo:

- Kaj potrebujete, da ustanovite podjetje?
- Ali se poslovnež rodi ali postane poslovnež skozi čas?
- Nekdo, ki je talentiran za atletiko, je drugačen od izvrstnega atleta. Zakaj? Kako se to prenaša na podjetništvo?

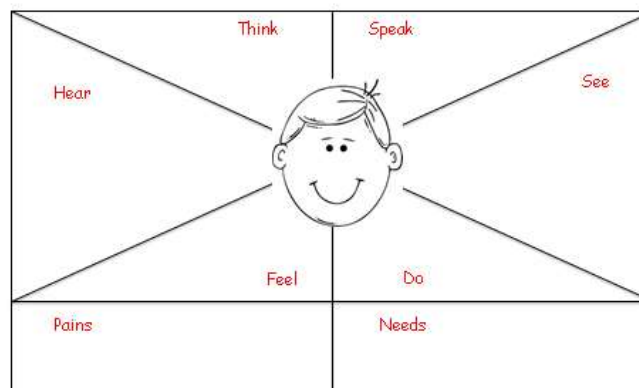
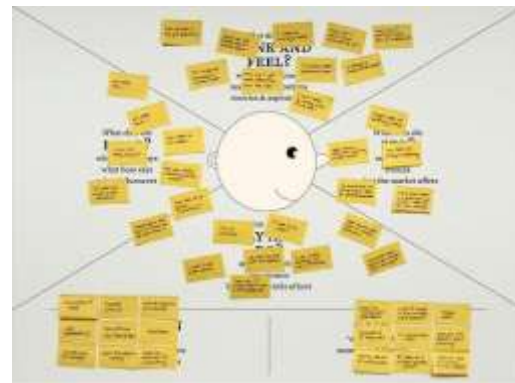
Cilj te vaje je ozavestiti učence, da denar ni najbolj pomemben za ustanovitev podjetja. Najbolj pomembno je, da so proaktivni, ustvarjalni in ciljno-usmerjeni. Poleg tega je zelo koristna tudi dobra ekipa.

# Priloga 4

## Modul 2: Analiza socialnih potreb

### Naredite empatične zemljevid strank

- Empatični zemljevid strank izraža vaše razumevanje strank
- Empatični zemljevid vam pomaga strniti vaša opažanja
- PRAVI: Katere stavke in pomembne besede bi vaša stranka izrekla?
- DELA: Katera vedenja si opazil pri stranki? Kako se vede?
- RAZMIŠLJA: O čem verjetno razmišlja vaša stranka? Kaj vam to pove o njenih prepričanjih?
- OBČUTI: Katera čustva stranka verjetno doživlja?
- Imejte v mislih, da misli, prepričanja in čustva oz. občutje ne moremo opazovati neposredno. Razbrati jih moramo iz več namigov, ki jih opazimo s posvečanjem pozornosti. Osredotočite se na telesno govorico, ton in izbiro besed.





# Priloga 5

## Modul 3: Socialni poslovni model

### Tehnike generiranja idej

#### Tehnike generiranja idej: Smernice za »brainstorming«

Ustvarite seznam smernic za »brainstorming«. V skupinah po 4 ali 5 učencev pripravite smernice za učinkovit »brainstorming«. Napišite vsaj 7 smernic v 7 minutah.

#### Smernice za »brainstorming« ...

- ✓ Izogibajte se vrednotenju idej.
- ✓ Spodbujajte drzne ideje.
- ✓ Ideje drugih naj spodbudijo vaš razmislek.
- ✓ Ostanite osredotočeni na vsebino.
- ✓ Vizualizirajte.
- ✓ Zapišite svoje ideje.
- ✓ Ena oseba govori, drugi poslušajo.
- ✓ Delajte na kvantiteti oz. številčnosti idej.



Vaše izhodišče naj po poved: "Kako lahko".



Spomnite vse člane na smernice »brainstorminga«. Generirajte čim več idej. Kvantiteta je pomembna. Bodite vztrajni in si vzemite dovolj časa. Šele po **20 minutah** procesiranja vaši možgani začnejo producirati najboljše ideje; pred tem razmišljamo zgolj o najbolj očitnih asociacijah.

### Tehnike generiranja idej: Naključna spodbuda

Avtor tehnike »Naključna spodbuda« je Edward de Bono. Tukaj je posnetek uporabe tehnike Naključna spodbuda: <https://www.youtube.com/watch?v=dQbxUSF7ZS8>

Potrebujemo novo pot, da razbijemo utečen način razmišljanja, novo spodbudo, ki nam bo pokazala drugačno pot. To pomeni, da uporabimo spodbudo, ki je naključna, nepovezana z našimi izkušnjami in neizogibno, presojami.

Novih idej ne pridobimo z razmišljanjem o starih, zato vključimo nekaj naključnega ali nepovezanega s situacijo.

Po navadi je naša smer razmišljanja podobna puščici, ki teče v eno smer, ki predstavlja utečeno pot. Ko vključimo naključno izhodišče, se ta smer razmišljanja spremeni in začne teči po drugi poti, ki vodi do novosti.

Naključna spodbuda: Primer

**Cigareti PO milo.** Milo predstavlja svežino, svežina pomlad, kar nas spomni na rože. Morda bi mogel vsak cigaret imeti v sebi seme za rožo, ki zraste, ko zavržemo cigaret. To bi olepšalo naše parke.



Vaja: Naključna spodbuda

Individualno delo. Skušaj se domisliti novega literarnega lika z imenom James Cooper, ki je detektiv. Da bi dobil nove ideje, uporabi naključno spodbudo in reci:

“James Cooper PO sladoled”.

Kaj lahko uporabim kot naključno spodbudo? Besedo, sliko, zvok ...

### Tehnike generiranja idej: S.C.A.M.P.E.R.

Michael Michalko je analiziral načine razmišljanja slavnih ljudi, kot so Einstein, Leonardo da Vinci, Freud, Darwin, Mozart ... Zbral in objavil je različne tehnike kreativnega razmišljanja. Ena izmed njih je tehnika S.C.A.M.P.E.R.

Tukaj je video o tehniki S.C.A.M.P.E.R. <https://www.youtube.com/watch?v=G8w0rJhztJ4>



Proces S.C.A.M.P.E.R. tehnike je preprost:

1. Izoliraj svoj izziv ali predmet, o katerem želiš razmišljati.
2. Postavi si SCAMPER vprašanja:
  - Kateri proces lahko **nadomesti** trenutnega?
  - Kaj lahko **združim**?
  - Kaj od koga drugega lahko **prilagodim**?
  - Lahko **sprememim** način svojega dela?
  - Kaj lahko **dodam** svojemu načinu dela?
  - Kako lahko svoj izziv **uporabim za druge namene**?
  - Kaj lahko **izločim** iz trenutnega načina dela?
  - Kaj je **obratno** od moje metode?
  - Kakšen **razpored** bi bil boljši?

**S**ubstitute (nadomestim)

**C**ombine (združim)

**A**dapt (prilagodim)

**M**odify / **M**agnify (sprememim, dodam)

**P**ut (uporabim)

**E**liminate (izločim)

**R**everse / **R**earrange (obrnem, prerazporedim)

## Priloga 6

### Modul 3: Socialni poslovni model

#### Prototipiranje

Pomemben korak v razvijanju poslovne ideje je izdelovanje prototipov, testiranje in učenje. Zelo pomembna je vizualizacija idej in konceptov iz 3D perspektive in ne zgolj iz 2D. Po navadi je prototipiranje značilno za izdelavo produkta, v zadnjem času pa je bolj pogosto tudi v oblikovanju storitev, kot je načrtovanje izkušnje končnega uporabnika. Obstajajo različni opisi prototipiranja, ampak ena stvar je skupna vsem. Prototipiranje je namenjeno preizkušanju in nadaljnjemu razvoju ideje, produkta, storitve ali izkušnje.

Med prototipiranjem je pomembno razmišljati, kaj se skušamo naučiti iz prototipov in razviti testne objekte ter scenarije, ki testirajo ta vprašanja. Testni koncepti omogočajo zasledovanje mnogih idej, brez, da bi se prehitro zavezali k določeni smeri. Cilj prototipiranja ni razviti kopijo ali točni model koncepta vaše rešitve; cilj je oblikovati izkušnje, na katere se uporabniki lahko odzovejo. Pozornost posvetite vidikom, ki jih želite testirati in ne izgublajte časa z drugimi, manj pomembnimi vidiki. Razmisliti morate tudi o kontekstu in scenariju testiranja, ki bo omogočil pomenljivo povratno informacijo. Ni vedno ustrezno, da produkt ponudimo nekemu na ulici, saj na ta način morda ne dobimo pristne povratne informacije. Testiranje mora potekati v kontekstu, ki odraža dejanski kontekst, kjer bodo vaše rešitve uporabljene, ali je vsaj dober približek temu kontekstu. Če npr. razvijate sistem za shranjevanje hrane doma, dovolite uporabnikom, da ga testirajo v svojih domačih kuhinjah. Izzivi in težave pri uporabi se bodo tam pokazale v večji meri.

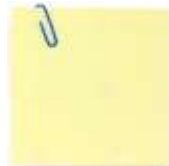
Vadite prototipiranje: Vse najboljše!

Prispeli ste v službo in vaš sodelavec ima rojstni dan. Namesto, da mu rečete: »Vse najboljše!«, skušajte izdelati ustvarjalno darilo ali vsaj lep spomin na dan v službi. Odprete predal v svoji pisarni, kjer ste našli različne materiale, ki so prikazani spodaj. Takoj dobite mnogo dobrih idej. Izberite eno in se domislite darila.

Sponka



Samolepilni lističi



Svinčnik



Lepilni trak





Namigi za prototipiranje:

- **Začnite graditi.** Četudi ne veste, kaj delate, primite material (papir, lepilni trak, naključni/najdeni predmeti so dobro izhodišče) in začnite graditi.
- **Osredotočite se na zgodbo** – estetika ni pomembna.
- **Velikost** ni pomembna – koncept hiše je predstavljen v modelu in ne v realni velikosti (uporabite lahko lego kocke namesto opek).
- **Ne zapravljajte časa** z detajli.
- **Ne posvetite veliko časa enemu prototipu.** Nadaljujte z naslednjim prototipom, ko začutite, da se na trenutnega preveč navežete.
- **Ne zaljubite se** v svoje ideje – izogibajte se čustveni navezanosti.
- **Ne sprejmite končne odločitve** glede produkta/storitve preden je prototip izdelan.
- **Izogibajte se destruktivnemu razmišljanju** – npr. »To je nemogoče, to ni za nas ... «.
- **Gradite z razmišljanjem uporabnika.** Kaj želite testirati pri uporabnikih? Kakšna vedenja pričakujete? Odgovori na ta vprašanja vam pomagajo pri izdelavi prototipa in omogočajo koristne povratne informacije v testni fazi.
- **Identificirajte pomembne vidike/spremenljivke.** Opredelite, kaj želite testirati z vsakim prototipom. Prototip mora nuditi odgovore na specifična vprašanja, ko ga uporabniki testirajo.



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



BRIDGING  
TO THE  
FUTURE



# Up to Youth

Spodbujanje  
bodočih  
digitalnih  
socialnih  
podjetnikov

2018-1-TR01-  
KA205-057895

“Financirano iz programa  
Evropske unije Erasmus +,  
vendar evropska komisija in  
turška nacionalna agencija nista  
odgovorni za kakršno koli  
uporabo informacij, ki jih  
vsebuje priročnik.”