



ENTRE**COMP**EDU

Модул 2

Научете повеќе 2.2 Планирање на претприемачки проект



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



EntreCompEdu is co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union. The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

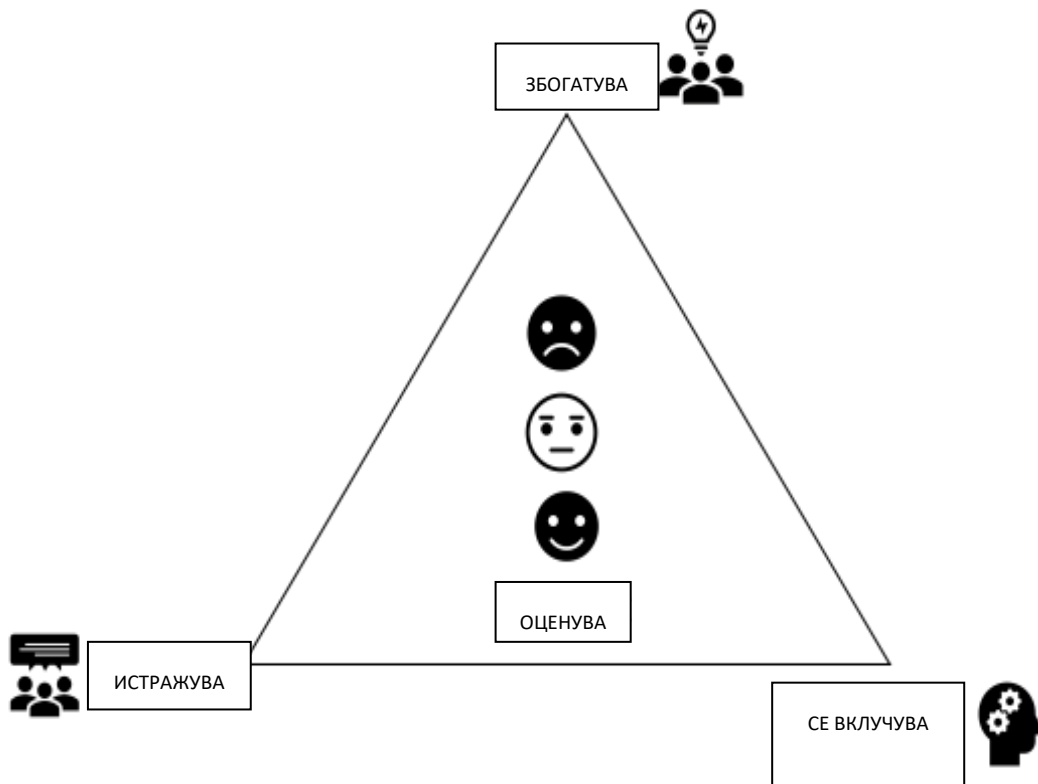
Содржина

Планирање на претприемачки проект	3
Фаза 1: Истражете - кој е проблемот?	3
Фаза 2: Збогатување - Кои се нашите опции?	6
Фаза 3: Донесе - Како да ја претвориме нашата идеја во акција?.....	10
Оценете - Дали сме создале нешто вредно?.....	14



Планирање на претприемачки проект

Моделот 4Е ги носи студентите низ секоја фаза на „типичен“ проект. И во секоја фаза има можности каде студентите треба да демонстрираат компетенции.



Слика 2.2.1 Модел 4Е за планирање на претприемачко учење

Фаза 1: Истражете - кој е проблемот?

Во реалниот свет на претприемништво, повеќето проекти започнуваат со обид да се концептуализира проблемот. Честопати претпоставуваме дека сите разбираат што значи зборот „проблем“. Кога некој вика „Кој е твојот проблем?“, ова обично не е во позитивна конотација. Во светот на претприемништвото, сепак, проблемите се добредојдени бидејќи генерираат потенцијален бизнис.



Понекогаш, предизвик е да се идентификува точно кој е главниот проблем, бидејќи може да има неколку вгнездени заедно.

Оваа фаза е исто така за истражување на можни решенија. Проблемот понекогаш може да се преврти за да се обезбеди решението. Rod Judkins го наведува примерот за компанија за нуркање на



нуркачи што се соочуваат со банкрот затоа што ајкулите ја запоседнале областа. Тој предложи сопствениците да го отворат првото светско училиште за нуркање во светот.¹

Во фазата на истражување, улогата на наставникот е да го привлече интересот на учениците.

Како воспитувачи, наш инстинкт е да веруваме дека ако имаме нешто важно да споделиме, студентите ќе слушаат. За жал, овој инстинкт е погрешен. Во генералниот живот, луѓето нема да обрнат внимание дури и на информациите што потенцијално можат да ги спасат нивните животи. На пример, следниот пат кога ќе погледнете лет и ќе видите колку патници ги слушаат најавите за безбедност во текот на летот. Ова е причината зошто многу авиокомпаниии сега се обидуваат да ги пренесат овие основни информации на креативни начини, од анимирани цртани филмови до стенд-ап комедија. Овие нови најави привлекуваат поголемо внимание затоа што ги активираат позитивните емоции на луѓето, што е основен принцип за привлекување внимание.²

За наставниците ова значи дека за да се привлече интерес, треба да се размислува имагинативно за првите неколку минути од лекцијата. Искусните наставници користат многу различни „куки“ за да го привлечат вниманието на учениците на почетокот. Погледнете го квадратот 2.2.1 подолу.

¹ Judkins, R. (2015) Уметноста на креативно размислување, Hodder & Stoughton.

² Sharot, T. (2018) Влијателен ум, Abacus.



1. Локални новости
2. Тематски прашања или проблем
3. Етичка дилема
4. Преодно набудување на аспект на училишната средина
5. Разгорен проблем во заедницата
6. Артефакт како што е скршена играчка - Чарлс Лазар, основач на Toys R Us, беше инспириран од скршена кукла
7. Предизвик на пр. 'Ако можете да промените нешто во врска со оваа училишница што би било и зошто? '
8. Извадок од писмо за жалби во весникот за услуга што треба да се подобри
9. Загатка
10. Предмет (природен или произведен)
11. Предмет на облека
12. Прибор за домаќинства
13. Течност
14. Видео или аудио
15. Звук, парче музика или џингл
16. Слоган за рекламирање
17. Слика или друго уметничко дело
18. Рециклиран материјал
19. Подобен материјал
20. Краток расказ или песна
21. Загатка или шега
22. Наслови на весниците
23. Отворено прашање на пр. "Се прашувам како функционира ова?"
24. Анимација или цртан филм
25. Сценарио - „Што би направиле ако бевте на мое место?"

Квадрат 2.2.1 Мозни куки за да се вклучат студентите во можности за претприемничко учење

Исто така, треба да се насочите кон интересите на студентите и, кога е можно, да ги поврзете со производот или услугата што треба да се подобри.



Многу нови идеи произлегуваат од мали измени на постојните. И така, студентите треба да бидат поттикнати да погледнат слободно кон околината. Без оглед на куката, таа треба да има релевантност во постапувањето како поттик-точка за решавање на проблемот со претприемништво. Штом студентите ќе бидат „вклучени“, можеби ќе ги охрабрите да формулираат изјава за проблемот, т.е. „Проблемот што се обидуваме да го решиме е...“ или „Проблемот што го истражуваме е...“ Размисленото планирање треба да се усогласи со ова кон целите на учењето, целите или наменетите исходи. Со други зборови, проблемот е контекстот во кој студентите треба да бидат способни да демонстрираат знаење, разбирање и вештини (компетенции за претприемништво).

Фаза 2: Збогатување - Кои се нашите опции?

Втората фаза вклучува студенти кои работат во групи да разговараат за тоа како може да додадат вредност.

Фазата на збогатување е со цел да се охрабрат студентите да забележат можности. Едвард де Боно (1970) го измисли изразот „странично размислување“ за да го опише процесот на истражување на начини на гледање на нештата (Слика 2.2.1). Наместо да го бара најдобриот можен одговор, што е слично на вертикалното размислување, Де Бона предложи да истражуваме што е можно повеќе различни пристапи. Во природната потрага по алтернативи, застануваме на најперспективниот пристап. Во латералното размислување, секој ветувачки пристап е прифатен, но потрагата продолжува и вклучува идеи што можат на површината да се сметаат за неразумни.³ За де Боно, она што е важно е да се ослабне процесот на размислување, така што тој да биде помалку ригиден и повеќе течен. Дури и ако потрагата докаже губење време, тврди Де Бона, таа ја развива навиката да бара алтернативи наместо слепо да го прифати најочигледниот пристап. Тој, сепак, прифаќа

³ De Bono, E. (1970) Странично размислување, Penguin.



дека ставањето квота или фиксен број (да речеме минимум 3) на пребарувањата има практична смисла. Поимот „можно размислување“ на Ана Крафт е исто така релевантен овде, замислувајќи различни светови користејќи сценарија „Што ако...?“.



Слика 2.2.2 Вертикално и странично размислување (после De Bono, 1970).

Во крајна линија е дека ништо не е совршено во овој свет што отвора можности за претприемачите. Сè може да се подобри. Како што сугерира Rod Judkins: „Ако нешто не треба да се подобри, подобрете го“. Подобрувањето



може да се однесува на тоа како се прават работите, т.е. методот, наместо самата содржина.⁴

Техниката на Bob Eberle SCAMPER е една од најкорисните за поддршка на студентите за да можат да се фокусираат на аспекти за нешто што можеби ќе треба да се подобри. SCAMPER се заснова на идејата дека нештата што се нови се всушност модификација на она што во моментот постои како примена на едно или повеќе од следниве:

- (S) заменува,
- (K) комбинира,
- (A) адаптира,
- (M) модифицира,
- (C) ставено за друга употреба,
- (E) елиминира и
- (O) обратно].

Земете комбинација, како пример. Претприемачкото размислување вклучува формирање на нови комбинации. Steve Jobs еднаш ја опиша креативноста како „само поврзување на нештата“.⁵ Кога го промовираше новиот iPhone во 2007 година, блогерите го нарекоа „телефонот на Исус“ заради неговите чудесни карактеристики. Всушност, повеќето компоненти што веќе беа на сила во раните 90-ти iPhone ги комбинирашево прифатлива единечна единица.

Процесот на правење на овие врски може да го научат студентите. Да претпоставиме дека работите како издавачка куќа за издавање книги и сакате да истражувате нови пазари. Може да започнете со наведување на вашите променливи и клучните компоненти под секоја од нив (Квадрат 2.2.2):

⁴ Judkins, R. (2015) Уметноста на креативно размислување, Sceptre.

⁵ Cited by Brandt, A. and Eagleman, D. (2017) The Runaway Species, Canongate, стр.37.



Продукти	Маркети	Технологија	Функции	Услуги
Референци	Библиотеки	Печатење	Информација	Клубови за книги
CD_ROMs	Индустија	Модули	Обука	Веб страна
Учебници	Универзитети	Аудио	Образование	Работилници
Е-книги	Онлајн продажба	Интернет	Ресурси	

Квадрат 2.2.2 Индекс на клучни зборови

Со продукција на индекс на клучни зборови, можно е да се истражат нови комбинации на пр. референтни книги — универзитети — интернет — информации.

Нешто слично на SCAMPER го застапуваат Брант, невронаучник и Иглман, признат композитор. Тие сугерираат дека сите иновации можат да се следат според: мешавина, свиткување или кршење. За нив се вели дека го отсликуваат начинот на кој функционираат нашите мозоци.

За време на фазата на збогатување, на учениците им треба време да разговараат за нивните идеи. Идеите честопати се развивале на долг, цик-цак начин, бидејќи успешните творци одржувале континуиран дијалог со својата работа. Тие се бореле со своите идеи - расчленувајќи, комбинирајќи, додавајќи, отстранувајќи ги, свртувајќи ги наопаку и разлишувајќи ја нивната намена.⁶

Добрите идеи треба време да се развијат. Историскиот преглед на 14 од најзначајните иновации во општеството откри дека просечното време е 39 години од зачнувањето до усвојувањето од страна на пошироката јавност. Моторниот автомобил има најдолг животен век од 70 години, додека литиумските батерии, банкоматите и мобилните телефони со најкратко

⁶ Sawyer, K. (2013) Zig Zag: Изненадувачки пат кон поголема креативност, Jossey Bass.



траење (но сепак дваесет или повеќе години).⁷ Иако идеите на учениците веројатно ќе бидат поскромни, сепак кога се планираат вакви дискусии, важно е наставниците да им дадат време и простор на учениците да разменуваат идеи, да направат измени и да преземат неопходно истражување.

Фаза 3: Донесе - Како да ја претвориме нашата идеја во акција?

Сцената вклучува студенти што избираат кои од нивните идеи сметаат дека имаат најголем или најбогат потенцијал, а потоа работејќи го ова преку воспоставување јасен поглед и план. Студентите можат да бидат поканети да изготват табла за планирање на настани за да го покажат редоследот на нивната идеја, од зачнување до масовно усвојување и чекорите што се вклучени на патот. Притоа, студентите можат да дискутираат за можните предизвици, трошоци и ограничувања, како и за планираните исходи. Во светот на претприемништво, не е невообичаено претприемачите да се префрлат на првата идеја затоа што тоа не функционира поради некоја причина; можеби тоа не е мерливо или повратните информации за некој елемент или друг се премногу негативни.

Неискористените идеи треба да се чуваат затоа што можат подоцна да се покажат како вредни, на пример, како активни точки за други проекти. Вреди да се потсетиме на многуте идеи од страна на студентите што првично беа отфрлени, а сепак последователно се претворија во многу успешни услуги или производи. Ова е важно особено за самодовербата на студентите, чии идеи не се поддржани во оваа фаза.

⁷ Hanna, R. Et al (2015) UKERC Технологија и проценка на политиките, рокови на иновации од пронајдок до зрелост, UKERC.

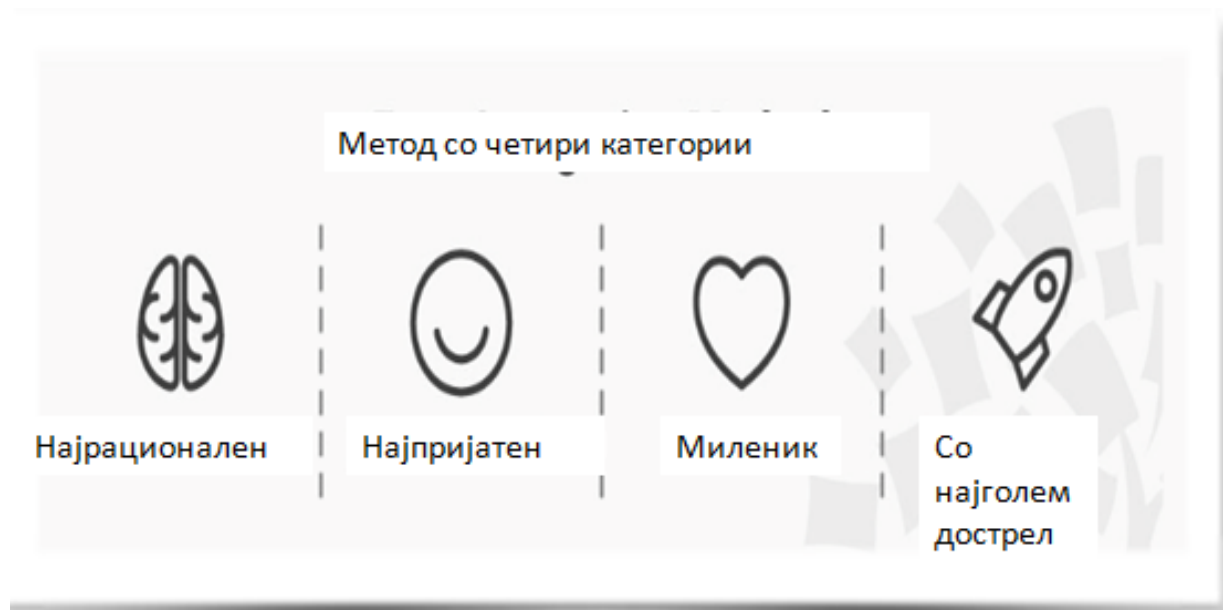


Откако ќе се дискутираат идеите, треба да се разберат оние што вреди да се следат поради нивната потенцијална вредност. Исто така, важно е студентите да размислуваат зошто се шират идеите. Социјалното влијание или раскажаното искуство е особено важно за брзината со која идеите „одат вирусно“. Лекарите е поверојатно да препишат нов лек ако знаат дека други лекари го препишале. Прегледот со пет ѕвезди на amazon.com води до приближно дваесет продадени книги отколку преглед со една ѕвезда. Луѓето се со поголема веројатност да се откажат од пушењето или да изгубат тежина ако тоа го сторат пријателите.

Бергер (2014) посочува дека работите не мора да бидат интересни или романите (спротивно на она што можеби мислиме) за да бидат вирусни. Таа прави разлика помеѓу непосредно и тековно усно пренесување (производи и услуги за кои продолжуваат да зборуваат со тек на седмици и месеци). За повеќето производи или идеи, важно е раскажаното искуство. На пример, треба да се одржи кампања против малтретирање сè додека не се искорени целосно насилството.

Методот со четири категории (Слика 2.2.3) се користи за да се поделат идеите во нивната релативна апстрактност, почнувајќи од најрационалниот до избор што има најголема веројатност да биде прифатен(најпријатен) миленик и со најголем дострел.





лика 2.2.3 Метод на четири категории

Извор: <https://www.interaction-design.org/literature/article/how-to-select-the-best-idea-by-the-end-of-an-ideation-session>

Методот Now How Wow се користи поради одржливоста на идејата (Слика 2.2.4). Студентите ставаат разнобојни налепници, секоја налепница претставува една категорија, на решетката треба да се претстават идеите треба да бидат ставени на скалата.

Слика 2.2.4 Now How Wow метод

Извор: <https://www.interaction-design.org/literature/article/how-to-select-the-best-idea-by-the-end-of-an-ideation-session>



Задолжителна LoopMe обука на задача 2.2.1: Дизајн на размислување

Посета на [Фондација за интеракција](#) веб страната и прочитајте за нивните предлози за размислување за дизајн за тоа како да ја изберете најдобрата идеја до крајот на сесијата за идеи.

Можете исто така да преземете подетални упатства и бесплатни обрасци, како што се методот „Четири категории“ и матрицата Now Wow How.



Дали мислите дека овие упатства би можеле да бидат корисни за вас во вашето планирање?



Фаза 4: Оценете - Дали сме создале нешто вредно?

Евалуацијата е едноставна за мерење на вредноста на нешто. Евалуацијата треба да помине низ искуство за претприемачко учење, отколку да се смета како посебна фаза и да се ограничува само до крајот на процесот. Главниот фокус е учениците да размислуваат за тоа како нивната идеја може да направи разлика кај крајните корисници и кои докази можат да го поддржат овој начин на размислување. Студентите треба да бидат охрабрени да ја истражат и да ја ревидираат својата идеја, во зависност од тоа што откриваат доказите. Треба да се научат како да соберат и интерпретираат докази, на пример преку анкети, прашалници, интервјуа, набудувања и употреба на технологии.

Може да се изготват едноставни форми на критериуми и студентите да се охрабрат да ги презентираат и бранат своите идеи на панел. Студентите можат да размислат кој е добро расположен да понуди повратна информација и каква форма треба да има на пр. кратко истражување, интервју и дали да се формираат „контролни“ групи. И тогаш студентите треба да се вратат на своите планови за да направат неопходни промени по повратните информации.

Важно е студентите да разберат дека евалуацијата е често релативна работа и е лична вредност и субјективност. Додека учениците можат да се научат како да проценат дали се заслужни за нешто, користејќи едноставни списоци со проверки кои покажуваат објективни критериуми за проценка, емоциите играат важна улога во одредувањето на вредноста или вредноста на нешто.

Студентите можат да користат или измислат свои листи за проверка за да ги проценат своите идеи.

Тие можат да се запознаат со критериуми за успех кои можат да бидат во субјективни и објективни форми.



Да претпоставиме дека ги поканувате учениците да измислат ново столче како дел од реновирање на училишната библиотека. Објективните критериуми може да вклучуваат: „Дали има четири нозе?“ Или „Дали влегува во буџетот?“, но одредена естетика, која се сведува на личното мислење, е исто така важна (на пр. стилот). При донесувањето на конечна пресуда за тоа кој стол да се избере, неизбежно се појавува мешавина на објективни критериуми и субјективни чувства.

Табела 2.2.1 вклучува примери на инструкции во секоја фаза на моделот. Избраните може да бидат прикачени на ѕидот на училницата за да ги потсетат учениците за време на часот.



Фаза	Упатства за наставници	Можни стратегии	Линкови до други надлежности
Истражувај Дефинирај го проблемот	<p>Кој е проблемот?</p> <p>... со нашето размислување</p> <ul style="list-style-type: none"> • Што точно е проблемот? • Зошто не е решен порано? • Што знаеме за ова? • Кои се фактите и бројките што ги знаеме за X? • Кои слични производи / услуги (конкуренција) постојат? • Што направиле другите претходно? • Што вели истражувањето за овој производ / услуга? <p>... со нашите чувства</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ако не го решиме проблемот, тогаш што? Кој ќе влијае на ова? • Како се правиме да се чувствуваат/чувствуваме? • Дали нашите чувства се менуваат ако ... • Како може x да се чувствува во врска со ова? • Кој најмногу влијае на проблемот? 	<ul style="list-style-type: none"> • Пет В техника • Мрежи KWL (Што знаеме, сакаме да научиме и што научивме) • Изјава за проблеми • Мапи во умови • Рутини за размислување, на пр. погледнете, размислете, прашувајте • Техники за реформирање на пр. се спротивстави на зборот „но“... и инсистирај се на „да, и...“ колку што е можно подолго • Воведен целосен час, групна работа, парови дискусии 	<p>3.3 Настава преку контексти во реалниот свет</p> <p>3.4 Поттикнување на самосвесност и самодоверба за поддршка на учењето</p>



Фаза	Упатства за наставници	Можни стратегии	Линкови до други надлежности
	<p>... со нашите сетила</p> <p>Што можете да видите, слушнете, чувствуваате, допрете?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Дали некогаш сте забележале? • Како функционира ова? • Можете ли да ги поставите овие работи заедно? <p>...со нашата имагинација</p> <ul style="list-style-type: none"> • Замислете да го направевме тоа? • Што би било идеалното решение (ја)? 		



Фаза	Упатства за наставници	Можни стратегии	Линкови до други надлежности
Збогатување	<p>Кои се нашите опции?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Како можеме да го подобриме тоа? • Што би промениле? Зошто? • Што недостасува? • Што ако го свртиме наопаку или го вратиме назад? • Кој би можел да освои / изгуби од ова? • Кој би можел да биде заинтересиран за нашата идеја? Зошто? • Што ако гледаме на овој друг начин? • Што може да додаде, замени или прилагодува? • Ако ја промениме x (бојата, големината, формата, наменетите корисници) што може да се случи? 	<ul style="list-style-type: none"> • групна работа и спарени дискусии • прикажување правила за дискусии во групите и доделување улоги • да се издвои „работен сид“ за да се утврдат новите идеи • употреба на заштитни белешки со шифри во боја (црвена за одбиена, жолта за можност и зелена за „добро може да се продолжи“) за да се снимаат идеите на учениците • SCAMPER техника • 3 Vs: мешавина, свиткување или кршење • групирање или поврзување помеѓу предложените различни идеи • прикажување на новинарската техника: 5W и 1H прашања: Кој? Што? Кога? Каде? Зошто? и како? • Прашува прашања за етика и одржливост на 	3.2 Создавање вредност за другите



Фаза	Упатства за наставници	Можни стратегии	Линкови до други надлежности
		<p>пр. 'Какво влијание ќе има ова врз другите и околината?' Дали е ова вистинското нешто да се направи? ', 'Може ли ова да му наштети на некогo?' Како да го заштитиме тоа? '</p> <ul style="list-style-type: none"> • Прегледи на другите луѓе и разгледајте ги сите фактори (де Бона техники) • истражување на интернет за да видите дали веќе се споменати слични идеи и што може да се научи од ова 	



Фаза	Упатства за наставници	Можни стратегии	Линкови до други надлежности
Донесување	<p>Како ја претвораме нашата идеја во акција?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Кои се нашите главни цели? • Кој е нашиот план да ги постигнеме овие? • Што треба да правиме прво? второ итн? (приоритети) • Што е временска рамка? • Што се случува ако нешто тргне наопаку? • Кои се нашите планови за вонредни состојби? • Кој ќе стори и што? (улоги и одговорности за секој член на групата) • До кога? • Кои ресурси ќе ни требаат? • Колку може да чинат овие? • Како можеме да ги следиме? • Кои се нашите основни правила за добро работење заедно? • Како да се осигураме дека во секоја фаза од нашата идеја секој го прави својот праведен удел? (аранжмани за обезбедување на квалитет) • За што треба да размислиме при презентирање и 	<ul style="list-style-type: none"> • Групна работа и спарени дискусии • прикажување правила за дискусии во групите и доделување улоги • стилови на приказни 	<p>2.1 Поставување на претприемачки цели што се етички и одржливи</p> <p>3.5 Промовирање на продуктивна работа со други</p>



Фаза	Упатства за наставници	Можни стратегии	Линкови до други надлежности
	<p>комуникација на нашата идеја? Каква форма треба да земе ова? Извештај? Презентација на Powerpoint? Аудио датотека? Апликација?</p>		
Оценување	<p>Дали создадовме нешто од вредност?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Дали проблемот вреди да се реши или прашање што вреди да се истражи понатаму? • Која е најдобрата идеја да се напредува? Како да одлучиме за ова? • Дали ги постигнавме нашите цели? 	<ul style="list-style-type: none"> • SWOT анализа (јаки страни, слабости, можности, закани) • PMI техника (Плус, минус, интересно) • Две Свезди и желба (две јаки и една желба за следниот пат - за помладите студенти) • Внатрешна или надворешна комисија на 	<p>4.2 Размена на повратни информации</p> <p>5.1 Оценување на влијанието</p>



Фаза	Упатства за наставници	Можни стратегии	Линкови до други надлежности
	<ul style="list-style-type: none"> • Каква проценка (поен, оценка) би дале за (а) нашата тимска работа (б) нашата идеја? • Како можеме да добиеме повратна информација? Од кого? • Што се случува ако тоа не успее? • Колку нè чинеше ова (време, пари, напор)? • Дали вредеше времето и напорот? • Дали секој го направи својот фер дел од работата? • Што научивме преку ова? • Што би правеле поинаку следниот пат? Зошто? • Дали додадовме вредност? • На кои начини? • Како знаеме? 	<p>судии</p> <ul style="list-style-type: none"> • списоци со список и рубрики со критериуми • Повратна информација од потенцијални клиенти / корисници • Анкети и прашалници • Четири категоричен метод • Now How Wow стратегија • Приказни за „брилијантни неуспеси“ и примери на луѓе чии идеи биле одбиени, на пр. J.K. Роулинг 	

