



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

Projekt: European School of Entrepreneurship (Europejska Szkoła Przedsiębiorczości)



Projekt nr 2017-1-FR01-KA202-037256 - Kluczowe działanie 2: Współpraca na rzecz innowacji i wymiany dobrych praktyk

Rezultat pracy intelektualnej O2: Stworzenie wspólnych europejskich ram szkoleniowych

Partnerzy projektu



Indeks

Spis treści

Spis treści	3
1. Wprowadzenie	5
2. Grupa docelowa	6
3. Opis sylabusu	8
Treść	12
4. Metody dydaktyczne	14
Ocena	15
5. Zastosowanie	16
6. Szczegółowy opis sylabusu:	17
7. Kurs 1: Przedsiębiorczość	17
8. Kurs 2: Pierwsze kroki przy zakładaniu startupu	21
Działanie 1: Walidacja pomysłu	21
Działanie 2: Skuteczne prezentowanie swojej firmy	27
Działanie 3: Szablon modelu biznesowego	31
9. Kurs 3: Możliwości finansowania przedsiębiorstw ze środków UE	38
Działanie 1: - Jak działa UE	38
Działanie 2: Możliwości dla przedsiębiorstw oferowane przez UE	40
.....	46
10. Kurs 4: Ekosystemy przedsiębiorczości	46
Działanie 1: Znajomość pojęcia ekosystemu przedsiębiorczości	47
Działanie 2: Rynek – marketing	48
Działanie 3: Kultura korporacyjna	50

Działanie 4: Kształcenie i szkolenie.....	51
Działanie 5: Mechanizmy wsparcia	52
Działanie 6: Ramy regulacyjne dotyczące infrastruktury i infrastruktura	53
Działanie 7: Kapitał ludzki / Dostępność siły roboczej	54
Działanie 8: Finansowanie i fundusze.....	55
11.Kurs 5: Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR)	60
Cel	60
Siatka sylabusu	60
Działanie 1: Zrozumieć CSR: problematyka, definicja, ramy regulacyjne.....	61
Działanie 2 - Podstawy CSR	64
Działanie 3 – Wdrożenie podejścia CSR: studium przypadku	67
12.Kurs 6: Możliwości w zakresie przedsiębiorczości społecznej	72
Działanie 1: Koncepcja przedsiębiorczości społecznej i gospodarczy model przedsiębiorczości społecznej	73
Działanie 2: Potrzeby społeczne i środowiskowe oraz tworzenie wspólnych wartości... 75	
13.Rezultaty.....	79
14. Literatura źródłowa	79

1. Wprowadzenie

Czym jest „przedsiębiorczość”?

Przedsiębiorczość to proces projektowania, uruchamiania i prowadzenia nowego biznesu, który często początkowo jest małym przedsiębiorstwem. Z kolei osoby tworzące takie firmy nazywane są przedsiębiorcami.

Przedsiębiorczość definiuje się jako „zdolność i chęć do rozwijania, organizowania i zarządzania przedsięwzięciem biznesowym oraz towarzyszącymi mu wszelkimi rodzajami ryzyka w celu osiągnięcia zysku”. Choć definicje przedsiębiorczości zazwyczaj skupiają się na zakładaniu i prowadzeniu przedsiębiorstw, to jednak ze względu na wysokie ryzyko związane z rozpoczęciem działalności gospodarczej, znaczna część nowo zakładanych przedsiębiorstw musi zostać zamknięta ze względu na „brak finansowania, złe decyzje biznesowe, kryzys gospodarczy, brak popytu rynkowego lub połączenie wymienionych czynników”.

Niekiedy, zwłaszcza w naukach ekonomicznych, stosuje się szerszą definicję tego terminu. W takim ujęciu przedsiębiorca jest podmiotem, który zakłada firmę i działa w celu przełożenia wynalazków lub technologii na nowe produkty: „Przedsiębiorca jest w stanie dostrzec potencjał komercyjny wynalazku i zorganizować kapitał, talent oraz inne zasoby, które przekształcą dany wynalazek w opłacalną ekonomicznie innowację”. W tym sensie termin „przedsiębiorczość” obejmuje również działalność innowacyjną prowadzoną przez firmy o ugruntowanej pozycji na rynku, nie tylko zaś innowacje realizowane przez nowe przedsiębiorstwa.

Źródło: Wikipedia

Projekt „Europejska Szkoła Przedsiębiorczości” („European School of Entrepreneurship”, ESE)

Aby czytelnik mógł lepiej zrozumieć prezentowany w niniejszym dokumencie program nauczania, chcielibyśmy przedstawić kilka podstawowych informacji o naszym projekcie. Projekt ESE jest współfinansowany przez Komisję Europejską w ramach programu Erasmus+.

Projekt ESE ma na celu promowanie i zachęcanie do przedsiębiorczości młodych ludzi, kobiet i osób niezatrudnionych poprzez umożliwienie im zdobycia umiejętności i wiedzy niezbędnych do założenia firmy.

Według danych zawartych w planie działania Komisji Europejskiej na rok 2020, 40% młodych Europejczyków deklaruje zainteresowanie samozatrudnieniem. W ramach projektu naszą misją jest zapewnienie uczestnikom umiejętności niezbędnych do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej. W tym celu zidentyfikowaliśmy te umiejętności, których brakuje w tradycyjnych programach nauczania. Misją projektu jest zatem zapewnienie szkoleń dla przyszłych przedsiębiorców w zakresie umiejętności

niezbędnych do rozpoczęcia, rozwinięcia i zarządzania własną działalnością gospodarczą. Koncentrujemy się na budowaniu firm, które będą działać w duchu społecznej odpowiedzialności biznesu oraz zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju.

Projekt ESE został stworzony z myślą o osobach, które chcą rozpocząć działalność gospodarczą, ale potrzebują pomocy w jej prowadzeniu. Wsparcie zapewnią im szkolenia prowadzone zdalnie (internetowo) oraz bezpośrednio. Potencjalnym przedsiębiorcom oferujemy program edukacyjny obejmujący szkolenia z następujących przedmiotów: Wprowadzenie do przedsiębiorczości, Pierwsze kroki przy zakładaniu firmy, Finansowanie z UE dla firm, Analiza rynku, Ekosystemy przedsiębiorczości, Społeczna odpowiedzialność biznesu, Przedsiębiorstwa społeczne i inne. Szkolenia realizujemy poprzez zapewnienie rocznego programu szkoleniowego, który obejmuje zajęcia indywidualne i mentorskie, kursy online, przewodnik po najlepszych praktykach oraz możliwość wyjazdu za granicę i spotkania się z innymi przedsiębiorcami. Długość i specyfika programu różni się w zależności od lokalizacji, ale wszystkie programy realizowane są według tego samego programu szkoleń online. Program kończy się stażem, który ma na celu rozwinięcie wiedzy oraz zdobycie użytecznej praktyki. Najzdolniejsi uczestnicy szkoleń będą mieli okazję udać się do jednego z naszych miast partnerskich, gdzie spotkają się z innymi przedsiębiorcami prowadzącymi działalność o podobnym profilu.

Kursy w szkole będą certyfikowane przez ECVET, unijny instrument uznawania kwalifikacji edukacyjnych, w połączeniu z Europassem w celu umożliwienia mobilności certyfikacji.

Zespół projektowy składa się z 5 partnerów z 5 krajów, z których każdy ma różne doświadczenia pomagające w realizacji programu. Wiedza specjalistyczna partnerów obejmuje kontekst edukacji uniwersyteckiej, akceleratory dla start-upów, aż po szkolenia i certyfikację zawodową. Na doświadczenie partnerów składa się łącznie ponad 80 lat realizacji zadań edukacyjnych, szkoleń i wsparcia w powstawaniu oraz prowadzeniu inicjatyw biznesowych.

W drugim etapie projekt ma na celu zharmonizowanie nauczania przedsiębiorczości poprzez ustanowienie europejskich ram szkoleniowych oraz stworzenie przewodnika dobrych praktyk dla europejskiego przedsiębiorcy. Przewodnik ten będzie rozprowadzany bezpłatnie w formie papierowej i elektronicznej (format epub).

2. Grupa docelowa

Projekt ESE jest skierowany do młodzieży i osób mających trudności ze znalezieniem zatrudnienia. Abraham Lincoln powiedział kiedyś, że „najlepszym sposobem na przewidzenie własnej przyszłości jest jej stworzenie”. Obecnie słowa te są chyba jeszcze bardziej aktualne niż kiedykolwiek wcześniej, ponieważ masowe bezrobocie na całym świecie wymaga od młodych ludzi, aby wzięli przyszłość we własne ręce i „wymyślili” sobie pracę, którą chcą podjąć ukończeniu studiów. Przedsiębiorczość, opisywana często jako akt „tworzenia czegoś z niczego”, może być rozwiązaniem globalnego wyzwania, jakim jest bezrobocie wśród młodzieży. Może ona również stać się istotnym źródłem tak bardzo potrzebnych, nowych miejsc pracy. Co więcej, promowanie przedsiębiorczości wśród

młodzięzy daje możliwość wykorzystania kreatywności i umiejętności technologicznych młodych ludzi oraz jest potężnym narzędziem upodmiotowienia młodzieży (Gavrielidou, 2014).

Ideą projektu jest zapewnienie wsparcia grupie docelowej poprzez realizację szkoleń oraz i zindywidualizowanego wsparcia, dzięki czemu powstanie impuls do tworzenia przedsiębiorstw w różnych częściach Europy. Wszyscy uczestnicy skorzystają ze wsparcia zindywidualizowanego i/lub grupowego (w postaci szkoleń), co zapewni im niezbędne narzędzia do stworzenia własnej firmy po zakończeniu szkolenia. Każdego roku zaplanowano także dla pięciu uczestników rocznie oraz dla każdego partnera możliwość wyjazdu zagranicznego (tzw. mobilność projektową), co umożliwi spotkania międzykulturowe i da uczestnikom okazję do dyskusji, wymiany wiedzy oraz uczestniczenia w spotkaniach z liderami biznesu lub ekspertami dzielącymi się własnymi doświadczeniami.

Każdy z partnerów utworzy grupę uczestników projektu, liczącą ok. 20 osób. Uczestnicy będą pochodzić z pięciu różnych krajów. Podstawowe znaczenie będzie miał fakt posiadania przez uczestników podstawowej wiedzy i umiejętności w zakresie przedsiębiorczości jeszcze przed dołączeniem do projektu. **Poziom szkolenia będzie odpowiadał poziomowi 5. europejskiej ramy kwalifikacji (European Qualifications Framework).**

W takim kontekście działać będzie projekt ESE, w ramach którego opracowanie zostanie program nauczania z zestawem sugerowanych kursów, metod i praktycznych doświadczeń, które wskażą uczestnikom najlepszą możliwą mieszankę wiedzy oraz umiejętności w dziedzinie przedsiębiorczości, wspierając ich edukację i szanse na zatrudnienie.

Głównym celem projektu ESE jest promowanie przedsiębiorczości i zachęcanie do niej młodych ludzi, kobiet i osób bezrobotnych poprzez umożliwienie im zdobycia umiejętności i wiedzy niezbędnych do stworzenia nowego przedsiębiorstwa.

3.Opis sylabusu

Sylabus projektu możemy określić jako program nauczania o wartości 12 punktów ECTS, który może być wprowadzony do programów nauczania realizowanych przez różne instytucje edukacyjne jako sugerowana specjalność/kierunek, uzupełniająca istniejące kursy, nowo projektowane kursy i praktyki, stosująca innowacyjne metodyki nauczania.

Sylabus jest dokumentem o charakterze edukacyjnym lub akademickim, który przekazuje informacje o danym kursie i określa oczekiwania wobec jego uczestników oraz ich obowiązki. Dokument ten ma charakter opisowy (w odróżnieniu normatywnych i konkretnych programów nauczania). Sylabus może być określony przez komisję egzaminacyjną lub przygotowany przez profesora, który nadzoruje lub kontroluje jakość kursu. Jest on zatem „umową pomiędzy nauczycielami akademickimi a ich Uczestnikami, mającą na celu udzielenie odpowiedzi na pytania Uczestników dotyczące kursu, jak również poinformowanie ich o tym, co stanie się w przypadku braku spełnienia przez Uczestników oczekiwań związanych z kursem. Typowy sylabus akademicki składa się z siedmiu zasadniczych elementów. Są to: informacje dla wykładowców, ogólne informacje o kursie, cele kursu, polityka kursu, ocena i ewaluacja, materiały do nauki oraz kalendarz kursu (Slattery, Carlson 2005).

Dla porównania, program nauczania jest w edukacji szeroko definiowany jako całość doświadczeń ucznia czy uczestnika, które występują w procesie edukacyjnym. Termin ten często odnosi się konkretnie do planowanego ciągu nauczania lub do spojrzenia na doświadczenia ucznia w kategoriach celów dydaktycznych dydaktyków lub całej instytucji edukacyjnej (Kelly 2009, Willes 2008).

Z powodu opisanej różnicy terminologicznej w niniejszym dokumencie używamy terminu „sylabus” do opisu jednego przedmiotu, a terminu „program nauczania” dla grupy dla zestawu sylabusów łącznie, przy czym sylabusy te stanowią jedną, logiczną całość.

Jeśli chodzi o przeprowadzenie szkoleń, wybraliśmy innowacyjne narzędzie dydaktyczne: *blended learning*, tj. mieszany system nauczania online / bezpośredniego, wykorzystujący platformę do nauczania online. Rozwiązanie to obfituje w wiele ciekawych rozwiązań oraz daje uczestnikom możliwość połączenia się z osobą szkolącą w dowolnym czasie i miejscu.

Program szkoleń obejmuje szeroką perspektywę na wymiar międzykulturowy, międzypokoleniowy i instytucjonalny funkcjonowania przedsiębiorstw. W ramach szkoleń przeanalizowane zostaną również koncepcje społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR), podejścia oparte na zrównoważonym rozwoju oraz koncepcja tzw. „zwinnego” zarządzania (*agile management*), które można wdrożyć w tworzonym przedsiębiorstwie.

Sylabus projektu ESE jest zgodny ze wspólnymi europejskimi ramami szkoleniowymi w oparciu o ECVET (podejście oparte na umiejętnościach) oraz obejmuje część szkoleniową w postaci zasobów edukacyjnych online udostępnianych za pośrednictwem platformy cyfrowej, a także organizację szkoleń bezpośrednich w pięciu krajach europejskich. Proponowane w ramach projektu szkolenia będą certyfikowane.

Spełniający wymogi projektowe uczestnicy projektu ESE podniosą swoje kwalifikacje, przy czym głównym celem kursu będzie poszerzenie wiedzy i umiejętności w zakresie przedsiębiorczości.

Sylabus projektu ESE składa się z zestawu **modułów nauczania, kursów, doświadczeń praktycznych oraz metod** składających się na zintegrowaną koncepcję nauczania w celu wykształcenia nowego, młodego przedsiębiorcy. Moduły realizowane w ramach projektu to:

1. Przedsiębiorczość, marki i proces tworzenia marki (*brandingu*)
2. Pierwsze kroki przy otwieraniu startupu
3. Możliwości finansowania UE dla przedsiębiorstw
4. Ekosystemy przedsiębiorstw i przedsiębiorców
5. Możliwości w zakresie przedsiębiorczości społecznej
6. Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR)

Uczestnicy poznają treść modułów w ramach **serii sześciu kursów** (z łączną liczbą 12 punktów ECTS).

Wskazana w dokumencie liczba godzin nauki ma charakter orientacyjny, ponieważ z definicji, uczenie się na odległość pozwala na dużą elastyczność w definiowaniu okresów i godzin nauki. Kursy są dostępne się w trybie online przez całą dobę, a każdy uczestnik będzie miał/miała możliwość pracy w swoim własnym tempie, przy jednoczesnym przestrzeganiu terminów egzaminów, jeżeli takie będą narzucone przez instytucję szkoleniową.

Rysunek 1. Koncepcja kształtu sylabusu

→ Zob. także mapę koncepcyjną na stronie internetowej projektu ESE: <http://ese-project.eu/>

Certyfikacja / Repozytoria egzaminacyjne: Tabela jednostek składowych i umiejętności docelowych

	Tytuł	Odpowiedzialny partner	Test	Jednostki wiedzy	Punkty	Coeff.	Sposób oceny	Szacowany czas nauki (kursy online)
1	Przedsiębiorczość	Uniwersytet Primorska	Aktywny udział w wykładach i seminariach 30% oceny końcowej Prezentacja modelu biznesowego 70% końcowej oceny	- Przedsiębiorczość i przedsiębiorca: - Rola i znaczenie przedsiębiorczości dla rozwoju gospodarczego - Kreatywność i pomysł na biznes - Biznesplan - Źródła finansowania nowej działalności - Rozwijanie nowych przedsiębiorstw i zarządzanie nimi	1	1	- Aktywny udział w wykładach i seminariach 30% - Prezentacja modelu biznesowego - 70%	20h
1	Marki	Uniwersytet Primorska	Idem # przedsiębiorczość	- Przedsiębiorczość i przedsiębiorca: - Rola i znaczenie przedsiębiorczości dla rozwoju gospodarczego - Kreatywność i pomysł na biznes - Biznesplan - Źródła finansowania nowej działalności - Rozwijanie nowych przedsiębiorstw i zarządzanie nimi	1	1	- Aktywny udział w wykładach i seminariach 30% - Prezentacja modelu biznesowego - 70%	20h
2	Pierwsze kroki przy otwieraniu startupu	Tetuan Valley	- Ciągła ocena wiedzy za pomocą pytań (metoda wybrana przez trenera) - Prezentacja Powerpoint - Prezentacja ustna	- Walidacja pomysłu - Efektywne prezentacje - Szablon modelu biznesowego	2	1	- Egzaminujące wiedzę - Prezentacja Powerpoint - Prezentacja ustna - Praca domowa	24 h (44 h łącznego obciążenia)

			- Praca domowa					
3	Możliwości finansowania dla przedsiębiorstw z UE	CCBI	Pytania otwarte i kwestionariusze wielokrotnego wyboru: 40% ogólnej oceny	- Jak działa UE - Możliwości dla przedsiębiorstw w ramach europejskich	3 Blok umiejętności A1 = 1 pkt Blok umiejętności A2 = 2 punkty	1	- Przystwojenie przez uczestników określonej wiedzy	60 h
4	Ekosystemy wspomagające przedsiębiorczość	CBE	- Prezentacja istniejącego studium przypadku biznesowego i / lub osobistego projektu / pomysłu na biznes - Uczestnicy przedstawią swój projekt utworzenia lub przejęcia firmy. Projekt ten zostanie zaprezentowany ustnie (przy wsparciu multimedialnym za pomocą komputera) i w formie pisemnej	- Koncepcja ekosystemu wspomagającego przedsiębiorczość - Rynek - marketing - Kultura korporacyjna - Edukacja i szkolenia - Mechanizmy wspierające - Ramy regulacyjne i infrastruktury - Rząd i polityka - Kapitał ludzki / Dostępność siły roboczej - Finansowanie i fundusze	1	2	- Test pisemny: Dokument pisemny musi odzwierciedlać wysiłek badawczy, analityczny i praktyczne przemyślenia dotyczące rzeczywistego i dobrze zdefiniowanego aspektu działalności przedsiębiorstwa w europejskim kontekście gospodarczym. - Czas trwania egzaminu ustnego 1 godzina: ustna prezentacja teoretyczna (30') + pytania / odpowiedzi z udziałem jury (30')	32H
5	Możliwości w zakresie przedsiębiorczości społecznej	SYNTEA	- Ocena wiedzy za pomocą pytań związanych z treścią kursu - Przystwojenie przez uczestników określonej wiedzy	- Koncepcja przedsiębiorczości społecznej i gospodarczy model przedsiębiorczości społecznej - Potrzeby społeczne i środowiskowe oraz tworzenie wspólnych wartości	2	2	- Ocena wiedzy za pomocą pytań związanych z treścią kursu - Przystwojenie przez uczestników określonej wiedzy	50 h

6	Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR)	CBE	<ul style="list-style-type: none"> - Praca uczestnika / uczestniczki projektu: starannie przygotowane prezentacje (ustne i pisemne), badania i przegląd literatury - odgrywanie ról: przestrzeganie instrukcji (czas, cele ...), jasność prezentacji, argumentacja 	<ul style="list-style-type: none"> - Zrozumieć CSR: problematyka, definicja, ramy regulacyjne - Wdrażanie podejścia CSR: studium przypadku 	2	2	<ul style="list-style-type: none"> - Ciągła ocena wiedzy z podsumowaniem i pytaniami opartymi na treści kursu (metody wybrane przez trenera): 20% oceny ogólnej - Ciągła ocena wiedzy za pomocą pytań związanych z treścią kursu (metody wybrane przez trenera): 15% oceny ogólnej - Ciągła ocena wiedzy poprzez zadawanie pytań (metody do wyboru trenera): 15 % oceny ogólnej - Ciągła weryfikacja wiedzy (15% ogólnego wyniku) 	35 h (łącznie 60 h obciążenia)
Staż								
Okres mobilności:						1		
Zapamiętane informacje/raport ze stażu						1		
OGÓŁEM					12 punktów			286 H

Treść

Zawartość pedagogiczna wszystkich modułów oraz ich powiązanie z każdym elementem nauki (egzaminami, materiałami, warsztatem filmowym i stażem) zostały opracowane w sposób spójny przez partnerów projektu ESE w końcowej fazie tworzenia programu nauczania.

Treść jest spójna z wybranymi przez partnera kursami i zawiera sugerowane elementy edukacyjne.

4. Metody dydaktyczne

W sprawozdaniu Komisji Europejskiej na temat przedsiębiorczości w kształceniu i szkoleniu zawodowym z 2008 r. eksperci zwrócili uwagę na narzędzia / metody nauczania, które są najbardziej odpowiednie lub skuteczne w realizacji programów i kursów z zakresu przedsiębiorczości, w szczególności w odniesieniu do Uczestników i osób uczących się nie będących przedsiębiorcami. Wyniki tego badania wskazują na wyraźne preferowanie metod opartych na „technikach grupowych i zespołowych stosowanych w celu tworzenia nowych pomysłów biznesowych” oraz „studiów przypadku”. Obok tych dwóch głównych kategorii, innymi narzędziami określonymi w sprawozdaniu jako szczególnie efektywne były „warsztaty tworzenia biznesplanów”, „zapraszanie gości – ekspertów” (czyli wykłady gościnne przedsiębiorców) oraz „symulacje biznesowe”. Wśród innych narzędzi, których skuteczność została podkreślona, znalazły się również metody oparte na podejmowaniu pewnych praktycznych działań w zakresie przedsiębiorczości i ćwiczeniach kreatywnych prowadzących do rozwoju pomysłów. Co ciekawe, tradycyjne wykłady rzadko były wymieniane przez ekspertów jako skuteczne narzędzia edukacji w zakresie przedsiębiorczości.

Ważnym wnioskiem jest to, że tradycyjne metody edukacyjne nie korelują dobrze z rozwojem cech i atrybutów przedsiębiorczości, a współpraca interdyscyplinarna jest istotnym elementem budowania umiejętności i potencjału w zakresie przedsiębiorczości. Istnieje potrzeba wprowadzenia większej elastyczności w projektowaniu kursów. Praktyki zawodowe, studiowanie w trybie naprzemiennym dziennym i zaocznym, organizacja intensywnych kursów oraz akredytacja kształcenia nieformalnego i pozaformalnego – wszystkie te elementy mają do odegrania pewną rolę.

Tradycyjne nauczanie, „karmienie” pasywnych uczniów informacjami, jest w dużej mierze uznawane za nieodpowiednie w tej dziedzinie i ogólnie rzecz biorąc może być postrzegane jako nieskuteczny sposób nauki. Istnieje potrzeba przejścia na bardziej interaktywne podejście do uczenia się i nauczania, w którym nauczyciel staje się bardziej moderatorem niż wykładowcą.

Wykorzystanie metod nauczania opartych na doświadczeniu ma kluczowe znaczenie dla rozwoju umiejętności i zdolności w zakresie przedsiębiorczości. Z tego powodu włączenie przedsiębiorczości do programu nauczania powinno oznaczać jednocześnie preferowanie stosowania pedagogiki ukierunkowanej na działanie. Tego rodzaju metodyka jest pracochłonna i kosztowna oraz wymaga specjalnych szkoleń.

Profesorowie i dydaktycy szkolący w zakresie przedsiębiorczości powinni mieć wykształcenie akademickie i niedawne doświadczenie w biznesie, np. w doradztwie lub inicjowaniu inicjatyw przedsiębiorczych. Najlepiej byłoby, gdyby utrzymywali oni przy tym silne osobiste więzi z sektorem biznesu. Najlepsi profesorowie to nauczyciele posiadający wymagane kompetencje dydaktyczne, jak również prawdziwe doświadczenie zawodowe w sektorze prywatnym. Należy wprowadzić rozróżnienie między podnoszeniem świadomości i edukacją, a rzeczywistym wsparciem dla przedsiębiorstw (sprawozdanie „*Entrepreneurship in vocational education and training*”, 2008).

Tradycyjne podejście dydaktyczne zostało przekształcone z perspektywy uczenia się zorientowanego na ucznia na metody, które kładą nacisk na aktywne uczenie się. Całość, **zestaw kursów i moduły**, mają **elastyczną strukturę**. OER (edukacyjne zasoby otwarte), internetowe materiały do nauki, umożliwiają dostęp do wszystkich modułów, przeglądanie niektórych części, dodatkowe źródła literatury, przykłady itp.

Definicja możliwych metodyk nauczania:

- o formalne, z wykładami, seminariami i testami do budowania zaawansowanej, koncepcyjnej wiedzy, **tradycyjne metody uczenia się**;
- o kognitywna, zakładająca udział w **wykładach mieszanych i sesjach e-learningowych** i przy wykorzystaniu zasobów otwartych (OER), **uczenie się za pośrednictwem procesu myślowego (*learning by thinking*)**;
- o operacyjne, szkolenie w miejscu pracy w celu przeprowadzania **kontroli efektów** analizowania oraz wskazywania kierunków działania dla MŚP, wdrażania kursów strategicznych dotyczących planowania, kierowania i kontroli procesów sprzedaży, **uczenie się poprzez działanie**.

Uczestnicy szkoleń w projekcie będą niejako „prowadzeni” przez omawianą problematykę, oceniając krytycznie proponowane rozwiązania lub koncepcje. Wyjaśnienia będą oparte na rozwiązywaniu danego problemu, a proces uczenia się będzie realizowany w oparciu o zadawane pytania, rozwój konkretnych kompetencji, uczenie się na własną rękę oraz uczenie się przez doświadczenie i działanie.

Środki wybrane do osiągnięcia tych rezultatów to tradycyjne nauczanie z naciskiem na studia przypadków oraz techniki grupowe i zespołowe wspierające tworzenie nowych pomysłów na biznes (wykłady), nauczanie poprzez internetowe materiały multimedialne dostępne bezpłatnie (OER), a także nagrania wideo (krótkie filmy).

Ocena

Uczestnicy będą oceniani przy uwzględnieniu charakterystyki wszystkich wymienionych podejść edukacyjnych, dlatego też

- o **tradycyjna nauka będzie** oceniana za pomocą testów i egzaminów dotyczących danych treści szkolenia;
- o **Innowacyjne pozyskiwanie wiedzy i umiejętności** będzie oceniane pod kątem przyszłego, praktycznego **wykorzystania wiedzy** (materiały OER, Cli.Ma.) podczas zajęć i egzaminów oraz w trakcie **dostępu do platform edukacyjnych**, na podstawie **odsetka frekwencji i testów oceniających** (nagrania i kontrole MŚP).

5. Zastosowanie

Uczestnik

Na tym poziomie zastosowania partnerzy będą mogli wprowadzić do swojej oferty akademickiej odpowiednie kursy, które zostaną wzbogacone o **innowacyjne źródła wiedzy oraz praktyczne doświadczenia** związane z programem **praktyk**, w celu przetestowania, realizacji i wdrożenia w praktyce ich nowo nabytej wiedzy, umiejętności oraz narzędzi w środowisku zawodowym. Ponadto sylabus zostanie ukształtowany dzięki **zestawowi odpowiednich kursów pozwalających** osiągnąć wiedzę i umiejętności umożliwiające osiągnięcie sukcesu w sprzedaży międzynarodowej oraz współpracy z kluczowymi klientami.

6.Szczegółowy opis sylabusu:

7.Kurs 1: Przedsiębiorczość

Cele:

Głównym celem tego kursu jest przekazanie przedsiębiorcom ważnych narzędzi do wykorzystania na pierwszym etapie poszukiwania pomysłów na biznes, oceny pomysłów i rozpoczęcia działalności gospodarczej. W dalszej części kursu studenci dowiedzą się o markach i branding, który są jedną z najważniejszych umiejętności przedsiębiorcy.

W tym sylabusie:

Czas trwania szkolenia (stacjonarnego - „twarzą w twarz”): 20h

2 punkty ECTS przy 40h obciążenia pracą

Kurs jest zgodny treścią dwóch modułów:

A1 - Przedsiębiorczość

A2- Marki

Cele A1: Przedsiębiorczość

1. Głównym celem kursu jest zdobycie teoretycznej i praktycznej wiedzy na temat przedsiębiorczości i procesu zakładania firmy, od pomysłu poprzez jego walidację, zakładanie firmy, po rozwijanie umiejętności związanych z przedsiębiorczością i kreatywnego myślenia. Program stymuluje Uczestników do przedsiębiorczego myślenia oraz do tworzenia i rozwijania własnych pomysłów na biznes.

Cele A2: Marki

2. Głównym celem kursu jest zdobycie teoretycznej i praktycznej wiedzy na temat znaczenia marek i procesu tworzenia marki oraz wiedzy o procesie tworzenia marki.

Efekty nauczania

Zadania <i>Klasyfikacja efektów nauczania</i>	Kompetencje	Umiejętności	Wiedza
<p>T1: Zastosowanie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Na tym kursie Uczestnik nabywa umiejętności, które mogą być wykorzystane do identyfikacji umiejętności warunkujących przedsiębiorczość i generowanie pomysłów na biznes oraz do sprawdzenia osobistych umiejętności i postaw wobec przedsiębiorczości, - Uczestnik będzie mógł rozpocząć proces tworzenia przedsiębiorstwa od pomysłu do założenia firmy i w tym kontekście przygotować przykładowy biznesplan oraz jego prezentację. <p>Refleksje:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Na podstawie znajomości teoretycznych zasad uczestnik będzie w stanie analizować i krytycznie oceniać pomysły biznesowe, plany biznesowe i praktyki biznesowe istniejących przedsiębiorstw, - Uczestnik będzie w stanie odnaleźć zasoby sprzyjające rozwojowi biznesu w Słowenii i dokonać analizy porównawczej efektywnego środowiska dla rozwoju biznesu. 	<p>C1: Kompetencje ogólne:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rozwijanie analitycznego i kreatywnego myślenia - Rozwijanie pozytywnej samooceny, inicjatywy, wytrwałości i dążenia do sukcesu - Skoncentrowanie się na wynikach - Rozwijanie zdolności do wyszukiwania informacji i wiedzy - Rozwijanie umiejętności w zakresie tworzenia relacji interpersonalnych i pracy zespołowej oraz koncentracja na użytkowniku - Rozwój autonomii, elastyczności i zdolności dostosowawczych w procesie podejmowania decyzji <p>Kompetencje specjalistyczne:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rozwijanie umiejętności przedsiębiorcy - Rozwijanie umiejętności przewidywania i projektowania rozwiązań - Ocena i wykorzystanie zasobów gospodarczych - Wypracowanie koncentracji na sukcesie biznesowym. 	<p>S1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zrozumienie koncepcji przedsiębiorczości, przedsiębiorcy oraz roli i znaczenia przedsiębiorczości dla rozwoju gospodarczego; - Zrozumienie procesu tworzenia przedsiębiorstwa – od pomysłu do stworzenia biznesu, stosowanie technik kreatywnego myślenia i kreowanie elementów planu biznesowego. 	<p>K1: Wiedza i zrozumienie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Znajomość i zrozumienie koncepcji przedsiębiorczości, przedsiębiorcy oraz roli i znaczenia przedsiębiorczości dla rozwoju gospodarczego; - Wiedza i zrozumienie procesu zakładania przedsiębiorstwa, od pomysłu do założenia firmy, - Wiedza o znaczeniu i technikach twórczego myślenia - Wiedza na temat znaczenia i elementów składowych biznes planu; - Wiedza o źródłach finansowania venture capital, - Podstawowa wiedza na temat zarządzania nowymi przedsiębiorstwami, strategii rozwoju i nowych przedsiębiorstw oraz ich likwidacji - Wiedza na temat środowiska sprzyjającego przedsiębiorczości, a w szczególności środowiska sprzyjającego rozwojowi biznesu
<p>T2:</p> <p>Zastosowanie:</p> <p>Uczestnicy są w stanie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - rozpocząć projektowanie i rozwój własnej marki 	<p>C2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zdolność do zdobywania nowej wiedzy z zakresu marketingu i branding. 	<p>S2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zdobywanie wiedzy na temat technik marketingowych i sprzedażowych. Podstawa teoretyczna obejmuje znajomość podstawowych zasad 	<p>K2:</p> <p>Wiedza i zrozumienie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Podstawowe kroki podejmowane w tworzeniu i rozwijaniu marki.

<p>- Opracowanie planu marketingowego oraz zaprojektowanie i realizacja kampanii promocyjnej.</p> <p>Refleksja: Uczestnicy potrafią ocenić kwestie związane z różnymi aspektami procesu budowania marki i marketingu oraz odpowiednio podnieść swoją wiedzę/kompetencje w tym zakresie.</p>	<p>- Kompetencje w zakresie współpracy i orientacji w pracy zespołowej; - Umiejętność rozumienia koncepcji brandingowych i marketingowych, które ukierunkowują uczniów na rozwiązywanie wyzwań i problemów przy wprowadzaniu i promocji własnej marki.</p>	<p>marketingu oraz poszczególnych elementów strategii marketingowych.</p> <p>- Praca praktyczna umożliwia wykorzystanie zdobytej wiedzy w czasie rzeczywistym i przygotowanie własnych projektów uczestników. - Wgląd w różne techniki sprzedaży i solidne podstawy do tworzenia strategii sprzedaży. - Uczestnicy nauczą się tworzyć plan marketingowy dla własnych projektów.</p>	<p>- Znajomość i zrozumienie struktury marki. - Poznanie i zrozumienie procesu tworzenia marki. - Zrozumienie strategii marketingowych i ścisłe powiązanie ich elementów przy realizacji.</p>
--	--	---	---

Certyfikacja

Kontekst	Kryteria oceny
<p>Przedsiębiorczość i przedsiębiorca:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Charakter i rozwój przedsiębiorczości - Definicje przedsiębiorczości - Proces biznesowy - Porównanie procesu decyzyjnego w zakresie zarządzania i przedsiębiorczości - Definicja przedsiębiorcy - Proces podejmowania decyzji biznesowych - Charakterystyka przedsiębiorcy – zdolność, motywacja - Tzw. „wewnętrzna” działalność gospodarcza i „wewnętrzni” przedsiębiorcy - Przedsiębiorstwo rodzinne - Rola i znaczenie przedsiębiorczości dla rozwoju gospodarczego: <p>Kreatywność i pomysł na biznes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Źródła nowych pomysłów - Metody generowania pomysłów - Kreatywne rozwiązywanie problemów - Proces planowania i rozwoju produkcji <p>Biznesplan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Znaczenie i cel przygotowania biznesplanu - Potrzeba informacji - Przygotowanie i treść biznesplanu - Wykorzystanie i realizacja biznesplanu 	<p>Rodzaj oceny:</p> <p>Aktywny udział w wykładach i seminariach 30%</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prezentacja modelu biznesowego - 70%

Źródła finansowania nowego biznesu:

- Finansowanie kapitałem własnym
- Finansowanie kapitałem dłużnym
- Venture capital
- Państwowe bodźce rozwojowe dla rozwoju nowych przedsiębiorstw
- Ocena działalności gospodarczej

Zarządzanie nowymi przedsiębiorstwami i ich rozwijanie

Zamknięcie działalności

Orientacyjna lista publikacji specjalistycznych:

1 A Przedsiębiorczość

1. Ash Maurya. Delaj vitko. 2014. Pasadena: Ljubljana.
2. Eric Ries "Lean Startup". <http://theleanstartup.com/>
3. Steve Portigal. „Interviewing Users: How to Uncover Compelling Insights”
4. Mitja Ruzzier, Boštjan Antončič, Tina Bratkovič, Robert D. Hisrich. 2008. Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave
Alexander Osterwalder i Yves Pigneur. „Business Model Generation”
6. <https://strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>

1 B Marki i branding

1. Startup Branding Funnel. Find your perfect rand-market fit to hack your growth. 2015 Maja K. Ruzzier, Mitja Ruzzier. Wydawca: Meritum, ISBN: 978-961-92961-4-1.
2. David A. Aaker BRAND PORTFOLIO STRATEGY
3. Debbie Millman BRAND THINKING
4. O'Reilley LEAN BRANDING

8.Kurs 2: Pierwsze kroki przy zakładaniu startupu

Cele

Ogólnym celem tego zestawu tematów jest dostarczenie przedsiębiorcom ważnych narzędzi na pierwszych etapach zakładania firmy. Celem jest, aby uczestnicy zyskali dzięki temu kursowi solidne podstawy przydatne na etapie tworzenia pomysłu na biznes.

W tym sylabusie:

Jedenaście jednostek *efektów uczenia się* (3 sekcje)

Czas trwania szkolenia: 24 godziny

2 punkty za uczenie się na poziomie V EQF, przy obciążeniu pracą uczestnika w wymiarze 44 h

Blok umiejętności A1: 9h - Walidacja pomysłów

Blok umiejętności A2 : 6h - Efektywne prezentacje

Blok umiejętności A3: 9h – Szablon modelu biznesowego

Działanie 1: Walidacja pomysłu

Cele:

Kiedy ktoś ma pomysł biznesowy, to zanim zainwestuje w niego zbyt wiele czasu i pieniędzy, powinien sprawdzić, czy dany pomysł zapewni potencjalnych klientów i czy pasuje do rynku. W tej części szkolenia zobaczymy, jak dokonać walidacji pomysłu na biznes przed jego wdrożeniem i uniknąć ewentualnych porażek w przyszłości związanych z brakiem porządnej walidacji. Ta część szkolenia pozwoli uczestnikom:

- Zrozumieć, czym jest walidacja i co oznaczają kluczowe pojęcia z nią związane
- Docenić znaczenie walidacji przed stworzeniem produktu lub założeniem przedsiębiorstwa
- Zrozumieć pojęcie „dopasowanie rozwiązania do danego problemu” oraz „dopasowanie do potrzeb rynku”.
- Dowiedzieć się, jak przeprowadzić badania w celu weryfikacji pomysłu i potencjalnego zapotrzebowania rynkowego poprzez badania wtórne, wywiady z użytkownikami i eksperymenty
- Dowiedzieć się, jak zmierzyć rzeczywistą wielkość rynku dla danego produktu lub usługi

Efekty nauczania

Zadania	Kompetencje	Umiejętności	Wiedza
T1. Czym jest walidacja?	<p>C1. Rozumienie kluczowych pojęć związanych z walidacją: dopasowanie rozwiązania do problemu, eksperymenty, badania</p> <p>C2. Wyrażenie znaczenia walidacji przed założeniem firmy</p>	<p>S1. Zdefiniowanie kluczowych pojęć w procesie walidacji</p> <p>S2. Rozróżnienie między dopasowaniem rozwiązania do problemu a dopasowaniem produktu do rynku.</p> <p>S3. Opisanie znaczenia walidacji jako pierwszego kroku do rozpoczęcia działalności gospodarczej</p>	<p>K1. Walidacja .</p> <p>K2. Dopasowanie rozwiązania do problemu</p> <p>K3. Dopasowanie rynkowe produktu</p> <p>K4. Znaczenie walidacji</p>
T2. Dopasowanie rozwiązania do problemu	<p>C1. Zrozumienie, kiedy i dlaczego zastosowane ma być dane rozwiązanie</p> <p>C2. Poznanie podstaw przeprowadzanie dobrego wywiadu w celu identyfikacji problemu</p> <p>C3. Zrozumienie koncepcji dopasowania rozwiązania do danego problemu</p> <p>C4. Poznanie podstaw wywiadu prowadzącego do określenia właściwego rozwiązania</p>	<p>S1. Opisanie, na czym polega rozwiązanie problemu i do czego służy</p> <p>S2. Zastosowanie techniki wywiadu w celu identyfikacji problemu do własnej działalności i przeprowadzanie skutecznych wywiadów</p> <p>S3. Opisanie koncepcji dopasowania rozwiązania do problemu</p> <p>S4. Wyjaśnienie, dlaczego te dwa typy rozmów / wywiadów muszą być rozdzielne</p>	<p>K1. Wywiady prowadzące do identyfikacji problemu</p> <p>K2. Wywiady prowadzące do identyfikacji rozwiązań</p> <p>K3. Różnica pomiędzy dwoma typami wywiadów</p> <p>K3. Definicja dopasowania rozwiązania do problemów</p> <p>K4. Przykłady dopasowania rozwiązywania do problemów</p>
T3. Dopasowanie produktu do rynku	<p>C1. Zrozumienie koncepcji dopasowania produktu do rynku</p> <p>C2. Podsumowanie 4 eksperymentów mających na celu przetestowanie dopasowania do rynku</p> <p>C3. Zrozumienie pojęcia wielkości rynku: TAM, TSM i „przyczółki” na rynku opanowywane w pierwszej kolejności (<i>beachhead market</i>)</p>	<p>S1. Opisanie, czym jest dopasowanie produktu do rynku</p> <p>S2. Wymienienie wymagań dotyczących wykazania dopasowania produktu do potrzeb rynku.</p> <p>S2. Opisanie co najmniej 4 eksperymentów mających na celu sprawdzenie dopasowania rynkowego</p> <p>S3. Wykazanie zdolności do przeprowadzania eksperymentów w ramach walidacji rynkowej</p> <p>S4. Definiowanie i stosowanie pojęć związanych z wielkością rynku</p>	<p>K1. Dopasowanie produktu do rynku</p> <p>K2. Eksperymenty sprawdzające dostosowanie do potrzeb rynku</p> <p>K3. Wielkość rynku:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rynek docelowy całkowity (TAM) - Rynek docelowy dostępny - Rynek docelowy - Rynek do opanowania w pierwszej kolejności (<i>beachhead market</i>)

Certyfikacja

Zadania	Wiedza (k), Umiejętności (s), Egzaminowana umiejętność (a)	Metody oceny	Kryteria oceny
T1 - Czym jest walidacja?	<p><u>Wiedza:</u> K1. Walidacja . K2. Dopasowanie rozwiązania do problemu K3. Dopasowanie produktu do rynku K4. Znaczenie walidacji</p> <p><u>Umiejętności:</u> S1. Zdefiniowanie kluczowych pojęć w procesie walidacji S2. Rozróżnienie między dopasowaniem rozwiązania do problemu a dopasowaniem produktu do rynku. S3. Opisanie znaczenia walidacji jako pierwszego kroku do rozpoczęcia działalności gospodarczej</p> <p><u>Zdolności:</u> C1. Rozpoznawanie kluczowych pojęć w walidacji: dopasowanie rozwiązania do problemu, eksperymenty, badania C2. Wyrażenie znaczenia walidacji przed założeniem firmy</p>	Ciągła ocena rozwijanej wiedzy z pytaniami na końcu każdej sekcji: 10 % oceny ogólnej	<p>Uczestnik poprawnie odpowiada na pytania</p> <p>Uczestnik komunikuje rozumienie pojęć poruszanych podczas zajęć</p> <p>Uczestnik zapoznaje się z sugerowanymi lekturami</p>

<p>T2 - Dopasowanie rozwiązania do problemu</p>	<p><u>Wiedza:</u> K1. Wywiady prowadzące do identyfikacji problemu K2. Wywiady prowadzące do identyfikacji rozwiązania K3. Różnica pomiędzy dwoma typami wywiadów K4. Definicja dopasowania rozwiązania do problemu K5. Przykłady dopasowania do rozwiązania problemu</p> <p><u>Umiejętności:</u> S1. Opisanie, czym jest rozwiązanie problemu i jak się je stosuje S2. Zastosowanie techniki wywiadu problemowego do własnej działalności i przeprowadzenie skutecznych wywiadów tego typu S3. Opisanie koncepcji dopasowania rozwiązania do problemu S4. Wyjaśnienie, dlaczego te dwa typy wywiadów muszą być od siebie oddzielone</p> <p><u>Zdolności:</u> C1. Zrozumienie, kiedy i dlaczego stosowane są rozwiązania C2. Znajomość podstaw dobrego wywiadu problemowego C3. Zrozumienie koncepcji dopasowania rozwiązania do problemu C4. Poznanie podstaw dobrego wywiadu prowadzącego do określenia rozwiązania problemu.</p>	<p>Ciągła ocena wiedzy za pomocą pytań opartych na treści kursu (metody wybrane przez trenera): 15% oceny ogólnej</p> <p>Praca domowa 1 - Przeprowadzenie 3 wywiadów problemowych i napisanie streszczenia głównych ustaleń wraz z propozycją działań, które należy podjąć (15% ogólnej oceny)</p> <p>Praca domowa 2 - Przeprowadzenie 3 wywiadów prowadzących do identyfikacji rozwiązań i napisanie podsumowania wyników wraz z propozycją działań, które należy podjąć (15% oceny ogólnej)</p>	<p>Uczestnik poprawnie odpowiada na pytania</p> <p>Jakość analizy wyników wywiadów z klientami</p> <p>Uczestnik jest w stanie podejmować decyzje w oparciu o wnioski z przeprowadzonych wywiadów</p>
--	--	---	--

<p>T3 - Dopasowanie produktu do rynku</p>	<p><u>Wiedza:</u> K1. Dopasowanie produktu do rynku K2. Eksperymenty testujące dopasowanie produktu do rynku K3. Wielkość rynku: Całkowity rynek docelowy (TAM) Rynek dostępny (TSM) Rynek docelowy Rynek do opanowania w pierwszej kolejności (<i>Beachhead</i>)</p> <p><u>Umiejętności:</u> S1. Opisanie, czym jest dopasowanie produktu do rynku S2. Wymienienie wymagań dla wykazania tego dopasowania S3. Opisanie co najmniej 4 eksperymentów mających na celu zbadanie tego dopasowania S4. Wykazanie zdolności do przeprowadzania eksperymentów walidacji rynkowej S5. Zdefiniowanie i zastosowanie koncepcji związanych z wielkością rynku</p> <p><u>Zdolności:</u> C1. Zrozumienie pojęcia dopasowania produktu do rynku C2. Podsumowanie 4 eksperymentów testujących dopasowanie C3. Zrozumienie koncepcji wielkości rynku: TAM, TSM i rynek do opanowania w pierwszej kolejności (<i>beachhead</i>)</p>	<p>Ciągła ocena wiedzy za pomocą pytań z treści kursu (metody do wyboru trenera): 15% oceny łącznej</p> <p>krótki test przeprowadzony podczas zajęć: 15% oceny łącznej</p> <p>Praca domowa 3 - Zidentyfikuj rynek TAM, TSM i rynek typu <i>beachhead</i> dla swojej działalności i podaj szacunkowe dane dotyczące ich wielkości. Napisz krótki raport o tym, dlaczego wybrałeś/aś dane rynki do opisanie: 15% oceny łącznej</p>	<p>Uczestnik nauczył się pojęć i potrafi poprawnie odpowiadać na pytania</p> <p>Uczestnik wykazuje zrozumienie poznanych pojęć i udziela właściwych odpowiedzi na pytania zawarte w krótkim teście.</p> <p>Uczestnik czyta zadane lektury - Jakość analizy rynków i wielkości rynku</p>
--	---	--	---

Sugerowana bibliografia:

1. "Disciplined Entrepreneurship", Bill Aulet
2. "Lean Startup", Erica Riesa
3. „Interviewing Users: How to Uncover Compelling Insights" autorstwa Steve'a Portigala

Artykuły online:

1. <https://fizzle.co/sparkline/real-world-idea-validation>
2. <https://www.entrepreneur.com/article/237455>

3. <https://medium.com/makesideproject/making-a-side-project-part-2-idea-validation-d682dd05c475>
4. <https://medium.com/startup-reviews/how-im-hustling-a-9-startup-idea-validation-9318bb61dad1>

Działanie 2: Skuteczne prezentowanie swojej firmy

Cele:

Ważnym elementem sukcesu firmy jest to, jak dobrze potrafi się ją sprzedać innym – czy to potencjalnym klientom, partnerom, czy inwestorom. W tym rozdziale uczestnik dowie się, jak efektywnie komunikować się i przygotować dobrą ofertę swojego biznesu. W tej części uczestnicy:

- Nauczą się, jak dobrze prezentować informacje
- Zapoznają się z różnymi rodzajami prezentacji oczekiwanych od firm
- Dowiedzą się, jak stworzyć krótkie, dynamiczne prezentacje (tzw. *pitch*) oraz dłuższe prezentacje
- Poznają najlepsze praktyki tworzenia prezentacji wizualnych oraz najlepsze praktyki w zakresie samej prezentacji

Efekty nauczania

Zadania	Kompetencje	Umiejętności	Wiedza
T1. Rodzaje prezentacji	<p>C1. Wyjaśnienie, czym jest prezentacja i jak ważne jest skuteczne prezentowanie</p> <p>C1. Zróżnicowane rodzajów prezentacji w zależności od ich długości</p> <p>C2. Różne rodzaje prezentacji w zależności od publiczności</p>	<p>S1. Rozróżnienie między prezentacjami o różnych długościach, ustalenie treści priorytetowych</p> <p>S2. Rozróżnianie prezentacjami dla różnych grup odbiorców; na czym należy się skupić</p>	<p>K1. Prezentacja typu <i>elevator pitch</i></p> <p>K2. Prezentacja o długości 3-5 minut</p> <p>K3. Długie prezentacje</p> <p>K4. Prezentacje sprzedażowe</p> <p>K5. Prezentacje inwestycyjne</p> <p>K6. Prezentacje dla potencjalnych partnerów lub marketingowe</p>
T2. Struktura prezentacji	<p>C1. Opisanie elementów, które sprawiają, że prezentacja jest skuteczna.</p> <p>C2. Zrozumienie najbardziej efektywnej struktury przedstawiania produktu lub usługi</p>	<p>S1. Zastosowanie koncepcji bohatera, konfliktu i kontekstu w prezentacjach</p> <p>S2. Zidentyfikowanie i zastosowanie struktury „co – jak - dlaczego” dla danej prezentacji</p>	<p>K1. Struktura prezentacji</p> <p>K2. Elementy prezentacji</p> <p>K3. Skuteczność prezentacji</p>

	<p>C3. Określenie 10 punktów, które należy uwzględnić w każdej prezentacji i omówienie ich znaczenia</p> <p>C4. Ustalanie priorytetów w zależności od publiczności</p>	<p>S3. Wymienienie 10 elementów, które mają być uwzględnione w prezentacji.</p> <p>S4. Przygotowanie efektywnej 3-5-minutowej prezentacji z wykorzystaniem poznanych koncepcji.</p>	
T3. Doskonalenie prezentacji	<p>C1. Stosowanie najlepszych praktyk w zakresie wizualnego wsparcia prezentacji</p> <p>C2. Zapamiętanie nawyków, których należy unikać w przypadku prezentacji wizualnych</p> <p>C3. Nabycie umiejętności komunikacyjnych pozwalających na skuteczne prezentowanie</p>	<p>S1. Stworzenie klarownej, skutecznej prezentacji PowerPoint</p> <p>S2. Przedstawić pomysł, produkt lub biznes w sposób wyraźnie przekonujący</p>	<p>K1. Efektywne prezentacje w PowerPoint</p> <p>K2. Umiejętności komunikacyjne</p>

Certyfikacja

Zadania	Wiedza (k), Umiejętności (s), Egzaminowana umiejętność (a)	Metody oceny	Kryteria oceny
T1 - Rodzaje prezentacji	<p><u>Wiedza:</u> K1. Krótka prezentacja typu <i>elevator pitch</i> K2. 3-5 minutowa prezentacja K3. Długie prezentacje K4. Prezentacje sprzedażowe K5. Prezentacje dla inwestorów K6. Prezentacje dla partnerów biznesowych i marketingowe</p> <p><u>Umiejętności:</u> S1. Rozróżnianie między prezentacjami o różnych długościach i znajomość elementów priorytetowych S2. Rozróżnianie między prezentacjami dla różnych świadomości elementów, na których należy się skupić</p> <p><u>Zdolności:</u> C1. Opisanie elementów sprawiających, że prezentacja jest efektywna C2. Wybranie najbardziej efektywnej struktury prezentacji w celu przedstawienia produktu lub usługi C3. Określenie 10 elementów, które należy uwzględnić w każdej prezentacji oraz omówienie ich znaczenia C4. Uszeregowanie elementów pod względem ważności w zależności od odbiorców prezentacji</p>	Ciągła ocena wiedzy według pytań z treści kursu (metoda wybrana przez trenera): 15% oceny ogólnej	<p>Uczestnik poprawnie odpowiada na pytania</p> <p>Uczestnik wykazuje opanowanie pojęć omawianych podczas zajęć</p>

<p>T2 - Struktura prezentacji</p>	<p><u>Wiedza:</u> K1. Struktura prezentacji K2. Elementy prezentacji K3. Skuteczność prezentacji</p> <p><u>Umiejętności :</u> S1. Zastosowanie koncepcji bohatera, konfliktu i kontekstu w prezentacji S2. Identyfikacja i zastosowanie struktury „co – jak – dlaczego” w odniesieniu do prezentacji S3. Wymienienie 10 elementów, które muszą się znaleźć w prezentacji S4. Przygotowanie skutecznej 3-5-minutowej prezentacji z wykorzystaniem poznanych pojęć.</p> <p><u>Zdolności:</u> C1. Opisanie elementów, które sprawiają, że prezentacja jest skuteczna. C2. Określenie najbardziej efektywnej struktury prezentacji przy przedstawianiu produktu lub usługi C3. Określenie 10 punktów, które należy uwzględnić w każdej prezentacji i omówienie ich znaczenia C4. Ustalanie kolejności i priorytetów w zależności od odbiorców prezentacji</p>	<p>Ciągła ocena wiedzy za pomocą pytań z treści kursu (metody wybrane przez trenera): 10% oceny ogólnej</p> <p>Prezentacja ustna: 20% całości oceny</p>	<p>Uczestnik poprawnie odpowiada na pytania</p> <p>Prezentacja zawiera elementy poznane w danej części szkolenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prezentacja ma prawidłową strukturę, zgodną z wiedzą przekazaną podczas zajęć - Prezentacja jest przejrzysta i skutecznie komunikuje przekaz
<p>T3 - Doskonalenie prezentacji</p>	<p><u>Wiedza:</u> K1. Efektywne prezentacje w programie PowerPoint K2. Umiejętności komunikacyjne</p> <p><u>Umiejętności:</u></p>	<p>Ciągła ocena wiedzy za pomocą pytań z treści kursu (metody do wyboru trenera): 15% oceny całkowitej</p> <p>Prezentacja PowerPoint: 20% oceny całkowitej</p> <p>Prezentacja ustna: 20% oceny całkowitej</p>	<p>Uczestnik nauczył się pojęć i potrafi poprawnie odpowiadać na pytania</p> <p>Prezentacje PowerPoint są zgodne z wytycznymi podanymi podczas zajęć</p> <p>Prezentacja PowerPoint jest przejrzysta</p>

	<p>S1. Stworzenie klarownej i skutecznej prezentacji PowerPoint</p> <p>S2. Przedstawienie pomysłu, produktu lub firmy w sposób klarowny i przekonujący</p> <p><u>Zdolności:</u></p> <p>C1. Zastosowanie najlepszych praktyki w zakresie pomocy wizualnych przy prezentacjach</p> <p>C2. Zapamiętanie listy nawyków, których należy unikać podczas prezentacji z pomocami wizualnymi</p> <p>C3. Zdobywanie umiejętności komunikacyjnych pozwalających na realizację skutecznych prezentacji</p>	<p>Prezentacja ustna jest przejrzysta i zawiera elementy oraz strukturę omawiane podczas zajęć</p> <p>Umiejętności w zakresie prezentacji poprawiły się od czasu pierwszej prezentacji ustnej danego uczestnika</p>
--	--	---

Sugerowana bibliografia:

1. “Pitch anything”, Oren Klaff
2. “The Art of the Pitch”, Petera Coughter

Zasoby online:

1. <https://www.inc.com/jeff-haden/how-to-pitch-18-steps-to-create-and-deliver-a-winn.html>
2. https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action

Działanie 3: Szablon modelu biznesowego

Cele:

Celem szablonu modelu biznesowego (Business Model Canvas, BMC) jest wsparcie przedsiębiorstw w tworzeniu strategii i zapewnieniu wszystkich istotnych aspektów planu biznesowego w ramach jednego dokumentu. Budując BMC, uczestnicy szkoleń będą zmuszeni do zastanowienia się nad różnymi kwestiami warunkującymi dobre działanie firmy. W tej części szkolenia uczestnicy:

- Ponzają koncepcję szablonu modelu biznesowego (Business Model Canvas, BMC) i nauczą się stosować szablon do własnej firmy
- Dowiedzą się więcej o różnych częściach BMC: infrastruktura, oferta, klienci i finanse
- Zidentyfikują różne części BMC istotne dla ich działalności biznesowej
- Zbudują własny szablon modelu biznesowego

Efekty nauczania

Zadania	Kompetencje	Umiejętności	Wiedza
T1. Przegląd BMC	C1. Zrozumienie koncepcji szablonu modelu biznesowego (BMC) C1. Zrozumienie, do czego służy BMC	S1. Rozpoznawanie szablonu BMC i jego części składowych S2. Wyjaśnienie, jak działa BMC i jak może pomóc firmie	K1. Szablon modelu biznesowego BMC
T2. Infrastruktura .	C1. Określenie roli kluczowych partnerów C2. Poznanie kluczowych działań w przypadku danej firmy C3. Dowiedzenie się, co rozumiemy przez „kluczowe zasoby”	S1. Zdefiniowanie roli kluczowych partnerów i wskazanie 2 lub 3 kluczowych partnerów związanych z własną działalnością gospodarczą S2. Opisanie, w jaki sposób kluczowe działania odnoszą się do BMC oraz wymienienie 2 lub 3 kluczowych działań związanych z daną działalnością. S3. Zdefiniowanie, jakie są kluczowe zasoby i określenie 2 lub 3 kluczowych zasobów związanych z daną działalnością gospodarczą	K1. Kluczowi partnerzy K2. Kluczowe działania K3. Kluczowe zasoby
T3. Oferty .	C1. Zrozumienie, czym jest tzw. „value proposition”, czyli obietnica wartości C2. Zastosowanie koncepcji obietnicy wartości do własnego biznesu C3. Identyfikacja problemów, które rozwiąże dana działalność lub produkt oraz korzyści, które może wygenerować	S1. Zdefiniowanie terminu „obietnica wartości”. S2. Rozróżnienie między ilościowymi i jakościowymi obietnicami wartości. S3. Zdefiniowanie i opracowanie obietnicy wartości dla własnej działalności gospodarczej	K1. Obietnica wartości K2. Problemy i korzyści
T4. Klienci .	C1. Zrozumienie roli relacji z klientami w ramach BMC	S1. Opisanie, czym są relacje z klientami oraz wskazanie 2 lub 3 typów relacji z klientami ważnych dla danej działalności.	K1. Relacje z klientami: - Pomoc osobista - Zindywidualizowana pomoc osobista - Samoobsługa

	<p>C2. Poznanie segmentacji klientów według kryteriów demograficznych, społecznych i behawioralnych.</p> <p>C3. Dowiedz się o różnych kanałach dystrybucji propozycji wartości w szybki, wydajny i ekonomiczny sposób.</p>	<p>S2. Identyfikacja segmentów klientów dla potrzeb własnej działalności</p> <p>S3. Wyróżnienie różnych sposobów segmentacji klientów</p> <p>S4. Wymienienie 3 kanałów, za pośrednictwem których można przekazać obietnicę wartości</p> <p>S5. Określenie 2 kanałów, za pośrednictwem których dana działalność będzie przekazywać klientom swoją obietnicę wartości</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Usługi zautomatyzowane - Wspólnoty - Współtworzenie <p>K2. Segmentacja klientów</p> <p>K3. Kanały .</p>
<p>T5. Finanse .</p>	<p>C1. Zrozumienie, że struktury kosztów wpływają na wybór modelu biznesowego przedsiębiorstwa</p> <p>C2. Omówienie różnych struktur kosztów w przedsiębiorstwie</p> <p>C3. Przedstawienie i zrozumienie charakterystyki struktur kosztów oraz jej konsekwencje</p> <p>C4. Określenie, w jaki sposób dana firma osiąga dochody z każdego segmentu klientów.</p>	<p>S1. Zdefiniowanie struktury kosztów i ustalenie struktury kosztów dla własnej działalności gospodarczej</p> <p>S2. Rozróżnienie pomiędzy strukturami biznesowymi, których działanie opiera się na wartości a tymi, których działania definiują koszty. Zdefiniowanie, jaką strukturę kosztów przyjmie działalność uczestnika.</p> <p>S3. Określenie różnych atrybutów struktur kosztów: koszty stałe, koszty zmienne, korzyści skali, korzyści zakresu. Zastosowanie tych pojęć do własnej struktury kosztów.</p> <p>S4. Określenie 5 źródeł (strumieni) przychodów dla przedsiębiorstw.</p> <p>S5. Identyfikacja głównych strumieni przychodów dla każdego segmentu klientów w danej działalności</p>	<p>K1. Struktury kosztów</p> <p>K2. Rodzaje struktur biznesowych</p> <p>K3. Charakterystyka struktury kosztów:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Koszty stałe - Koszty zmienne - Korzyści skali (efekt skali) - Korzyści wynikające z zakresu <p>K4. Strumienie przychodów</p>

Certyfikacja

Zadania	Wiedza (k), Umiejętności (s), Egzaminowana umiejętność (a)	Metody oceny	Kryteria oceny
T1 - Przegląd BMC	<p><u>Wiedza:</u> K1. Szablon modelu biznesowego BMC</p> <p><u>Umiejętności:</u> S1. Identyfikacja BMC i jego części składowych S2. Wyjaśnienie, jak działa BMC i jak może pomóc firmie</p> <p><u>Zdolności:</u> C1. Zrozumienie, czym jest szablon modelu biznesowego (BMC) C1. Zrozumienie, do czego służy BMC</p>	<p>Ciągła ocena wiedzy według pytań z treści kursu (metoda wybrana przez trenera): 5 % oceny ogólnej</p>	<p>Uczestnik poprawnie odpowiada na pytania</p> <p>Uczestnik komunikuje rozumienie pojęć poruszanych podczas zajęć</p>
T2 - Infrastruktura	<p><u>Wiedza:</u> K1. Kluczowi partnerzy K2. Kluczowe działania K3. Kluczowe zasoby</p> <p><u>Umiejętności:</u> S1. Zdefiniowanie roli kluczowych partnerów i wskazanie 2 lub 3 kluczowych partnerów związanych z własną działalnością gospodarczą S2. Opisanie, w jaki sposób kluczowe działania odnoszą się do BMC oraz wymienienie 2 lub 3 kluczowe działań związanych z daną firmą. S3. Zdefiniowanie, jakie są kluczowe zasoby i określenie 2 lub 3 kluczowych zasobów związanych z daną działalnością gospodarczą</p> <p><u>Zdolności:</u> C1. Poznanie roli kluczowych partnerów C2. Poznanie kluczowych działań dla danej firmy C3. Poznanie koncepcji kluczowych zasobów</p>	<p>Ciągła ocena wiedzy za pomocą pytań z treści kursu (metody wybrane przez trenera): 5 % oceny ogólnej</p> <p>Praca domowa 1 - opracowanie i przedstawienie części „Infrastruktura” modelu BMC dla własnej działalności gospodarczej: 20% oceny ogólnej</p>	<p>Uczestnik odpowiada na pytania poprawnie i udowadnia zrozumienie pojęć z tej części szkolenia.</p> <p>Uczestnik wykazuje zrozumienie części „infrastruktura” modelu BMC oraz opanowanie informacji przekazywanych podczas zajęć</p> <p>Uczestnik identyfikuje kluczowych partnerów, kluczowe zasoby i kluczowe działania we własnym modelu BMC</p>

<p>T3 - Oferty</p>	<p><u>Wiedza:</u> K1. Obietnica wartości K2. Problemy i korzyści</p> <p><u>Umiejętności:</u> S1. Zdefiniowanie terminu „obietnica wartości”. S2. Rozróżnienie między ilościowymi i jakościowymi obietnicami wartości. S3. Zdefiniowanie i opracowanie obietnicy wartości dla własnej działalności gospodarczej</p> <p><u>Zdolności:</u> C1. Zrozumienie, czym jest obietnica wartości C2. Zastosowanie koncepcji obietnicy wartości do własnego biznesu C3. Identyfikacja problemów i korzyści wynikających z danej działalności gospodarczej lub produktu</p>	<p>Ciągła ocena wiedzy za pomocą pytań z treści kursu (metody do wyboru trenera): 5% oceny ogólnej</p> <p>Praca domowa 2 – określenie obietnicy wartości dla danego produktu lub usługi: 15% oceny ogólnej</p>	<p>Uczestnik nauczył się pojęć z tej części i potrafi poprawnie odpowiadać na pytania</p> <p>Kompleksowe zrozumienie koncepcji obietnicy wartości wskazujące na opanowanie materiału z tej części.</p> <p>Obietnica wartości identyfikuje co najmniej problem do rozwiązania lub jedną korzyść</p>
<p>T4 - Klienci</p>	<p><u>Wiedza:</u> K1. Relacje z klientami K2. Segmenty klientów K3. Kanały .</p> <p><u>Umiejętności:</u> S1. Opisanie relacji z klientami oraz wskazanie 2 lub 3 ważnych relacji z klientami dla danej działalności. S2. Identyfikacja segmentów klientów dla potrzeb własnej działalności S3. Wyróżnienie różnych sposobów segmentacji klientów S4. Wymienienie 3 kanałów, za pośrednictwem których można przekazywać obietnicę wartości S5. Określenie 2 kanałów, za pośrednictwem których dana działalność będzie przekazywać swoją obietnicę wartości</p> <p><u>Zdolności:</u> C1. Zrozumienie roli relacji z klientami w modelu BMC C2. Dowiedzenie się, jak segmentować klientów według kryteriów demograficznych, społecznych i behawioralnych. C3. Poznanie różnych kanałów przekazywania wartości w szybki, wydajny i ekonomiczny sposób.</p>	<p>Ciągła ocena wiedzy za pomocą pytań z treści kursu (metody wybrane przez trenera): 5 % oceny ogólnej</p> <p>Praca domowa 3 - opracowanie i przedstawienie sekcji „Klienci” modelu BMC w oparciu o własną działalność gospodarczą: 20% oceny ogólnej</p>	<p>Uczestnik nauczył się pojęć z tej części i potrafi poprawnie odpowiadać na pytania</p> <p>Wykazuje kompleksowe zrozumienie części „Klienci” modelu BMC zgodnie z informacjami przekazanymi podczas zajęć</p> <p>Uczestnik identyfikuje relacje z klientami, segmenty klientów i kanały w modelu BMC</p>

<p>T5 - Finanse</p>	<p><u>Wiedza:</u> K1. Struktury kosztów K2. Rodzaje struktur biznesowych K3. Charakterystyka struktur kosztów K4. Strumienie przychodów</p> <p><u>Umiejętności:</u> S1. Zdefiniowanie struktury kosztów i ustalenie struktury kosztów dla własnej działalności gospodarczej S2. Rozróżnienie pomiędzy strukturami biznesowymi opartymi na wartości i na kosztach. Zdefiniowanie, jaką strukturę kosztów będzie miała własna działalność. S3. Określenie różnych typów struktur kosztów: koszty stałe, koszty zmienne, korzyści skali, korzyści zakresu. Zastosowanie tych pojęć do własnej struktury kosztów. S4. Wymienienie 5 źródeł przychodów dla przedsiębiorstwa. S5. Identyfikacja głównych strumieni przychodów dla każdego segmentu klientów w odniesieniu do własnej działalności</p> <p><u>Zdolności:</u> C1. Zrozumienie, że struktury kosztów wpływają na wybór modelu biznesowego przedsiębiorstwa C2. Omówienie różnych struktur kosztów w przedsiębiorstwie C3. Przedstawienie i zrozumienie charakterystyki struktur kosztów i jej konsekwencji C4. Określenie, w jaki sposób firma osiąga przychody z każdego segmentu klientów.</p>	<p>Ciągła ocena wiedzy za pomocą pytań z treści kursu (metody wybrane przez trenera): 5 % oceny ogólnej</p> <p>Praca domowa 4 - opracowanie i przedstawienie części „Finanse” modelu BMC dla własnej działalności: 20% oceny ogólnej</p>	<p>Uczestnik nauczył się pojęć i potrafi poprawnie odpowiadać na pytania</p> <p>Kompleksowe zrozumienie informacji z części „Klienci” modelu BMC, przekazanych podczas zajęć</p> <p>Uczestnik potrafi identyfikować struktury kosztów i strumienie przychodów we własnym BMC</p>
--------------------------------	--	--	--

Sugerowana lektura:

1. "Business Model Generation", Alexander Osterwalder, Yves Pigneur

Materiały online:

1. <https://strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>

Kontekst	Kryteria oceny
<p>Kontekst edukacyjny:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 24 godziny szkolenia - 24 godziny pracy uczestnika poza szkoleniem - Zapewnienie materiałów: sala szkoleniowa, projektor video, sprzęt audio - Materiały dydaktyczne: plany i streszczenia zajęć, prezentacje w programie PowerPoint, szablony do zadań domowych <p>Kontekst informacyjny:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kursy online - Teksty obowiązkowe - Teksty uzupełniające <p>Kontekst technologiczny:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dostęp do Internetu - Dostęp do platformy e-learningowej i narzędzi komunikacyjnych <p>Kontekst menedżerski:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Odpowiednie zarządzanie procesem szkoleniowym <p>Kontekst relacyjny:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relacje z klientami, przeprowadzanie wywiadów z klientami - Relacje z innymi firmami mającymi doświadczenie w walidacji rynkowej, prezentacji i budowaniu modeli BMC 	<p>Kryteria oceny:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wiedza i rozumienie przez uczestnika pojęć objętych szkoleniem, mierzone za pomocą testów i pytań zadawanych podczas zajęć - Umiejętność zastosowania wyuczonych pojęć w prawdziwym kontekście biznesowym, mierzona wykonaniem prac domowych i projektów. <p>Kryteria oceny wyników nauki:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zdolność do wykonywania przydzielonych zadań - Uczestnictwo w zajęciach - Zdolność do pracy zespołowej - Zdolność do abstrahowania informacji - Umiejętności w zakresie komunikacji i prezentacji - Zdolność krytycznej analizy <p>Oczekiwania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pozytywne nastawienie do nauki - Proaktywność - Ciekawość <p>Oczekiwane rezultaty:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uzyskanie 6 punktów - Opanowanie nowych narzędzi i umiejętności do wykorzystania we własnej firmie. Wskaźnik: modele BMC stworzone przez uczestników, ich prezentacje i wywiady z klientami - Zadowolenie uczestnika z uzyskanej wiedzy (mierzone oceną końcową kursu)

9.Kurs 3: Możliwości finansowania przedsiębiorstw ze środków UE

Cel

Ogólnym celem tego zestawu tematów jest przekazanie przedsiębiorcom pełnej wiedzy na temat systemu instytucjonalnego UE i procesu decyzyjnego istniejącego w jego ramach. Celem szczegółowym jest dostarczenie uczestnikom podstawowych narzędzi związanych z wykorzystaniem europejskich ram instytucjonalnych i finansowych oraz funduszy UE. W ramach tego kursu uczestnicy zdobędą kompetencje i umiejętności potrzebne do pisania wniosków projektowych i zarządzania projektami unijnymi i zarządzania projektami dofinansowanymi z UE, w tym: odpowiadanie na zaproszenie do składania wniosków, tworzenie struktury projektu, budowanie partnerstwa i tworzenie planu budżetowego.

Siatka sylabusu

Dziewięć jednostek *efektów nauki* (2 jednostki na 2 bloki umiejętności)

Czas trwania szkolenia: 60h

3 punkty – poziom V EQF

Blok umiejętności A1 - 1 punkt/20h - Zrozumienie sposobu funkcjonowania UE

Blok umiejętności A2 - 2 punkty/40h - Możliwości dla przedsiębiorstw stwarzane przez UE

Działanie 1: - Jak działa UE

Cele:

- Przekazanie podstawowej wiedzy na temat historii UE i traktatów unijnych;
- Przekazanie, czym jest UE i jakie są jej główne instytucje;
- Przekazanie, czym jest rynek wewnętrzny i jakie płyną z niego korzyści;
- Zrozumienie koncepcji budżetu UE i głównych programów unijnych

Efekty nauczania

Zadania	Kompetencje	Umiejętności	Wiedza
Podstawy	<p>C1- Poznanie głównych etapów procesu integracji UE w międzynarodowych ramach historycznych</p> <p>C2 - Znajomość traktatów UE od CECA w 1951 r. do traktatu lizbońskiego w 2009 r.</p>	<p>S1. Opisanie historycznego procesu integracji UE</p> <p>S2. Wyróżnienie głównych cech traktatów UE</p>	<p>K1. Proces integracji historycznej UE</p> <p>K2. Główne traktaty UE</p>
T2. Instytucje UE	<p>C1. Wyróżnienie instytucji UE i ich procesów decyzyjnych</p> <p>C2. Poznanie stosunków między instytucjami europejskimi</p>	<p>S1. Zdefiniowanie instytucji UE</p> <p>S2. Opisanie procesu decyzyjnego</p> <p>S3. Zdefiniowanie stosunków między instytucjami UE</p>	<p>K1. Instytucje UE i różnice między nimi</p> <p>K2. Stosunki między instytucjami UE</p> <p>K3. Proces decyzyjny</p>
T3. Rynek wewnętrzny UE i budżet UE	<p>C1. Zrozumienie historycznej ścieżki prowadzącej do utworzenia rynku wewnętrznego UE</p> <p>C2. Rozpoznanie korzyści i ograniczeń rynku wewnętrznego</p> <p>C3. Zrozumienie systemu budżetowego UE</p> <p>C4. Wyjaśnienie istoty głównych programów finansowania UE</p>	<p>S1. Zdefiniowanie kluczowych etapów historycznego tworzenia rynku wewnętrznego</p> <p>S2. Wyjaśnienie, jak działa rynek wewnętrzny i wymienić najważniejsze zaangażowane w ten rynek podmioty</p> <p>S3. Opisanie budżetu UE i jego części składowych</p> <p>S4. Określenie różnic w programach finansowania UE.</p>	<p>K1. Rynek wewnętrzny</p> <p>K2. Budżet UE</p> <p>K3. Programy finansowania UE</p>

Kontekst zasobów	Ocena
<p>Kontekst edukacyjny: 20h nauczania; Metodologia „Uczenie się przez działanie”; Materiał szkoleniowy: Prezentacja PowerPoint, lekcje podsumowujące;</p> <p>Kontekst menedżerski Kursy akademickie, ćwiczenia praktyczne w grupach i praca indywidualna;</p> <p>Kontekst informacyjny: Kurs online; Bibliografia opracowana przez CCBI i publikacje UE</p> <p>Kontekst technologiczny Dostęp do Internetu; Oprogramowanie biurowe (Office); Komunikacja: Oprogramowanie do czatu, przeglądarka.</p>	<p>Kryteria oceny: - Przystwojenie przez uczestników wiedzy</p> <p>Kryteria oceny wyników - Zdolność syntezy informacji</p> <p>Oczekiwane rezultaty - Uzyskanie 1 punktu - Zadowolenie uczestników (kwestionariusz oceny)</p> <p>Wskaźnik: stopień zadowolenia osób uczących się (bardzo zadowolony - umiarkowanie zadowolony - niezadowolony)</p>

Działanie 2: Możliwości dla przedsiębiorstw oferowane przez UE

Cele:

- Zrozumienie różnicy między funduszami bezpośrednimi i pośrednimi;
- Zrozumieć, czym jest przetarg unijny i jakie płyną z niego korzyści;
- Określenie różnic między przetargami a projektami;
- Opanowanie wiedzy umożliwiającej start w przetargach i projektach
- Zrozumienie definicji kierownika projektu dofinansowanego ze środków UE i jego roli;
- Zapoznanie się z zarządzaniem cyklem projektu;
- Opracowanie struktury koncepcji projektu;
- Opanowanie wiedzy dotyczącej budowania partnerstwa;
- Przygotowanie draftu projektu.

Efekty nauczania

Zadania	Kompetencje	Umiejętności	Wiedza
T1. Możliwości finansowania ze środków UE: przetargi, konkursy i projekty	<p>C1. Wyjaśnij, czym jest przetarg / konkurs unijny i opisz jego cechy i korzyści z niego płynące</p> <p>C2. Wyjaśnij czym jest projekt europejski i opisz jego cechy oraz korzyści z niego płynące</p>	<p>S1. Opisanie i scharakteryzowanie przetargów europejskich</p> <p>S2. Ogólne określenie propozycji projektowej, wniosku projektowego oraz zrozumienie korzyści i możliwości związanych z projektem</p> <p>S3. Zrozumienie różnicy między przetargiem a projektem</p>	<p>K1. Europejskie przetargi oraz ich cechy i zalety</p> <p>K2. Europejskie wnioski projektowe i ich cechy</p> <p>K3. Główne różnice między przetargami a projektami</p>
T2. Zarządzanie cyklem projektu	<p>C1. Określenie, kto jest kierownikiem projektu unijnego</p> <p>C2. Wyjaśnienie pojęcia zarządzania cyklem projektu i jego cech charakterystycznych</p> <p>C3. Analiza dokumentów</p>	<p>S1. Opisanie roli kierownika projektu</p> <p>S2. Określenie głównych cech zarządzania cyklem projektu</p> <p>S3. Identyfikacja głównych dokumentów</p>	<p>K1. Kierownik projektu</p> <p>K2. Cykl projektu</p> <p>K3. Znaczenie dokumentacji</p>
T3 - Ramy logiczne	<p>C1. Wyjaśnienie struktury koncepcji projektu</p> <p>C2. Zrozumienie, jak zbudować sieć partnerską</p> <p>C3. Nauka tworzenia partnerstwa</p> <p>C4. Nabycie umiejętności redakcyjnych i edytorskich w ramach projektu unijnego</p>	<p>S1. Opisanie struktury koncepcji</p> <p>S2. Zdefiniowanie kroków prowadzących do budowy sieci partnerów</p> <p>S3. Wykazanie zdolności do rozwijania partnerstwa</p> <p>S4. Opracowanie pomysłu na projekt</p>	<p>K1. Struktura pomysłu na projekt</p> <p>K2. Koncepcja sieci partnerskiej</p> <p>K3. Koncepcja partnerstwa</p> <p>K4. Edycja i opracowanie koncepcji projektu</p>
T4 - Umiędzynarodowienie firmy	<p>C1. Zrozumienie sposobów na umiędzynarodowienie firmy</p>	<p>S1. Identyfikacja podmiotów i narzędzi służących do umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa</p>	<p>K1. Umiędzynarodowienie .</p>

Kontekst zasobów	Ocena
<p>Kontekst edukacyjny: 40h nauczania; Metodologia „Uczenie się przez działanie”; Materiał szkoleniowy: Prezentacja PowerPoint, streszczenia zajęć;</p> <p>Kontekst menedżerski Kursy akademickie, ćwiczenia w grupie i praca indywidualna;</p> <p>Kontekst informacyjny: Kurs online; Teksty; Bibliografia opracowana przez CCBI i publikacje UE</p> <p>Kontekst technologiczny Dostęp do Internetu; Oprogramowanie biurowe; Komunikacja: Oprogramowanie do czatu, przeglądarka.</p> <p>Kontekst relacji Spotkanie z ekspertami; Praktyczne ćwiczenie.</p>	<p>Kryteria oceny: - Przystwojenie przez uczących się określonej wiedzy</p> <p>Kryteria wydajności: - Zdolność syntezy - Zdolność komunikacji pisemnej - Zdolność do krytycznej analizy</p> <p>Oczekiwania: - Motywacja - Proaktywność - Duch pracy zespołowej</p> <p>Oczekiwane rezultaty: - Uzyskanie 2 punktów - Wypracowanie zdolności do udziału w projekcie europejskim - Zadowolenie uczestników testowane za pomocą kwestionariusza. - Wskaźnik: (bardzo zadowolony - umiarkowanie zadowolony - niezadowolony)</p>

Certyfikacja

Działanie 1 – Jak działa UE

Zadania	Wiedza (K), Umiejętności (S), Egzaminowana umiejętność (A)	Metody oceny	Kryteria oceny
T1. Historia i traktaty UE	<p><u>Wiedza:</u> K1. Historyczny proces integracji UE K2. Główne traktaty UE</p> <p><u>Umiejętności:</u></p>	Dla T1+T2+T3 : pytania otwarte i kwestionariusze wielokrotnego wyboru: 40 % całkowitej oceny	<p>Przystwojenie przez uczestników określonej wiedzy; jasność prezentacji, argumentacja</p> <p>Uczestnik wykazuje: staranność; umiejętność syntezy, wyszukiwania, oceniania i analizy dokumentów</p>

	<p>S1. Poznanie głównych etapów procesu integracji z UE w międzynarodowych ramach historycznych S2. Poznanie traktatów UE od CECA w 1951 r. do traktatu lizbońskiego z 2009 r.</p> <p><u>Zdolności:</u> A1. Opisanie historii procesu integracji UE A2. Wyróżnienie głównych cech traktatów UE</p>		
T2. Instytucje UE	<p><u>Wiedza:</u> K1. Instytucje UE i różnice między nimi K2. Stosunki między instytucjami UE K3. Proces decyzyjny</p> <p><u>Umiejętności:</u> S1. Wyróżnienie instytucji UE i ich procesów decyzyjnych S2. Określenie stosunków między instytucjami europejskimi</p> <p><u>Zdolności:</u> A1. Zdefiniowanie instytucji UE A2. Opisanie procesu decyzyjnego A3. Zdefiniowanie stosunków między instytucjami UE</p>		
T3. Rynek wewnętrzny i budżet UE	<p><u>Wiedza:</u> K1. Rynek wewnętrzny K2. Budżet UE K3. Programy finansowania UE</p> <p><u>Umiejętności:</u> S1. Zrozumienie historycznej ścieżki prowadzącej do utworzenia rynku wewnętrznego UE S2. Określenie korzyści i ograniczeń rynku wewnętrznego S3. Opisanie głównych programów finansowania UE</p> <p><u>Zdolności:</u> A1. Zdefiniowanie kluczowych historycznych etapów tworzenia rynku wewnętrznego A2. Wyjaśnienie, jak działa rynek wewnętrzny i jego główni aktorzy A3. Opisanie różnic w programach finansowania UE</p>		

Działanie 2 - Możliwości dla przedsiębiorstw w ramach środków europejskich

Zadania	Wiedza (K), Umiejętności (S), Egzaminowana umiejętność (A)	Metody oceny	Kryteria oceny
T1. Możliwości w zakresie finansowania europejskiego: przetargi i projekty	<p><u>Wiedza:</u> K1. Europejskie przetargi / konkursy oraz ich cechy i zalety K2. Wnioski unijne i ich cechy charakterystyczne K3. Główna różnica między przetargami a projektami</p> <p>+ <u>Umiejętności:</u> S1. Wyjaśnienie, czym jest przetarg unijny oraz opisanie jego cech i zalety S2. Wyjaśnienie, czym jest projekt unijny oraz opisanie jego cech i zalet.</p> <p><u>Zdolności:</u> A1. Określenie oferty i zrozumienie cech przetargów europejskich A2. Określenie propozycji i zrozumienie korzyści i możliwości związanych z projektem A3. Uznanie różnicy między przetargiem a projektem</p>	<p>Kwestionariusz wielokrotnego wyboru i pytania otwarte : 15 % całkowitej oceny</p> <p>-Stworzenie pliku do analizy kluczowych dokumentów; badanie bazy danych;</p>	<p>Przyswojenie przez uczestników określonej wiedzy;</p> <p>-Praca własna uczestnika: staranność; umiejętność syntezy, badań i analizy dokumentów;</p> <p>-Opanowanie technicznego aspektu projektu i zarządzanie czasem;</p> <p>-Zdolność do przedstawienia projektu, jasnego prezentowania tematu, zgodnie ze zorganizowanym i klarownym planem.</p>
T2. Zarządzanie cyklem projektu	<p><u>Wiedza:</u> K1. Kierownik projektu K2. Cykl projektu K3. Znaczenie dokumentów</p> <p><u>Umiejętności:</u> S1. Określenie, kto jest kierownikiem projektu unijnego S2. Wyjaśnienie pojęcia zarządzania cyklem projektu i jego cech.</p>	<p>Pytania otwarte i kwestionariusz wielokrotnego wyboru;</p> <p>20 % ogólnej oceny ;</p> <p>Stworzenie pliku do analizy głównych dokumentów, badania bazy danych;</p> <p>Sporządzanie pierwszych wersji i edycja dokumentów projektowych</p>	

	<p>S3. Analiza dokumentów</p> <p><u>Zdolności:</u> A1. Opisanie roli kierownika projektu A2. Określenie głównych cech zarządzania cyklem projektu A3. Identyfikacja głównych dokumentów</p>		
T3. Struktura logiczna	<p><u>Wiedza:</u> K1. Struktura koncepcji projektu K2. Koncepcja sieci K3. Koncepcja partnerstwa K4. Edycja i opracowanie koncepcji projektu</p> <p><u>Umiejętności:</u> S1. Wyjaśnienie strukturę koncepcji projektu S2. Zrozumienie, jak zbudować sieć S3. Opanowanie wiedzy dotyczącej tworzenia partnerstwa S4. Nabycie umiejętności redakcyjnych i edytorskich projektu</p> <p><u>Zdolności:</u> A1. Opisanie struktury koncepcji projektu A2. Zdefiniowanie kroków prowadzących do zbudowania sieci A3. Wykazanie zdolności do rozwijania partnerstwa A4. Przygotowanie koncepcji projektu</p>	<p>Pytania otwarte i kwestionariusz wielokrotnego wyboru;</p> <p>Realizacja pliku do analizy głównych dokumentów, badania bazy danych;</p> <p>Edycja i przygotowanie koncepcji projektu;</p> <p>Lista możliwych partnerów projektu;</p> <p>20 % całkowitej oceny</p>	
T4. Umiejzynarodowienie firmy	<p><u>Wiedza:</u> K1. Umiejzynarodowienie .</p> <p><u>Umiejętności:</u> S1. Zrozumienie, jak umiejzynarodowić firmę</p>	<p>Wymienienie odpowiednich i dopasowanych podmiotów i narzędzi służących do umiejzynarodowienia firmy;</p>	

	<p><u>Zdolności:</u> A1. Zidentyfikowanie podmiotów i narzędzi służących do umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa</p>	<p>Stworzenie pliku do analizy kluczowych dokumentów, badania bazy danych; 5 % ogólnej oceny</p>	
--	---	---	--

10. Kurs 4: Ekosystemy przedsiębiorczości

Prezentacja

Ekosystemy przedsiębiorczości definiuje się jako zbiór współzależnych podmiotów i czynników skoordynowanych w taki sposób, że umożliwiają one wydajną przedsiębiorczość na danym terytorium.

Cele szkolenia

Podnoszenie świadomości na temat społeczno-gospodarczej roli przedsiębiorczości na danym obszarze jako klucza do utrzymania dynamiki regionu

Rozumienie systemów interakcji pomiędzy różnymi podmiotami w obrębie ekosystemu

Określenie powiązań, jakie firma lub przedsiębiorca będzie tworzył/a z różnymi interesariuszami i sieciami środowiska biznesowego

Określenie sposobu, w jaki należy promować powstawanie ekosystemu przedsiębiorczości i jego wykorzystanie przez firmy

Zrozumienie relacji między ekosystemami a powiązanymi z nimi koncepcjami, takimi jak okręgi przemysłowe, klastry i systemy innowacji.

Blok 1: Tworzenie i rozwijanie działalności w kontekście ekosystemu przedsiębiorczości

Działanie 1: Znajomość pojęcia ekosystemu przedsiębiorczości

Działalność	Zadania	Kompetencje	Umiejętności	Wiedza	Opis
<p>WARUNKI RAMOWE</p> <p>Działanie 1: Znajomość pojęcia ekosystemu przedsiębiorczości</p> <p>Zrozumienie analogii z ekosystemem biologicznym</p>	T1 - Definicja ekosystemu przedsiębiorczości	<p>C1 - Historia koncepcji ekosystemów przedsiębiorczości</p> <p>C2 - Wiedza o podstawowych ideach leżących u podstaw ekosystemów przedsiębiorczości została po raz pierwszy opracowana w latach 80-tych i 90-tych ubiegłego wieku w ramach zmian, które zachodziły w badaniach nad przedsiębiorczością i które polegały na odejściu od badań indywidualnych na rzecz szerszej perspektywy uwzględniającej rolę sił społecznych, kulturowych i gospodarczych w procesie tworzenia przedsiębiorczości.</p> <p>C3 – Jest w stanie zidentyfikować wszystkich uczestników ekosystemu: szkoły, uniwersytet, inwestora, bank, centra badawcze, władze lokalne, prywatne fundacje, itp.</p> <p>C4 - Zna podstawowe warunki, które definiują ekosystem</p> <p>C5 Jest w stanie promować przedsiębiorczość, czyli proces, w ramach którego jednostki tworzą możliwości lub struktury sprzyjające</p>	<p>S1 – Potrafi zmierzyć zainteresowanie właściciela przedsiębiorstwa włączeniem się do sieci w celu skorzystania z efektu skali w połączeniu z elastycznością i dynamiką oferowaną przez sieć.</p> <p>S2 - Wie, jak wybrać ekosystem zgodnie z daną działalnością (wie, jak przeprowadzić benchmarking ekosystemów):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ekosystem startupu • Ekosystem przedsiębiorczości akademickiej • Klastry biznesowe • Ekosystemy aglomeracyjne • Sieć współpracy na rzecz innowacji • Coworking • System innowacji • Venture capital <p>S3 Potrafi zmierzyć i określić znaczenie kontekstu społecznego w ekosystemie przedsiębiorczości</p> <p>S4 - Analiza wykonalności projektu</p> <p>Szczególne umiejętności dla (przyszłego) przedsiębiorcy:</p> <p>S1 - Zdolność do</p>	<p>K1 – Definicja ekosystemu przedsiębiorczości</p> <p>K2 - Główni teoretycy ekosystemu przedsiębiorczości: Harvard Business Review, Daniel Isenberg, Spigel, Stam, Wong, Freeman & Audia itp.</p> <p>K3 - Czynniki sukcesu dla ekosystemu przedsiębiorczości:</p> <ul style="list-style-type: none"> • jest dostosowany do własnego, unikalnego środowiska • działa w środowisku o ograniczonych przeszkodach biurokratycznych, w którym polityka rządu wspiera unikalne potrzeby przedsiębiorców i toleruje nieudane przedsięwzięcia • aktywnie zachęca sektor finansowy do udziału w nowych przedsięwzięciach – takie podejście jest wzmocnione, a nie tworzone od podstaw przez organizacje rządowe, akademickie czy komercyjne • jest stosunkowo wolny od uprzedzeń kulturowych wobec porażek biznesowych lub jest w stanie zmienić uprzedzenia i stosunek do niepowodzenia w biznesie 	<p>Interpretacja biologiczna tego pojęcia, zgodnie z którą interakcja organizmów żywych z ich fizycznym środowiskiem ma kluczowe znaczenie. Oczywiście definicji tej w kontekście przedsiębiorczości nie powinno się traktować zbyt dosłownie. Przedsiębiorcze podejście ekosystemowe podkreśla raczej, że przedsiębiorczość realizuje się we wspólnocie współzależnych podmiotów.</p> <p>Ekosystem przedsiębiorczości składa się z kilku wzajemnie oddziałujących na siebie elementów, podmiotów lub dziedzin, z których każdy obejmuje podelementy, które w danym regionie lub na danym terytorium mają wpływ na szkolenie i rozwój przedsiębiorców oraz innowacyjnych firm.</p> <p>Ekosystem start-upów to szczególny rodzaj ekosystemu przedsiębiorczości (start-up to tymczasowa organizacja, której misją jest poszukiwanie modelu biznesowego pozwalającego na wykorzystanie możliwości powstałych w niepewnym otoczeniu).</p>

		<p>innowacji: zakładanie przedsiębiorstw, patentowanie itp.</p> <p>C6 - Poznanie i rozróżnienie pomiędzy różnymi rodzajami przedsiębiorstw działających w ekosystemach przedsiębiorczości, a w szczególności na rynkach; rola niepowodzenia rynkowego w zyskiwaniu nowego gospodarczego spojrzenia na ludzi, sieci i instytucje.</p>	<p>uwzględniania priorytetów, złożoności sytuacji, codziennego ryzyka i sprostania nieprzewidzianym sytuacjom.</p> <p>S2 - Działanie na rzecz budowania dobrych relacji poprzez dążenie do zmniejszenia napięć, zapobieganie konfliktom i uczestniczenie w ich przezwyciężaniu, towarzyszenie zmianom.</p> <p>S3 - Proponowanie metod pracy dostosowanych do kontekstu, uwzględniających organizację jako całość, wszechstronne zarządzanie dokumentacją.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • promuje sukcesy, które z kolei przyciągają nowe przedsięwzięcia • jest wspierany przez dialog pomiędzy różnymi stronami zainteresowanymi przedsiębiorczością <p>K4 - różne ekosystemy przedsiębiorczości, na przykład ekosystemy specyficzne dla danej gałęzi przemysłu. (np. BioRegio w Niemczech w dziedzinie nauk przyrodniczych)</p> <p>K5 – Przykłady udanych wdrożeń: Silicon Valley, MIT's Entrepreneurship Ecosystem, Londyn, Nowy Jork, Toronto, Tajwan, Izrael, Irlandia...</p>	
--	--	--	---	--	--

Działanie 2: Rynek – marketing

Działalność	Zadania	Kompetencje	Umiejętności	Wiedza	Opis
<p>WARUNKI RAMOWE</p> <p>Działanie 2: Uwzględnienie lokalnego otoczenia i rozwoju rynku, wdrażanie działań handlowych i marketingowych w celu zwiększenia sprzedaży przy jednoczesnym</p>	<p>T2 - Istotne rynki krajowe</p> <p>T3 - Istotne rynki zagraniczne</p>	<p>C1 – Świadomość, że podejście oparte na ekosystemie przedsiębiorczości zawiera w sobie zmianę tradycyjnego ekonomicznego myślenia o przedsiębiorstwach, a zwłaszcza o rynkach i porażkach firm na rynku – co</p>	<p>S1 – ekosystemy przedsiębiorczości są dynamiczne. Pojęcia niepowodzeń rynkowych i strukturalnych są zasadniczo statyczne: istnieją lub też nie. Usługi w ramach ekosystemów przedsiębiorczości są współtworzone w dynamicznych interakcjach między interesariuszami.</p> <p>S2 - Wejście na rynek lub stworzenie rynku jest kwestią strategii, niezależnie od tego, czy</p>	<p>K1 - Dostępność rynku i jego responsywność</p> <p>K2 - Dostęp do odbiorców na rynku krajowym i zagranicznym</p> <p>K3 - Znaczenie własności intelektualnej i ochrony patentowej</p>	

<p>poszanowaniu marki i jej wizerunku</p>		<p>da nowe gospodarcze spojrzenie na ludzi, sieci i instytucje.</p> <p>C2 Zdolność do odpowiedniej analizy kontekstu i sytuacji przedsiębiorstwa na danym rynku</p> <p>C3 - Zdolność do analizy rynku z uzasadnionymi wnioskami prowadzącymi do rozwoju działalności gospodarczej</p> <p>C4 - Możliwość zaproponowania strategii rozwoju firmy</p> <p>C5 - Wdrożenie podejścia jakościowego w firmie</p> <p>C6 - Zdolność do monitorowania rynku biznesowego pod kątem praktyk, produktów, przepisów i działalności handlowej</p>	<p>przedsiębiorca się z tym zgadza, czy nie.</p> <p>S3 - Zmierzyć potencjał klientów, którzy mogą wyrazić swoją opinię na temat innowacyjnych produktów lub usług.</p>	<p>K4 - Analiza trendów rynkowych</p> <p>K5 - Inteligencja handlowa i konkurencyjna</p> <p>K6 - Monitorowanie zmian na rynku przedsiębiorstw</p> <p>K7 - strategia handlowa i jej realizacja</p> <p>K8 - Techniki lojalnościowe</p> <p>K9 - Identyfikacja odpowiednich źródeł informacji</p>	
---	--	---	--	--	--

Działanie 3: Kultura korporacyjna

Działalność	Zadania	Kompetencje	Umiejętności	Wiedza	Opis
WARUNKI RAMOWE Działanie 3: Zdolność do zdefiniowania i stworzenia specyficznej kultury korporacyjnej zgodnej ze strategią i celami firmy.	T1 -Tolerancja ryzyka i niepowodzenia T2 -Preferowane samozatrudnienie T3 – Wzory do naśladowania i historii udanych projektów T4 – Programy badawcze, edukacyjne i wsparcia T5 - Pozytywny wizerunek przedsiębiorczości T6 - Świątowanie innowacji	C1 - Znajomość podstaw kultury korporacyjnej C2 - Określanie wartości i zachowań, które ułatwiają sprawne prowadzenie działalności gospodarczej C3 - Umiejętność napisania projektu biznesowego określającego ogólne cele, wartości, filozofię firmy przy jednoczesnym podkreśleniu jej tożsamości.	A1 - promowanie kultury firmy, w której toleruje się błędy, porażki, podejmowanie ryzyka w celu stworzenia wartości oraz pozytywnego konfliktu; przedsiębiorczość jako pozytywny wybór życiowy S2 - Promowanie wymiany doświadczeń: Osoby, które odniosły sukces, reinwestują swój czas, pieniądze i wiedzę specjalistyczną po to, by zachęcać i wspierać nowe działania w zakresie przedsiębiorczości. S3 - Zachęcanie do różnorodności poprzez oferowanie szerokiej gamy programów i projektów, które będą przyciągać różnych przedsiębiorców, różne rodzaje działalności oraz poziomy jej zaawansowania.	K1 - Rozwój gęstej sieci relacji pomiędzy różnymi podmiotami K2 - Szczególna kultura korporacyjna, która jednoczy wszystkich interesariuszy K3 - Kształcenie w zakresie przedsiębiorczości K4- tolerancja ryzyka i błędów, pozytywny status społeczny przedsiębiorcy	Otwarty ekosystem łatwo przyjmuje nowych członków, pozwala na wymianę informacji między członkami i wspiera różnorodność wśród nich. Dostęp do przystępnych cenowo przestrzeni do życia i pracy ma zasadnicze znaczenie dla rozwoju ekosystemu przedsiębiorczości. Duże zagęszczenie przedsiębiorców jest istotne, ponieważ zapewnia uznanym przedsiębiorcą dynamikę działania, a nowym członkom ekosystemy dają dostęp do sieci i otoczenia oraz promuje wymianę informacji.

Działanie 4: Kształcenie i szkolenie

Działalność	Zadania	Kompetencje	Umiejętności	Wiedza	Opis
<p>UWARUNKOWANIA SYSTEMOWE</p> <p>Działanie 4: Świadomość znaczenia edukacji i szkolenia</p>	<p>T1 - Edukacja przeduniwersytecka</p> <p>T2 - Edukacja uniwersytecka</p> <p>T3 - Szkolenia specjalistyczne dla przedsiębiorców</p>	<p>C1 - Znajomość procesu rekrutacji</p> <p>C2 - Określenie potrzeby oraz określenie stanowiska i profilu kandydata</p> <p>C3 – Wiedza niezbędna do stworzenia strategii poszukiwania kandydatów</p>	<p>S1 - wskazanie instytucji/universytetów, które stymulują innowacje poprzez promowanie badań naukowych</p> <p>S2 - Identyfikacja ośrodków szkoleniowych w zakresie przedsiębiorczości i zachęcanie do tworzenia nowych przedsiębiorstw</p>	<p>K1 – Bliska współpraca z ośrodkami uniwersyteckimi / szkołami biznesu, ośrodkami badawczymi</p>	<p>Firma rozpoczynająca działalność potrzebuje dużej ilości różnorodnej wiedzy, aby poradzić sobie z typową bolączką, czyli poważnie ograniczonymi zasobami.</p> <p>Wiedza w zakresie przedsiębiorczości jest kluczowa. Wiedza o procesie tworzenia i prowadzenia przedsiębiorstwa jest przekazywana przez mentorów za pośrednictwem nieformalnych sieci społecznych, organizacji przedsiębiorców i szkoleń.</p>

Działanie 5: Mechanizmy wsparcia

Działanie	Zadania	Kompetencje	Umiejętności	Wiedza	Opis
UWARUNKOWANIA SYSTEMOWE Działanie 5: Poznanie głównych podmiotów i narzędzi wspierających przedsiębiorstwa	T1 - Mentorzy/doradcy Profesjonalne usługi Inkubatory/akcelerator y/przestrzenie coworkingowe Sieć przedsiębiorców T2 – Pracownicy techniczni T3 - Dostępność outsourcingu T4 – Doświadczenie firmy w zakresie przedsiębiorczości: Zarządzanie - Networking - Mentoring	C1 – Wiedza dotycząca tego, z kim należy się skontaktować w celu rozpoczęcia działalności gospodarczej Kapitał prywatny <i>Venture capital</i> Aniołowie biznesu Dostęp do kredytów i pożyczek	S1 - Identyfikacja liderów, którzy promują przedsiębiorczość i przedsiębiorców S2 - Identyfikacja instytucji rządowych/ podmiotów administracyjnych, które promują instytucje związane z przedsiębiorczością i łagodzą bariery prawne S3 – Poznanie głównych podmiotów i narzędzi wspomagających rozpoczęcie działalności gospodarczej	K1 – Wiedza na temat istniejących programów szkoleniowych, konferencji, seminariów → edukacja nieformalna K2 – Świadomość obecności w sieci ekspertów z różnych dziedzin K3 Świadomość istnienia programów rządowych promujących lokalny rozwój gospodarczy K4 - Jakość życia na danym terytorium S5 – różne środki wsparcia: <ul style="list-style-type: none"> • Wsparcie socjalne • Zwolnienia podatkowe • Pomoc finansowa • Pomoc w zakresie informacji i wsparcia • Sieci wsparcia przy zakładaniu firm 	Różnorodność rodzajów wsparcia dla biznesu: instytucje rządowe i pozarządowe, inkubatory, przestrzenie coworkingowe, coaching Wsparcie przedsiębiorców ułatwiające umiędzynarodowienie działalności gospodarczej Obecność klastra technologicznego przynosi znaczne korzyści dla przedsiębiorczości Najbardziej innowacyjne firmy mają pozytywny wpływ na innych, lokalnych innowatorów, choć często dzieje się to z opóźnieniem.

Działanie 6: Ramy regulacyjne dotyczące infrastruktury i infrastruktura

Działalność	Zadania	Kompetencje	Umiejętności	Wiedza	Opis
<p>WARUNKI RAMOWE</p> <p>Działanie 6: Infrastruktura</p> <p>Zapewnienie wsparcia publicznego</p> <p>Znajomość polityk lokalnych w zakresie wsparcia rozwoju biznesu</p> <p>Ramy regulacyjne i infrastruktury</p> <p>Rząd i polityka</p>	<p>T1 - Zachęty podatkowe</p> <p>T2 - Dostęp do transportu</p> <p>T3 - Dostęp do podstawowej infrastruktury (woda, elektryczność, telekomunikacja/Internet...)</p> <p>T4 - Infrastruktura fizyczna</p>	<p>C1 - Zrozumienie, że na warunki ramowe składają się warunki społeczne (nieformalne i formalne instytucje) i fizyczne umożliwiające lub ograniczające ludzkie interakcje.</p> <p>C2: Zrozumienie, że warunki systemowe są sercem ekosystemu i obejmują sieci przedsiębiorców, liderów, finansowanie, dostęp do najlepszych pracowników, wiedzy oraz usług wsparcia.</p>	<p>S1 - Umiejętność uwzględnienia znaczenia istniejącej infrastruktury: telekomunikacyjnej, transportowej, energetycznej, obecności w pobliżu inkubatorów, parków biznesowych itp.</p> <p>S2 – Określenie, jak wielki nacisk kładzie sektor publiczny na rozwój przedsiębiorczości</p> <p>S3 - Świadomość, jak ograniczyć tzw. „drenaż mózgow”</p> <p>S4 - Identyfikacja firm odnoszących sukcesy, które mogą być wzorem do naśladowania, inspirują badania naukowe i wspierają lokalną przedsiębiorczość poprzez konkretne inicjatywy</p> <p>S5 - Uwzględnienie przyszłych zmian społecznych</p> <p>S6 - Zdolność do korzystania z zasobów cyfrowych systemu informatycznego przedsiębiorstwa)</p>	<p>K1 - Polityka i regulacje są główną siłą napędową, która może wpływać na rolę innych elementów ekosystemu</p>	<p>Geograficzna bliskość pomaga w zdobywaniu wiedzy i tworzeniu więzi oraz współpracy między startupami. Na wczesnym etapie i przy słabiej rozwiniętych relacjach zewnętrznych bliskość geograficzna jest szczególnie ważna dla zdobywania wiedzy, a jej znaczenie może z czasem maleć wraz ze wzrostem zdolności przedsiębiorstwa do inwestowania w badania i rozwój.</p> <p>Aglomeracje i wielkomiejskie otoczenie ułatwiają sprawdzenie nowych przedsięwzięć, odkrywanie możliwości rynkowych i korzystanie z elastycznego rynku pracy. Przykład: przedsiębiorstwa ponadnarodowe stwarzają wokół siebie możliwości rozwoju usług biznesowych opartych na wiedzy.</p> <p>Aglomeracja może również ułatwić rozwój produktów zorientowanych na rynek, podczas gdy współpraca międzyregionalna jest często bardziej istotna dla innowacji opartych na nauce.</p> <p>Zagęszczenie przedsiębiorstw na danym terytorium/w danym regionie tworzy efekt skali dzięki wyspecjalizowanym usługom i pulom niezbędnych do rozwoju biznesu.</p> <p>„Daj nam przestrzeń do eksperymentowania i błędzenia - zamiast zabijać nas wszelkiego rodzaju zakazami, obowiązkami i ograniczeniami”</p> <p>-</p>

Działanie 7: Kapitał ludzki / Dostępność siły roboczej

	Zadania	Kompetencje	Umiejętności	Wiedza	Opis
UWARUNKOWANIA SYSTEMOWE Działanie 7: Zarządzanie zasobami ludzkimi / kapitałem ludzkim / Dostępność siły roboczej	T1 - Zarządzający T2 – Pracownicy techniczni T3 - Dostępność outsourcing T4 - Dostęp do siły roboczej pochodzącej z imigracji T5 - Doświadczenie firmy w zakresie przedsiębiorczości: Zarządzanie - Networking - Mentoring	C1 - Jak utrzymać w firmie kapitał ludzki? Jak przyciągnąć najlepszych pracowników? C2 – Wiedzę dotyczącą stałego zarządzania przepływem pracowników.	S1 - Wspieranie kultury przedsiębiorczości	K1 - rola przedsiębiorcy w kontekście kapitału ludzkiego <ul style="list-style-type: none"> ● Osobowość własna ● wszystkie podmioty współpracujące z szefem firmy ● łączenie różnych umiejętności i osobowości K2 - Szkolenie: Team-Building, coaching indywidualny lub zespołowy, mentoring, relaks / budowanie poczucia dobrostanu, itp.	Rezultatem innowacji jest często własność intelektualna, która może być wykorzystywana na różne sposoby. Know-how: potrzebujemy inżynierów, programistów, projektantów, handlowców, administratorów, menedżerów ... wszystkich tych osób, które są niezbędne do uruchomienia i rozwoju innowacyjnych firm

Działanie 8: Finansowanie i fundusze

Działanie	Zadania	Kompetencje	Umiejętności	Wiedza	Opis
UWARUNKOWANIA SYSTEMOWE Działanie 8: Znajomość sposobów identyfikowania i mobilizowania różnych źródeł finansowania przedsiębiorstwa	Przyjaciele i rodzina Kapitał prywatny Venture capital Aniołowie biznesu Dostęp do kredytów/pożyczek	C1 - Znajomość różnych źródeł inwestycji, zewnętrznych środków finansowych i umiejętność wdrożenia decyzji inwestycyjnej	S1 - Zlokalizowanie inwestorów prywatnych oraz ułatwienie znajdowania interesujących projektów oraz dostępu przedsiębiorców do finansowania funduszy	K1 - Zaangażowanie banków i inwestorów w lokalną gospodarkę K2 - Rola aniołów biznesu K3 - Różne sposoby finansowania firm o dużym potencjale w zależności od ich rozwoju: <ul style="list-style-type: none"> • pieniądze od przyjaciół / rodziny • konkursy • pomoc finansowa • inkubatory • crowdfunding • aniołowie biznesu • venture capital K4 - Tradycyjne metody finansowania: Samofinansowanie Podwyższenie kapitału Wykorzystanie pożyczki Leasing Finansowanie cyklu operacyjnego (FDR) Konkursy bankowe Kredyt	Kapitał: z definicji żadna nowa działalność gospodarcza nie może być uruchomiona bez pieniędzy i odpowiedniej infrastruktury => kapitał zainwestowany w rzeczowe aktywa trwałe

Kontekst	Kryteria oceny
<p>Zasoby</p> <p>Bibliografia zasobów online Bibliografia Kurs online Wymiana dobrych praktyk / doświadczeń z innymi przedsiębiorcami Europejski przewodnik biznesowy Projektu ESE</p> <p>Dostępne dane i informacje</p> <p>Informacje na temat decyzji strategicznych i handlowych podejmowanych w ramach MŚP, zgodnych z wyznaczonymi celami Dokumenty handlowe: zamówienia, dowody dostawy, faktury, umowy standardowe, zaproszenia do składania ofert, itp.</p> <ul style="list-style-type: none"> • regulacje związana z zamówieniami publicznymi, umowami handlowymi • informacje o produktach i cenach, rabaty, ogólne warunki sprzedaży, gwarancje - prezentacja różnych procesów i procedur stosowanych w przedsiębiorstwie • dokumenty księgowe, prawnicze i dokumenty podatkowe - informacje o produktach i usługach potrzebnych do prowadzenia działalności (normy) - informacje na temat polityki zamówień publicznych firmy (kryteria odniesienia, specyfikacje, ilości, tempo, ograniczenia) - organizacja księgowa przedsiębiorstwa, system informacji księgowej - dokumenty księgowe firmy <p>Sprzęt i oprogramowanie dostępne dla uczestników szkoleń</p> <ul style="list-style-type: none"> • mikrokomputery multimedialne podłączone do sieci wewnętrznych i zewnętrznych, drukarka • materiały komunikacyjne (telefony stacjonarne i komórkowe) • oprogramowanie biurowe: edytor tekstów, arkusz kalkulacyjny, narzędzia do prezentacji, komunikatory (wysyłanie wiadomości tekstowych) 	<p>Analiza sytuacji handlowej spółki z uwzględnieniem priorytetów, uwarunkowań i charakterystyki rynku.</p> <p>Wybór osi rozwoju spójny z ekonomicznym modelem ekosystemu przedsiębiorczości</p> <p>Umiejętność przeprowadzenia analizy strategicznej w celu określenia dostępnych dla firmy zasobów oraz kluczowych czynników sukcesu w środowisku, w którym działa – w celu zaproponowania kierunków strategicznych po analizie konkurencji</p>

Certyfikacja

BLOK UMIEJĘTNOŚCI 1 TWORZENIE FIRMY W KONTEKŚCIE EKOSYSTEMU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Wiedza, umiejętności, oceniane zdolności	Metody oceny	Kryteria oceny
<p>Zdolność do przedstawienia projektu tworzenia firmy</p> <p>Wybór ekosystemu przedsiębiorczości: kontekst, rodzaj, położenie geograficzne, zasoby finansowe, kapitał ludzki itp.</p> <p>Zdolność do rozwinięcia podejścia opartego na rozwiązywaniu problemów; zastosowanie technik biznesowych.</p> <p>Zdolność do wykazania się umiejętnościami zawodowymi i know-how oczekiwanymi od uczestnika specjalizującego się w danej dziedzinie i odpowiadającymi jego poziomowi.</p> <p>Zdolność do obiektywnego osądu treści i wyników badania lub projektu objętego programem nauczania</p> <p>W odniesieniu do pisania rozprawy pracy końcowej / raportu ze stażu kandydat musi być w stanie wyrazić się na piśmie z poszanowaniem zasad wypowiedzi pisemnej</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Styl i poprawność ortograficzna; ✓ Klarownie przekazana myśl; ✓ Treść, przedstawiona według zorganizowanego i wyraźnego planu; ✓ Spełnione wymagania dotyczące prezentacji i zawartości, które są określone w repozytorium testów. 	<p>Prezentacja konkretnego biznesowego studium przypadku i / lub osobistego projektu nowej firmy</p> <p>Uczniowie przedstawia swój projekt utworzenia lub przejścia firmy. Projekt ten zostanie zaprezentowany ustnie (przy wsparciu komputera) i pisemnie.</p> <p>Opanowanie aspektów technicznych zawartych w pracy końcowej i wykazanie rzeczywistej autonomii w przedstawianych dziedzinach wiedzy.</p> <p>Zaprezentowanie profesjonalnego <i>know-how</i> w kontekście technicznym związanym z daną specjalnością i zgodnie z poziomem szkolenia – poziom V EQF.</p>	<p>Praca pisemna + prezentacja ustna</p> <p>Test pisemny: Dokument pisemny musi być odzwierciedleniem wysiłku badawczego, analitycznego i praktycznego; musi dotyczyć rzeczywistego i dobrze zdefiniowanego aspektu działalności przedsiębiorstwa, zakorzenionego w europejskim kontekście gospodarczym.</p> <p>Obserwowanie praktyk stosowanych w firmie lub organizacji i/lub czytanie odpowiednich materiałów</p> <p>Publikacje teoretyczne związane z tematem mają umożliwiać kandydatowi analizę danego kontekstu i dawać mu możliwość opracowania analizy i konkretnych propozycji, które musi być w stanie uzasadnić</p> <p>Egzamin ustny – czas trwania: 1 godzina Ustne: prezentacja teoretyczna (30') + pytania / odpowiedzi z udziałem jury (30')</p> <p>Kandydat musi być w stanie: Mieć dobrą orientację w tematyce</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ mówić poprawnie i wyraźnie; ✓ pomysły przedstawiać w sposób zorganizowany; ✓ kontrolować przebieg egzaminu; ✓ zarządzać czasem ✓ wybrać przekonujące argumenty; ✓ wykazywać aktywne słuchanie <p>Uczestnik / uczestniczka musi ponadto znać doskonale dokumenty, które przynosi na egzamin:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Musi czuć się komfortowo prezentując na podstawie własnych materiałów i korzystać z dokumentów prezentacji jako wsparcia przy komunikacji ustnej. ✓ Musi być w stanie spojrzeć z perspektywy i określić, jakie korzyści osobiste oraz zawodowe wyniósł/wyniosła z przeprowadzonych badań, czego dowiedziało/a się na podstawie lektur i spotkań z innymi przedsiębiorcami.

Zalecana szczegółowa bibliografia

Building Entrepreneurial Ecosystems Conducive to Student Entrepreneurship: New Challenges for Universities, Mireille Matt
Entrepreneurial Ecosystems: Place-based Transformations and Transitions - [Allan O'Connor](#)
Entrepreneurial Ecosystems: Perspectives from Emerging Economies - [Mathew J Manimala](#)

Bibliografia online

[Przedsiębiorczy ekosystem w Bordeaux](#)
[Ekosystem przedsiębiorczości - Wikipedia](#)
[Ekosystemy przedsiębiorczości](#)
[Ekosystemy przedsiębiorczości - OECD.org](#)
[Ekosystemy przedsiębiorczości: Badania, polityka i praktyka ...](#)

11.Kurs 5: Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR)

Cel

Celem tej części jest przeszkolenie profesjonalistów zdolnych do wdrożenia podejścia opartego na społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR), począwszy od identyfikacji problemów do opracowania planu działania, a także napisania raportu CSR.

Siatka sylabusu

Sześć jednostek *efektów nauczania* (3 jednostki dla 2 bloków umiejętności)

Czas trwania szkolenia: 35 h - 60 h obciążenia pracą

2 punkty, poziom V EQF

Blok umiejętności A: 1 punkt / 17h – Zrozumienie społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR)

Blok umiejętności B : 1 punkt / 18h - Wdrożenie CSR

Efekty nauczania

Działanie 1: Zrozumieć CSR: problematyka, definicja, ramy regulacyjne

Działanie	ZADANIA - Jednostki efektów nauczania	Kompetencje	Umiejętności	Wiedza	Zakres wiedzy
A1 - Podstawy CSR	T1 - Zrównoważony rozwój i CSR	<p>C1 - Poznanie teoretycznych podstaw zrównoważonego rozwoju i CSR</p> <p>C2 - Analiza działań i praktyk przedsiębiorstw w zakresie CSR</p>	<p>A1 Określenie problematyki związanej ze zrównoważonym rozwojem i odpowiedzialnością społeczną</p> <p>A2 Zrozumienie przekrojowego charakteru CSR w celu wdrożenia go w przedsiębiorstwie</p> <p>A3 - Analizowanie praktyk w zakresie CSR poprzez informacje o charakterze specjalistycznym i akademickim</p> <p>A4 - Zrozumienie nowych modeli ekonomicznych (ekonomia funkcjonalności, gospodarka obiegu zamkniętego, gospodarka społeczna i solidarna)</p>	<p>S1 - Problematyka zrównoważonego rozwoju i CSR</p> <p>S2 - teoretyczne ramy CSR</p> <p>S3 - Działania i praktyki przedsiębiorstw w zakresie CSR</p>	<p>Geneza zrównoważonego rozwoju</p> <p>konceptyjne podejście do zrównoważonego rozwoju (silne/słabe zrównoważenie)</p> <p>Zarządzanie strategiczne i zrównoważony rozwój</p> <p>Ocena wyników gospodarczych, środowiskowych i społecznych</p>
	T2 - Instytucjonalizacja CSR i norma ISO 26000	C1- Uruchomienie instrumentów prawnych i normatywnych	<p>A1 - Określenie głównych zasad CSR</p> <p>A2 - Zorganizowanie zakorzenionego w danym kontekście nadzoru prawnego nad CSR</p> <p>A3 - Właściwe przepisy europejskie i krajowe</p> <p>A4 - Określenie norm, certyfikatów, i świadectw potwierdzających podejście CSR</p>	<p>S1 - Międzynarodowe konwencje i zalecenia w zakresie CSR (Global Compact)</p> <p>S2 - Europejskie i krajowe ramy prawne</p> <p>S3 - Normy CSR Certyfikaty i świadectwa</p>	<p>Przyswojenie treści ustaw</p> <p>Wdrożenie standardów w firmie</p>

			A5 - Opisanie zasady i wytyczne normy ISO 26000.		
	T3 - Sprawozdawczość w zakresie CSR i ocena pozafinansowa	C1 - Opanowanie narzędzi do sprawozdawczości pozafinansowej C2 - Zrozumienie kwestii związanych z ratingiem pozafinansowym	A1 – Przyswojenie treści normy Global Reporting Initiative (GRI) A2 – Analiza paneli kontrolnych, statystyk i dokumentów A3 - Identyfikacja kwestii związanych z ratingiem pozafinansowym	S1 - Ramy sprawozdawczości pozafinansowej S2 - Wskaźniki CSR S3 - Rating pozafinansowy	Metody ratingu finansowego Określanie wskaźników CSR

Warunki osiągnięcia wyników / Środki do osiągnięcia wyników Kontekst	Kryteria oceny / Kryteria wydajności / Oczekiwane wyniki/ Kryteria oceny
<p>Kontekst edukacyjny</p> <ul style="list-style-type: none"> - 17 h nauczania - Zapewnienie materiałów i infrastruktury (sala lekcyjna, pokój socjalny, meble biurowe, projektor wideo) - Materiały dydaktyczne: plan i podsumowanie lekcji, prezentacja PowerPoint w celu wsparcia realizacji zajęć - Naprzemienna praca w grupach i praca indywidualna <p>Kontekst informacyjny</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kursy online - Teksty regulacji prawnych - Bibliografia artykułów naukowych, czasopism fachowych i stron internetowych z treściami związanymi z tematyką <p>Kontekst technologiczny</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dostęp do Internetu - Oprogramowanie biurowe - Narzędzia komunikacji: oprogramowanie do wysyłania wiadomości, przeglądarka <p>Kontekst menedżerski</p> <ul style="list-style-type: none"> - Naprzemiennosc szkoleń o charakterze akademickim i pracy w grupach <p>Kontekst relacyjny</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relacje z firmami - Konferencja / debata z menedżerem ds. CSR lub fragmenty nagrań wideo z udziałem menedżerów biznesowych 	<p>Kryteria oceny</p> <ul style="list-style-type: none"> - Przystwojenie przez uczestników określonej wiedzy <p>Wkład uczestnika szkolenia: staranność; prezentacje (ustne i pisemne), lektura przegląd literatury</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wskaźniki: ciągła ocena stanu wiedzy podczas zajęć <p>Kryteria wydajności</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizacja zadań - Zdolność syntezy - Zdolność krytycznej analizy <p>Wymagania</p> <ul style="list-style-type: none"> - Motywacja - Duch zespołowy - Metodyczne i zorganizowane podejście <p>Oczekiwane rezultaty</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uzyskanie 2 punktów - Zadowolenie uczestników (mierzone przy użyciu kwestionariusza oceny) <p>Wskaźnik: stopień zadowolenia uczestników (bardzo zadowolony - umiarkowanie zadowolony - niezadowolony)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wdrożenie w kontekście gospodarczym. Wskaźnik: sprawdzenie wyników po 3 miesiącach, 6 miesiącach oraz 1 rok po szkoleniu

Zasady certyfikacji

Działanie 2 - Podstawy CSR

Zadania	Wiedza (K), Umiejętności (S), Egzaminowana umiejętność (A)	Metody oceny	Kryteria oceny
T1 - Zrównoważony rozwój i CSR	<p>Wiedza:</p> <p>K1 - Zrównoważony rozwój i problematyka CSR</p> <p>K2 - Ramy teoretyczne CSR</p> <p>K3 - Działania i praktyki przedsiębiorstw w zakresie CSR</p> <p>Umiejętności:</p> <p>S1 - Poznanie teoretycznych podstawy zrównoważonego rozwoju i CSR</p> <p>S2 - Analiza działań i praktyk przedsiębiorstw w zakresie CSR</p> <p>Zdolności:</p> <p>A1- Określenie kwestii związanych ze zrównoważonym rozwojem i odpowiedzialnością społeczną</p> <p>A2 - Zrozumienie przekrojowego charakteru CSR w celu wdrożenia go w przedsiębiorstwie</p> <p>A3 - Analizowanie praktyk w zakresie CSR dzięki źródłom o charakterze akademickim i specjalistycznym</p> <p>A4 - Zrozumienie nowych modeli biznesowych</p>	<p>Ciągła ocena wiedzy – podsumowania i pytania z treści kursu (metody wybrane przez trenera):</p> <p>20% oceny ogólnej</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Przyswojenie przez uczestników określonej wiedzy - Praca własna uczestnika: staranność; badania i analiza dokumentów; realizacja zadanych streszczeń - Umiejętność analizy i syntezy materiałów audio, wideo, specjalistycznych przeglądów prasy, artykułów naukowych

<p>T2 - instytucjonalizacja CSS i norma ISO 26000</p>	<p>Wiedza: K1 - Międzynarodowe konwencje i zalecenia w zakresie CSR, Global Compact K2 - Europejskie i krajowe ramy prawne K3 - Normy, certyfikaty i świadectwa CSR</p> <p>Umiejętności: S1- Zastosowanie instrumentów prawnych i normatywnych</p> <p>Zdolności: A1 - Określenie głównych zasad CSR A2 - Zorganizowanie nadzoru prawnego nad CSR A3 - Właściwe przepisy europejskie i krajowe A4 - Określenie norm, certyfikatów, świadectw CSR A5 - Opisanie zasad i wytycznych normy ISO 26000.</p>	<p>Ciągła ocena wiedzy za pomocą pytań z treści kursu (metody wybrane przez trenera): 15% oceny ogólnej</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Przystwojenie przez uczestników określonej wiedzy - Praca własna uczestnika: staranność; badania i analiza dokumentów
<p>T3 Sprawozdawczość w zakresie CSR i ocena pozafinansowa</p>	<p>Wiedza: K1 - Ramy sprawozdawczości pozafinansowej K2 - Wskaźniki CSR K3 – Ocena pozafinansowa</p> <p>Umiejętności: S1 - Opanowanie narzędzi sprawozdawczości pozafinansowej S2 - Zrozumienie zagadnień związanych z ratingiem pozafinansowym</p> <p>Zdolności: A1 – Zapoznanie z treścią Global Reporting Initiative (GRI) A2 – Analiza odpowiednich paneli kontrolnych, statystyk i dokumentów do śledzenia wdrożenia CSR</p>	<p>Ciągła ocena wiedzy za pomocą pytań z treści kursu (metody do wyboru trenera): 15% oceny ogólnej</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Przystwojenie przez uczestników określonej wiedzy - Praca własna uczestnika: staranność; badania i analiza dokumentów

	A3 - Określanie kwestii związanych z ratingiem pozafinansowym		
--	--	--	--

Działanie 3 – Wdrożenie podejścia CSR: studium przypadku

Działanie	ZADANIA - Klastry efektów nauczania	Kompetencje	Umiejętności	Wiedza	Zakres wiedzy
A1 - Wdrożenie podejścia CSR	T1 - Strategia CSR	C1 - Zdefiniowanie strategii CSR C2 - opanowanie technik zarządzania możliwościami i ryzykiem związanym z projektem CSR	S1 - Przedstawienie i wyjaśnienie zakresu, celów, zagadnień i zagrożeń związanych ze strategią CSR S2 Analiza diagnozy CSR S3 - Wyznaczanie kierunków strategicznych zgodnie z międzynarodowymi konwencjami i zaleceniami oraz uwzględnianie potrzeb/ograniczeń (prawnych, ekonomicznych lub społecznych) przedsiębiorstwa.	K1 - Zarządzanie strategiczne K2 - Technika zarządzanie projektem CSR (diagnoza, zagadnienia, strategia, plan działania, ocena)	Znajomość studiów przypadków pokazujących brak wdrożenia CSR w firmie Zarządzanie projektem CSR – wiedza częściowa
	T2 - Plan działań na rzecz CSR	C1 - Opracowanie programu działań do wdrożenia C2 – Skupienie grupy interesariuszy wokół strategii CSR C3 - Ułatwienie wdrożenia CSR	S1 - Przekształcenie strategii w plan działania w trzech wymiarach CSR (środowiskowym, gospodarczym, społecznym) S2 Stworzenie arkusze działań (obejmujących cele, inicjatywy, wskaźniki realizacji/wyników) S3 - Identyfikacja strefy wpływów spółki i jej interesariuszy S4 - Komunikacja i współpraca z interesariuszami (oczekiwania, propozycje) S5 - Mobilizacja wewnętrzna (przyswojenie problematyki CSR)	K1 - Jak zbudować plan działania CSR	Studia przypadków - brak wdrożenia CSR w firmie Częściowe opracowanie programu działań

			S6 – Tworzenie odpowiednich mediów i narzędzi komunikacji		
	T3 - Kierowanie procesem	<p>C1 - Stosowanie metod raportowania CSR</p> <p>C2 - Wdrożenie narzędzia zarządczego w celu zapewnienia ciągłego monitorowania i poprawy wyników w zakresie CSR</p>	<p>S1 - Napisanie i uzasadnienie raportu zgodnie ze standardami CSR</p> <p>S2 - Zbudowanie skontekstualizowanej tablicy kontrolnej (panelu kontrolnego) wskaźników CSR</p>	<p>K1 - Standard raportowania CSR (Global Compact, GRI)</p> <p>K2 - Wskaźniki CSR</p>	<p>Studia przypadków – brak wdrożenia CSR w firmie</p> <p>Znajomość narzędzi</p>

Kontekst	Kryteria oceny
<p>Kontekst edukacyjny</p> <ul style="list-style-type: none"> - 18 h nauczania - Zapewnienie materiałów i infrastruktury (sala lekcyjna, pokój socjalny, meble biurowe, projektor wideo) - Materiały dydaktyczne: plan i podsumowanie lekcji, prezentacje PPT w celu wsparcia realizacji zajęć - Naprzemienna praca w grupach i praca indywidualna <p>Kontekst informacyjny</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kursy online - Teksty regulacji prawnych - Bibliografia artykułów naukowych, czasopism fachowych i stron internetowych <p>Kontekst technologiczny</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dostęp do Internetu - Oprogramowanie biurowe - Narzędzia komunikacji: oprogramowanie do wysyłania wiadomości, przeglądarka <p>Kontekst menedżerski</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kurs o charakterze akademickim prowadzony naprzemiennie z pracą w grupach <p>Kontekst relacyjny</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relacje z firmami - Konferencja / debata z menedżerem ds. CSR lub fragmenty nagrań wideo z udziałem kadry menedżerskiej 	<p>Kryteria oceny</p> <ul style="list-style-type: none"> - Przeyswojenie określonej wiedzy - Praca własna uczestnika: staranność; stworzenie scenariusza rozwoju strategii CSR; realizacja dokumentacji dotyczącej wdrożenia podejścia CSR w przedsiębiorstwie - Wskaźniki: odgrywanie ról (klarowna prezentacja, argumentacja, przestrzeganie instrukcji); skrócony opis do dokumentacji <p>Kryteria oceny wyników</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zdolność do pracy - Zdolność do syntezy - Zdolność krytycznej analizy - Zdolność do komunikowania się w formie pisemnej i ustnej - Mocne strony stworzonych przez uczestnika materiałów <p>Wymagania</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zaangażowanie - Duch zespołowy - Metodyczne i zorganizowane podejście - Dynamika działania <p>Oczekiwane rezultaty</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uzyskanie 2 punktów - Gotowość do zastosowania w konkretnym kontekście gospodarczym - Zadowolenie uczestników (użycie kwestionariusza oceniającego). Wskaźnik poziomu zadowolenia osób uczących się (bardzo zadowolony - umiarkowanie zadowolony - niezadowolony) - Wdrożenie w otoczeniu gospodarczym. Wskaźnik: sprawdzenie implementacji po 3 miesiącach, 6 miesiącach oraz 1 rok po szkoleniu

Certyfikacja

Działanie 2 - Wdrożenie podejścia CSR

Zadania	Wiedza (K) Umiejętności (S), Egzaminowana umiejętność (A)	Procedury oceny	Kryteria oceny
T1 - Strategia CSR	<p>Wiedza: K1 - Zarządzanie strategiczne K2 - Technika prowadzenia projektu CSR (diagnoza, wyzwania, strategia, plan działania, ocena)</p> <p>Umiejętności: S1 - Zdefiniowanie strategii CSR S2 - Opanowanie technik zarządzania szansami i ryzykami związanymi z projektem CSR</p> <p>Zdolności: A1 - Przedstawienie i wyjaśnienie zakresu, celów, zagadnień i zagrożeń strategii CSR A2 – Analiza diagnozy CSR</p> <p>A2 - Ustalenie strategicznych kierunków zgodnie z międzynarodowymi konwencjami i zaleceniami oraz z uwzględnieniem potrzeb/ograniczeń firmy</p>	<p>Ciągła kontrola stanu wiedzy (15% ogólnego wyniku):</p> <p>Ocena scenek (odgrywania ról) przy opracowywaniu strategii CSR</p>	<p>Scenki: przestrzeganie instrukcji (czas, cele ...), jasność prezentacji, argumentacja</p> <p>Zdolność uczestnika do wykorzystania umiejętności akademickich w celu opracowania strategii</p> <p>Umiejętności osoby uczącej się w zakresie budowania relacji</p>
T2 - Plan działania na rzecz CSR	<p>Wiedza: K1 - Jak zbudować plan działania CSR</p> <p>Umiejętności: S1 - Opracowanie programu działań do wdrożenia S2 - Zebranie interesariuszy wokół strategii CSR S3 - Ułatwienie wdrożenia CSR</p> <p>Zdolności: A1 - Przekształcenie strategii w plan działania w trzech wymiarach CSR (środowiskowym, gospodarczym, społecznym) A2 - Stworzenie arkusza działań (cele, inicjatywy, wskaźniki realizacji / wyników) A3 Określenie sfery wpływu firmy i jej interesariuszy A4 - Komunikacja i współpraca z interesariuszami (oczekiwania, wnioski)</p>	<p>Ciągła kontrola stanu wiedzy (35% oceny ogólnej):</p> <p>- Realizacja pliku na temat firmy: opracowanie programu działań; napisanie arkusza działań; stworzenie panelu kontrolnego wskaźników CSR</p>	<p>Jakość planu działania: adekwatność działań w odniesieniu do celów CSR przedsiębiorstwa, spójność działań, priorytetyzacja działań / środków</p> <p>Jakość arkusza działań: ogólna czytelność, definicja i czas trwania poddziałań, wskaźniki realizacji/wyników</p> <p>Jakość panelu kontrolnego CSR (adekwatność wskaźników, czytelność, wiarygodność, łatwość aktualizacji)</p>

	<p>A5 - Mobilizacja wewnętrzna (przydział środków na kwestie związane z CSR) A6 - Tworzenie odpowiednich mediów i narzędzi komunikacji</p>		
<p>T3 - Kierowanie procesem</p>	<p>Wiedza: K1 - Standardy raportowania CSR (Global Compact, GRI) K2 - Wskaźniki CSR</p> <p>Umiejętności: S1 - Stosowanie metod raportowania CSR S2 - Wdrożenie narzędzia zarządzania w celu zapewnienia ciągłego monitorowania i poprawy wyników w zakresie CSR</p> <p>Zdolności: A1 - Napisanie i uzasadnienie raportu, zgodnie ze standardami CSR A2 - Stworzenie skontekstualizowanego panelu kontrolnego wskaźników CSR</p>		

12.Kurs 6: Możliwości w zakresie przedsiębiorczości społecznej

Cel

Celem tego zestawu tematów w ramach projektu jest przekazanie przedsiębiorcom wiedzy na temat przedsiębiorczości społecznej jako koncepcji, która ostatnio zyskała na popularności dzięki rozpowszechnieniu innowacyjnych sposobów prowadzenia działalności gospodarczej. Uczestnicy zdobędą w tej części wiedzę na temat tego, czym jest przedsiębiorczość społeczna, poznają model gospodarczy przedsiębiorczości społecznej oraz formy prowadzenia przedsiębiorstw społecznych. Zdobędą ponadto kompetencje i umiejętności pozwalające opisać przedsiębiorstwa społeczne w krajach Europejskimi i porównać ten model z rozwiązaniami s krajów południowoeuropejskich oraz z Chin. Uczestnicy poznają także koncepcję Triple Bottom Line – szczególnego modelu oceny wyników firmy.

Siatka sylabusu

Cztery jednostki *efektów nauczania* (2 jednostki na 2 bloki umiejętności)

Czas trwania szkolenia: 50h

Działalność	Obciążenie pracą
Szkolenie na platformie	30 h
Indywidualna nauka przedmiotu	10 h
Konsultacje z mentorem	5 h
Rozwój projektu	5 h
OGÓLEM	50 h
Punkty	2

Blok umiejętności A1 - 1 punkt / 30 h - Koncepcja przedsiębiorczości społecznej (SE) i gospodarczy model przedsiębiorczości społecznej

Blok umiejętności A2 - 1 punkt / 20 h - Potrzeby społeczne i środowiskowe oraz tworzenie wspólnych wartości

Działanie 1: Koncepcja przedsiębiorczości społecznej i gospodarczy model przedsiębiorczości społecznej

Cele:

- Zdefiniować pojęcia: przedsiębiorczości społecznej, ekonomii społecznej i trzech warstw wyników firmy – Triple Bottom Line;
- Wyjaśnić różnicę między przedsiębiorczością społeczną, społeczną odpowiedzialnością biznesu a filantropią;
- Podać przykłady różnych modeli ekonomicznych przedsiębiorczości społecznej
- Interpretacja różnych kontekstów przedsiębiorczości społecznej
- Skrócona prezentacja procesu Brooks'a w kontekście przedsiębiorczości społecznej

Efekty nauczania:

Zadania	Kompetencje	Umiejętności	Wiedza
T1. Czym jest przedsiębiorczość społeczna?	C1- Wiedza na temat podstawowych założeń gospodarki społecznej C2. Zrozumienie różnych definicji przedsiębiorczości społecznej (PS) w Europie C3. Wiedza dotycząca podstawowych koncepcji zarządzania ludźmi w organizacji przedsiębiorstwa społecznego	S1. Opisanie istoty i wyjaśnienie mechanizmu funkcjonowania przedsiębiorstw społecznych S2. Aktualne problematyka gospodarki społecznej S2. Wyjaśnić różnicę między przedsiębiorczością społeczną, społeczną odpowiedzialnością biznesu a filantropią. S3. Zdefiniowanie koncepcji Triple Bottom Line.	K1. Wskazanie znaczenia budowania kapitału ludzkiego dla rozwoju lokalnego. K2. Funkcje i rozwój gospodarki społecznej.
	C1. Poznanie czynników wyjaśniających rozwój przedsiębiorczości społecznej C2. Zrozumienie koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu	S1. Analiza konkretnego problemu społecznego w środowisku lokalnym: propozycja aktywizacji w ramach ekonomii społecznej S2. Przewidywanie wielokierunkowych skutków działań przedsiębiorczości społecznej	K1. Inicjowanie i organizacja życia społecznego i gospodarczego w regionie K2. K3.
T2. Rosnące znaczenie przedsiębiorczości społecznej	C1. Wiedza na temat rodzajów przedsiębiorstw społecznych i grup docelowych, które mogą zostać zatrudnione w ramach przedsiębiorczości społecznej	S1. Wyjaśnienie różnicy między przedsiębiorczością społeczną, społeczną odpowiedzialnością biznesu a filantropią S2. Podanie przykładów różnych modeli ekonomicznych PS	K1. Inicjuje tworzenie przedsiębiorstwa gospodarki społecznej
T3. Różne konteksty przedsiębiorczości społecznej	C1. Rozpoznanie definicji gospodarki społecznej, podmiotów gospodarki społecznej i przedsiębiorczości społecznej opracowanych przez Tematyczną Sieć Gospodarki Społecznej (TESSEA) i zatwierdzonych przez Komisję Europejską.	S1. Porównanie działalności przedsiębiorstw społecznych w krajach europejskich i w Chinach S2. Zdefiniowanie zakresu działalności przedsiębiorstw społecznych w UE	K1. Franczyza społeczna K2. Przenoszenie i dostosowywanie sprawdzonych rozwiązań do uwarunkowań lokalnych

	C2. Zrozumienie i opisanie mechanizmu rozwoju przedsiębiorstw społecznych we własnym kraju, jak również w innych krajach UE i spoza UE	S3. Wyjaśnienie dwóch skutecznych podejść do zwiększania zdolności produkcyjnych PS	
T4.Przedsiębiorczość społeczna w Europie	C1. Rozpoznanie ważnych problemów społecznych, które leżą w obszarze zainteresowania gospodarki społecznej.	S1. Uczestnik potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do interpretacji zjawisk społecznych oraz wskazać sposoby rozwiązywania problemów społeczno-ekonomicznych osób wykluczonych, bezrobotnych i marginalizowanych. S2. Potrafi określić wyzwania dla różnych modeli ekonomicznych przedsiębiorstwa społecznego	K1. Umiejętność samodzielnego poszukiwania wiedzy i dążenia do jej poszerzania oraz pracy w grupie.
T5. Wyzwania dla przedsiębiorczości społecznej			

Zasoby Kontekst	Ocena
<p>Kontekst edukacyjny: 30h nauczania; Metoda: podejście praktyczne; Materiały szkoleniowe: Prezentacja PowerPoint, lekcje podsumowujące;</p> <p>Kontekst menedżerski Praca indywidualna na platformie; mentor dostępny online, praca w grupie</p> <p>Kontekst informacyjny: Kurs online; Bibliografia opracowana przez Syntea</p>	<p>Kryteria oceny: Ocena wiedzy za pomocą pytań z treści kursu</p> <p>Kryteria oceny wyników Uczestnik poprawnie odpowiada na pytania Uczestnicy opracowują projekt dotyczący przedsiębiorczości społecznej</p> <p>Oczekiwane rezultaty Uzyskanie 1 punktu Uzyskanie certyfikatu</p>

Działanie 2: Potrzeby społeczne i środowiskowe oraz tworzenie wspólnych wartości

Cele:

- Określanie potrzeb społecznych i środowiskowych;
- Wyjaśnienie, w jaki sposób można zaspokoić potrzeby społeczne i środowiskowe poprzez wykorzystanie przedsiębiorstw społecznych
- Przekazanie, że tworzenie wspólnych wartości ma pozytywny wpływ na wyniki przedsiębiorstwa;

Potrzeby społeczne i środowiskowe oraz tworzenie wspólnych wartości		
T1. Wskazanie znaczenia gospodarki społecznej w odniesieniu do usług świadczonych w interesie ogólnym	C1. Wiedza o podstawowych relacjach między organizacjami gospodarki społecznej a innymi instytucjami, które tworzą swoje środowisko w skali krajowej i międzynarodowej	S1. Krytyczne przedstawienie sposobów, dzięki którym można zaspokoić potrzeby społeczne i środowiskowe poprzez wykorzystanie przedsiębiorczości społecznej
T2. Kluczowe sposoby, dzięki którym firmy mogą tworzyć możliwości w zakresie tworzenia wspólnej wartości	C1. Zdefiniowanie sposobów tworzenia wspólnych wartości	S1. Uzasadnienie, w jaki sposób tworzenie wspólnych wartości ma pozytywny wpływ na wyniki przedsiębiorstwa

Zasoby Kontekst	Ocena
<p>Kontekst edukacyjny: 20h nauczania; Metoda: podejścia praktyczne; Materiał szkoleniowy: Prezentacja PowerPoint, lekcje podsumowujące;</p> <p>Kontekst menedżerski praca indywidualna na platformie; mentor dostępny online, praca grupowa</p> <p>Kontekst informacyjny: Kurs online; Bibliografia opracowana przez Syntea</p>	<p>Kryteria oceny: - Przyswojenie przez uczestników określonej wiedzy</p> <p>Kryteria oceny wyników - Uczestnik poprawnie odpowiada na pytania - Uczestnicy opracowali projekt dotyczący przedsiębiorczości społecznej</p> <p>Oczekiwane rezultaty - uzyskanie 1 punktu - uzyskanie certyfikatu</p>

Bibliografia

Źródła polsko- i obcojęzyczne

1. Akhmetshin, R. and Gayazova, E. (2017). About the Features of Perception of Social Entrepreneurship in the World. *Journal of History Culture and Art Research*, 6(4), 655-664.
2. Bjärsholm, D. (2017). Sport and Social Entrepreneurship: A Review of a Concept in Progress. *Journal of Sport Management*, 31(2), str.191 -206.
3. Britton, J., Liger, Q. and Stefan, M. (2016). *Social Economy*. Brussels: European Parliament, Policy Department A: Economic and Scientific Policy. Dostęp: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578969/IPOL_STU\(2016\)578969_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578969/IPOL_STU(2016)578969_EN.pdf) [data dostępu: 27.02.2018].
4. Brooks, A. (2009). *Social entrepreneurship*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.
5. Caisl, J. et al. (2014). A map of social enterprises and their eco-systems in Europe Country Report: Czech Republic. European Commission.
6. CHORUM. (2014). *La législation relatif a l'économie sociale et solidaire. Analyse comparé France-Europe*. Chorum.
7. Chandra, Y. and Wong, L. (2016). *Social Entrepreneurship in the Greater China Region: Policy and Cases*. Routledge. Dostęp: https://books.google.co.uk/books?id=kRfeCwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false [data dostępu: 19.02.2018].
8. Crescendo and Muflon. (2008). *Social Enterprises: Italian and Polish Experience*. Transnational Cooperation for Social Enterprises Development. Dostęp: <http://www.sens.rs/en/social-entrepreneurship/publications/165-social-enterprisesitalian-and-polish-experiences> [data dostępu: 03.12.2017].

9. Dave, R. and Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. Business Review. Dostęp: https://www.researchgate.net/profile/Christine_Woods/publication/242320433_Changing_the_World_on_a_Shoestring_The_Concept_of_Social_Entrepreneurship/links/0c96052afbd9a7929d000000/Changing-the-World-on-a-Shoestring-The-Conceptof-Social-Entrepreneurship.pdf [data dostępu: 31.01.2018].
10. Department for Business Innovation & Skills (2011). A guide to legal forms for social enterprise. Gov.uk. Dostęp: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/31677/11-1400-guide-legal-forms-for-social-enterprise.pdf [data dostępu: 05.12.2017].
11. Dicken, P. (2015). Global Shift. 7th ed. London: SAGE.
12. Educação para Sustentabilidade. (2011). The Triple Bottom Line. Educação para Sustentabilidade. Dostęp: <http://blog.pucsp.br/educasustentabilidade/2011/08/06/the-triple-bottom-line/> [data dostępu 01.02.2018].
13. Ekonomiaspoleczna.pl. (2009). The Emaus Association. Ekonomiaspoleczna.pl. Dostęp: <http://lublin.ngo.pl/x/440114?ci=komentarze&did=983879&state=am> [data dostępu 01.03.2018].
14. Euricse. (2013). Social Economy and Social Entrepreneurship. Social Europe guide / Volume 4. Dostęp: <http://www.euricse.eu/wp-content/uploads/2015/03/social-economy-guide.pdf> [data dostępu 03.02. 2018].
15. Fraisse, L. et al. (2016). Social enterprise in France: At the Crossroads of the Social Economy, Solidarity Economy and Social Entrepreneurship? International Comparative Social Enterprise Models. Dostęp: <https://www.iapsocent.be/sites/default/files/France%20-%20Fraisse%20et%20al.pdf> [data dostępu 01.03.2018].
16. Gomez, E. (2016). 10 Social Enterprise Examples and the 7 Principles That Guide Them. Conscious Connection Magazine. Dostęp: <https://www.consciousconnectionmagazine.com/2016/02/social-enterpriseexamples-and-principles/> [data dostępu 18.01.2018].
17. Gosling, P. (2011). Social co-operatives in Italy: Lessons for the UK. SEL for cooperative solutions. Dostęp: <http://socialeconomyaz.org/wpcontent/uploads/2011/06/SocialCooperativesInItaly.pdf> [data dostępu 09.02.2018].
18. Gov.uk. (2013). Case study: Bristol Together. Gov.uk. Dostęp: <https://www.gov.uk/government/case-studies/bristol-together> [data dostępu 28.02.2018].
19. Hazard, N. (2013). Can French social enterprise succeed globally? The Guardian. Dostęp: <https://www.theguardian.com/social-enterprisenetwork/2013/feb/19/french-social-enterprise-succeed-globally> [data dostępu 27.02.2018].
20. Helmsing, A. (2015). Conditions for Social Entrepreneurship. International Journal of Social Quality, 5 (1), 51-66.
21. Inside Philanthropy. (2017). Warren Buffet. Inside Philanthropy. Who's Funding What, and Why. Dostęp: <https://www.insidephilanthropy.com/wall-streetdonors/warren-buffett.html> [data dostępu 04.02.2018].
22. Ioan, A., Mair, J. and Wolf, M. (2017). Study Finds that German Social Enterprises Lead in Collaboration and Innovation. Tbd. Dostęp: <https://www.tbd.community/en/s/uk> [data dostępu 28.02.2018].

23. Kickul, J. and Lyons, T. (2016). Understanding Social Entrepreneurship. London: Taylor and Francis. Dostęp <https://books.google.co.uk/books?hl=en&lr=&id=4Ra4CwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT14&dq=The+concept+of+social+entrepreneurship+is+growing+rapidly+and+attracting+increasing+attention+from+many+sectors+kickul+and+lyons&ots=MgcwrNU75m&sig=IucKwiq0dIbRVSnp2FzDav5JPQw#v=onepage&q&f=false> [Data dostępu 3rd December 2017].
24. Kramer, M. and Porter, M. (2011). Creating Shared Value: How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth. Harvard Business Review. Dostęp <https://myhbp.org/leadingedge/d/cla?c=24811&i=25967&cs=e3c4e5ddc7e9cb91d18872a098ee63b6> [Data dostępu 04th February 2018].
25. Krige, K. (2016). The future is social entrepreneurship. YouTube. Dostęp <https://www.youtube.com/watch?v=mx9MEuxoWn0&t=163s> [Data dostępu 18th January 2018].
26. Kuratko, D. (2015). Entrepreneurship: Theory, Process and Practice, 10th ed. The United States of America: Cengage Learning. Dostęp <https://books.google.co.uk/books?hl=en&lr=&id=6v9UCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=In+general,+entrepreneurship+can+be+defined+as+establishing+and+managing+a+business+for+the+principal+purposes+of+profit+and+growth++&ots=f65fAm9HJc&sig=z0YBaiZBxW5UpaLS3u7iC6tadLw#v=onepage&q&f=false> [Data dostępu 3rd December 2017].
27. Neate, R. (2017). Bill Gates gives \$4.6bn to charity in biggest donation since 2000. The Guardian. Dostęp <https://www.theguardian.com/technology/2017/aug/15/bill-gatescharity-donation-microsoft-shares-foundation> [Data dostępu 09th February 2017].
28. Noya, A. (2006). Emerging models of social entrepreneurship: possible paths for social enterprise development in Central East and South East Europe. OECD. Dostęp: <http://www.oecd.org/cfe/leed/37508561.pdf> [Data dostępu 24.01.2018].
29. OECD. (2010). Social Entrepreneurship and Social Innovation. SMEs, Entrepreneurship and Innovation. Dostęp http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/docs/conference/oecd_en.pdf [Data dostępu 01.02.2018].
30. Porter, M. (2013). The case for letting business solve social problems. TED. Dostęp: https://www.ted.com/talks/michael_porter_why_business_can_be_good_at_solving_social_problems [Data dostępu 05.12.2017].
33. Praszquier, R. et al. (2014). Social Enterprise, Social Innovation and Social Entrepreneurship in Poland: A National Report. EFESIIS. Dostęp <http://www.fp7-efeseiis.eu/national-report-poland/> [Data dostępu 03rd February 2018].
34. Roberts, D. and Woods, C. (2005). Changing the world on shoestring: The concept of social entrepreneurship. University of Auckland Business Review. Dostęp: http://www.thebookshelf.auckland.ac.nz/docs/UABusReview/2005_07_i01-05-asd.pdf [Data dostępu: 03.12.2017].
36. Scaife, W. (2008). Venturing into Venture Philanthropy: Is More Sustainable Health and Medical Research Funding Possible Through Venture Philanthropy and Social Entrepreneurship?. Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing, 20(2), str.245-260.

13. Rezultaty

Zrealizowany zestaw szkoleń i działań a także wiedza i umiejętności wynikające z kształtu sylabusu projektu ESE.

14. Literatura źródłowa

Literatura

1. Gavrielidou K. (2014). Youth Entrepreneurship: A catalyst for job creation. <https://www.oneyoungworld.com/blog/youth-entrepreneurship-catalyst-job-creation>; data dostępu: 18.05.2018
2. Kelly, A.V. (2009). The Curriculum: theory and practice (6. wyd.). ISBN 9781847872746.
3. Wiles, Jon (2008). Leading Curriculum Development. s. 2. ISBN 9781412961417.
4. Slattery, J.M.; Carlson, J.F. (2005). "Preparing an effective syllabus: current best practices". College Teaching. 54 (4): 159–164. doi:10.3200/CTCH.53.4.159-164.
- 1.5. Entrepreneurship in vocational education and training (2008); European Commission, Directorate-General for Enterprise and Industry. Brussels.