

REZULTAT PROJEKTU 2:

Zestaw narzędzi e-learningowych dla przedsiębiorczości ekologicznej i społecznej

Moduł 2

**Tworzenie biznesplanu społecznego/wytyczne prezentacji planu
online**

Opracowany przez

Partner 2, Stowarzyszenie Breza



Moduł 2: Tworzenie biznesplanu społecznego / wytyczne prezentacji planu online

Cel modułu:	Moduł ten ma na celu dostarczenie podstawowej wiedzy na temat przedsiębiorstw społecznych i biznesplanu społecznego, przydatnych narzędzi, zasobów i porad od odnoszących sukcesy młodych przedsiębiorców w określonych dziedzinach, aby pomóc im rozwinąć pomysł na przedsiębiorstwo lub start-up, który zaspokoiłby potrzeby ich lokalnych społeczności. Ma to na celu zachęcenie do rozwoju kompetencji miękkich, które są niezbędne, aby się wyróżnić, z naciskiem na tworzenie prezentacji online ich pracy.
Cele kształcenia:	Cele kształcenia tego modułu są to: <ul style="list-style-type: none"> • Przedsiębiorstwo społeczne, • Biznesplan społeczny ("co" i "jak"), • Kompetencje miękkie potrzebne do odniesienia sukcesu jako przedsiębiorca (quiz/lista kontrolna), • Autoprezentacja.
Efekty kształcenia:	Pod koniec tego modułu uczestnik powinien być w stanie: <ul style="list-style-type: none"> • zdefiniować i zrozumieć podstawowe cechy przedsiębiorstw społecznych; • opracować podstawy dla ich biznesplanu społecznego; • rozpoznać ich kompetencje miękkie i wiedzieć, nad jakimi umiejętnościami trzeba pracować; • stworzyć autoprezentację online i prezentację swojej pracy.
Zawartość:	<p>Wprowadzenie Przedsiębiorczość społeczna polega na uznaniu problemów społecznych i realizacji zmiany społecznej przy użyciu zasad przedsiębiorczości. Niesamowici ludzie przedstawiają swoje błyskotliwe pomysły i wprowadzają zmiany w społeczeństwie wbrew wszelkim przeciwnościom. Chcesz być tego częścią? Postępuj zgodnie z tym modułem i dowiedz się dokładnie, czym jest przedsiębiorstwo społeczne i biznesplan społeczny, jak je stworzyć i uruchomić, jakie umiejętności potrzebujesz, aby stać się odnoszącym sukcesy młodym przedsiębiorcą, który wyróżnia się z tłumu i może przedstawić siebie i swoją pracę, aby zaimponować wszystkim i wiele więcej. Przejrzyj rozdziały, zainspiruj się wspaniałymi historiami, ciesz się zajęciami i rozwiąż quiz i powodzenia!</p> <p>TEMAT 1. Przedsiębiorstwo społeczne 1.1. Co oznacza przedsiębiorstwo społeczne? 1.2. Na czym się skupić? 1.3. Jaki jest przykład przedsiębiorstwa społecznego? Pytania do przemyślenia (3 pytania)</p> <p>TEMAT 2. Biznesplan społeczny 2.1. Co to jest biznesplan społeczny? 2.2. Co uwzględnić w biznesplanie społecznym? 2.3. Analiza rynku Pytania do przemyślenia (3 pytania)</p> <p>TEMAT 3. Autoprezentacja 1.1. Czynniki "WOW" 1.2. Porady i wskazówki, jak zaprezentować się online Pytania do przemyślenia (3 pytania)</p> <p>Studia przypadków (2)</p> <p>Aktywności (3)</p> <p>Dalsza lektura (lista materiałów dodatkowych)</p> <p>Quiz (10 pytań)</p> <p>Bibliografia</p>
Przydzielony czas:	5 godzin
Hashtag modułu	#changemaker

Wprowadzenie

Kontekstualizacja i krótki opis modułu

Przedsiębiorczość społeczna polega na uznaniu problemów społecznych i realizacji zmiany społecznej przy użyciu zasad przedsiębiorczości. Niesamowici ludzie przedstawiają swoje błyskotliwe pomysły i wprowadzają zmiany w społeczeństwie wbrew wszelkim przeciwnościom. Chcesz być tego częścią? Postępuj zgodnie z tym modułem i dowiedz się dokładnie, czym jest przedsiębiorstwo społeczne i biznesplan społeczny, jak je stworzyć i uruchomić, jakich umiejętności potrzebujesz, aby stać się odnoszącym sukcesy młodym przedsiębiorcą, który wyróżnia się z tłumu i może przedstawić siebie i swoją pracę, aby zaimponować wszystkim i wiele więcej. Przejrzyj rozdziały, zainspiruj się wspaniałymi historiami, ciesz się zajęciami i rozwiąż quiz i powodzenia!

TEMAT 1: Przedsiębiorstwo społeczne

Kilka linijek na temat treści tematu

1.1 Co rozumie się przez przedsiębiorstwo społeczne?

Przedsiębiorstwa społeczne to przedsiębiorstwa, które prowadzą działalność ze względów społecznych lub środowiskowych. Pokazują lepszy sposób prowadzenia biznesu, taki, który priorytetowo traktuje korzyści dla ludzi i planety i wykorzystuje większość zysków do realizacji swojej misji. Przedsiębiorstwa społeczne pomagają zmniejszać nierówności ekonomiczne, poprawiać sprawiedliwość społeczną i zrównoważenie środowiskowe. Jak każda inna firma, starają się osiągnąć zysk i odnieść sukces komercyjny. Ale sposób, w jaki działają, kogo zatrudniają, jak wykorzystują swoje zyski i gdzie pracują, zmienia życie i społeczności na całym świecie. (Przedsiębiorstwo Społeczne UK, b.d.)

1.2 Na czym się skupić?

Przedsiębiorczość społeczna koncentruje się na zrozumieniu, w jaki sposób rozwija się problem społeczny oraz w jaki sposób przedsiębiorca wykorzystuje innowacyjne, praktyczne pomysły i strategie biznesowe, aby znaleźć rozwiązania problemu i motywuje go do korzystania z dostępnych zasobów przedsiębiorczości społecznej w celu przezwyciężenia problemu z korzyścią dla całego społeczeństwa. Przedsiębiorcy społeczni starają się wykorzystać różne dostępne zasoby, aby stworzyć lepsze, bardziej postępowe społeczeństwo. (EDUCBA, b.d.)

1.3 Jaki jest przykład przedsiębiorstwa społecznego?

Jednym z najlepszych przykładów przedsiębiorstw społecznych jest [Fair Phone](#), firma, która buduje nowy typ konsumenckiego urządzenia elektronicznego, który jest zbudowany z materiałów niekonfrontacyjnych, zapewnia sprawiedliwe płace robotnikom, którzy ją budują, oferuje uczciwą i przejrzystą cenę dla konsumenta końcowego i nie angażuje się w nieuczciwe praktyki konsumpcyjne (takie jak blokowanie smartfonów lub budowanie zastrzeżonego oprogramowania lub interfejsów sprzętowych). (thesedge.org, 2018)

Pytania do przemyślenia (3 pytania)

- Gdybyś mógł dokonać znaczącej zmiany z dnia na dzień, która poprawiłaby życie w twojej społeczności, co by to było?
- Jak myślisz, jaka jest idealna proporcja między słuženiem celom społecznym a osiągnięciem zysku?
- Pomyśl o jakimś hobby, które masz. Jak postrzegasz to jako pomysł na przedsiębiorczość?

TEMAT 2: Biznesplan społeczny

Kilka linijek na temat treści tematu

2.1 Co to jest biznesplan społeczny?

Biznesplan to narzędzie, które pomaga wyjaśnić swój pomysł, zidentyfikować wyzwania i monitorować postępy. Twój biznesplan nie jest statycznym dokumentem, jest to coś, do czego powinieneś wracać i aktualizować w miarę rozwoju firmy. Jego celem jest pomoc w określeniu podstawowego celu przedsiębiorstwa społecznego, zaprojektowanie konkretnego planu działania, w ramach którego wszystkie cele poboczne zostaną ostatecznie osiągnięte, określenie precyzyjnych kryteriów jakościowych i ilościowych dotyczących projektowania, pomiaru i poprawy wydajności potencjalnego przedsiębiorstwa społecznego oraz podejmowanie decyzji związanych z wykrywaniem potrzebnych zasobów, a także na koszty i przychody firmy. (Societyprofits.eu, b.d.)

2.2 Co uwzględnić w biznesplanie społecznościowym?

Przygotowując swój pierwszy biznesplan, powinieneś odpowiedzieć na następujące pytania:

- Jaki jest Twój pomysł? Co oferujecie swoim klientom?
- Kim są Twoi klienci? Kto kupi Twój produkt lub usługę?
- Kim są Twoi beneficjenci? Kto będzie czerpać korzyści z tego, co robisz?
- W jaki sposób będziesz promować swoją organizację? Jak planujesz dotrzeć do swoich klientów i beneficjentów?
- Kto jeszcze robi coś podobnego? Kim są twoi konkurenci? Poświęć czas na zastanowienie się nad tym, co robią dobrze i ucz się od nich.

- Kroki, aby osiągnąć swoje cele. Rozbicie rzeczy na działania krok po kroku sprawi, że Twój pomysł będzie wydawał się bardziej osiągalny, a także zapobiegnie rozproszeniu.

- Jakich zasobów potrzebujesz – ludzi, lokali, materiałów?
 - Ile będziesz miał pieniędzy przy wejściu na rynek? Za jakie usługi są gotowi zapłacić?
 - Ile będziesz miał pieniędzy przy wyjściu z rynku? Należy uwzględnić koszty zatrudnienia pracowników, sprzętu i pomieszczeń.
 - Ile pieniędzy ci pozostanie? Czy osiągniesz próg rentowności i zysk?
- (Szkoła dla przedsiębiorców społecznych, b.d.)

2.3 Analiza rynku

Analiza rynku planuje podejście do zrozumienia całego rynku i daje wszystkie informacje niezbędne do ustalenia, czy produkt, usługa lub pomysł jest ważną szansą biznesową. Zaczynij od planu przeprowadzenia badań rynku. Badania są ogólnie podzielone na badania pierwotne i wtórne. Badania wtórne obejmują wykorzystanie materiałów przygotowanych przez strony trzecie, które nie są specjalnie zorientowane na Twój rynek. Możesz spojrzeć na dane demograficzne zebrane przez rząd, ankiety konsumpcyjne, ukierunkowane artykuły lub ankiety lub dane pochodzące z innych badań. Badania podstawowe obejmują bezpośrednie badania docelowych klientów. Twoje badania pierwotne i wtórne dostarczą Ci informacji potrzebnych do ustalenia, czy stworzenie firmy wokół Twojego produktu, usługi lub pomysłu jest opłacalną okazją biznesową. (Profesor Biznesu, 2022)

Pytania do przemyślenia (3 pytania)

- W jaki sposób zbadałbyś swoich potencjalnych klientów? Jakie metody byś wybrał?
- Wolisz stworzyć ustandaryzowany biznesplan, czy chcesz być kreatywny? Rozważ różne sposoby tworzenia planu i prezentowania go potencjalnym klientom.
- Jaki element biznesplanu uważasz za najważniejszy i dlaczego?

TEMAT 3: Autoprezentacja

Kilka linijek na temat treści tematu

3.1 Czynniki "WOW"

Kiedy prowadzisz prezentację, Twoim głównym celem jest, aby odbiorcy usłyszeli i odebrali Twoją wiadomość. Chcesz także zabawić swoich widzów, utrzymując ich zaangażowanie podczas prezentacji. Zidentyfikuj jeden prosty i konkretny kluczowy punkt, który chcesz, aby Twój słuch zapamiętał i zbuduj wokół niego swoją prezentację, stwierdzając to raz na początku prezentacji i raz na końcu. Zachowaj prostotę prezentacji. Daj swoim odbiorcom podstawowe poczucie tego, co robisz i dlaczego jest to ważne. Muszą po prostu wiedzieć, w jaki sposób Ty lub Twoja wiadomość rozwiąże ten problem. Wybierz trzy pomysły, które chcesz przedstawić i podziel każdy z nich na trzy części. Nie zapomnij skorzystać z efektów wizualnych, ponieważ obrazy pozostają w naszych umysłach znacznie częściej niż koncepcje lub słowa. Pokaż odbiorcom zdjęcia, (proste) wykresy lub (proste) diagramy, które wizualnie przedstawiają tematy, o których mówisz. Jeśli chodzi o udostępnianie informacji odbiorcom, udostępnij je w formie historii. W końcu spraw, aby Twoi odbiorcy pracowali, zadawaj pytania, każ im głosować, daj im scenariusz i poproś ich o wymyślenie hipotetycznych wyników, zachęć ich do podsumowania głównych punktów twojego wystąpienia na końcu prezentacji. (Infinite Business Solutions, 2015)

3.2 Jak dobrze zaprezentować się online? Porady i wskazówki

Aby opanować sztukę autoprezentacji online, możesz użyć wielu przydatnych narzędzi, takich jak analiza SWOT, która oznacza mocne i słabe strony, szanse i zagrożenia. Wykorzystaj ten proces, aby określić, co działa, dostrzec potencjalne możliwości wzrostu organicznego i przygotować się na zagrożenia zewnętrzne. Zaczynij od analizy mocnych stron swojej firmy. Jakie są Twoje główne atuty nad konkurencją? Które rzeczy robisz szczególnie dobrze? Jakimi unikalnymi zasobami dysponujesz? Następnie spójrz na swoje słabości. Jakie elementy Twojej firmy nie działają szczególnie dobrze? Co powstrzymuje Cię przed sprzedażą? Czy tutaj nie radzisz sobie z konkurencją? Trzecim krokiem jest dokładne przyjrzenie się możliwościom dostępnym dla Twojej firmy. Czy są jakieś trendy rynkowe, które możesz wykorzystać? Czy potrafisz wykorzystać nową technologię, której nie potrafią twoi konkurenci? Czy w Twojej grupie odbiorców jest jakiś segment niedostatecznie obsługiwany? Na koniec zidentyfikuj potencjalne zagrożenia dla swojej firmy. Czy konkurent może ukraść udział w rynku? Czy są jakieś przeszkody blokujące rozwój biznesu? Czy na horyzoncie pojawiają się potencjalne problemy finansowe? Dane z analizy SWOT pomogą Ci opracować cyfrowy plan marketingowy. Twój plan powinien uwzględniać mocne strony, minimalizować słabości, zbliżyć się do możliwości i aktywnie unikać potencjalnych zagrożeń. (Terakeet, 2022)

Pytania do przemyślenia (3 pytania)

- W jakich rzeczach się wyróżniasz? Zapisz je i zastanów się, jak je wyróżnić.
- Pomyśl o najlepszym przykładzie dobrego marketera / influencera online. Jakie cechy zauważyłeś w nich? Obserwuj, jak się prezentują.
- Spróbuj przedstawić się w 30 sekund, mówiąc tylko o rzeczach i wartościach, które są dla Ciebie najważniejsze.

Studia przypadków

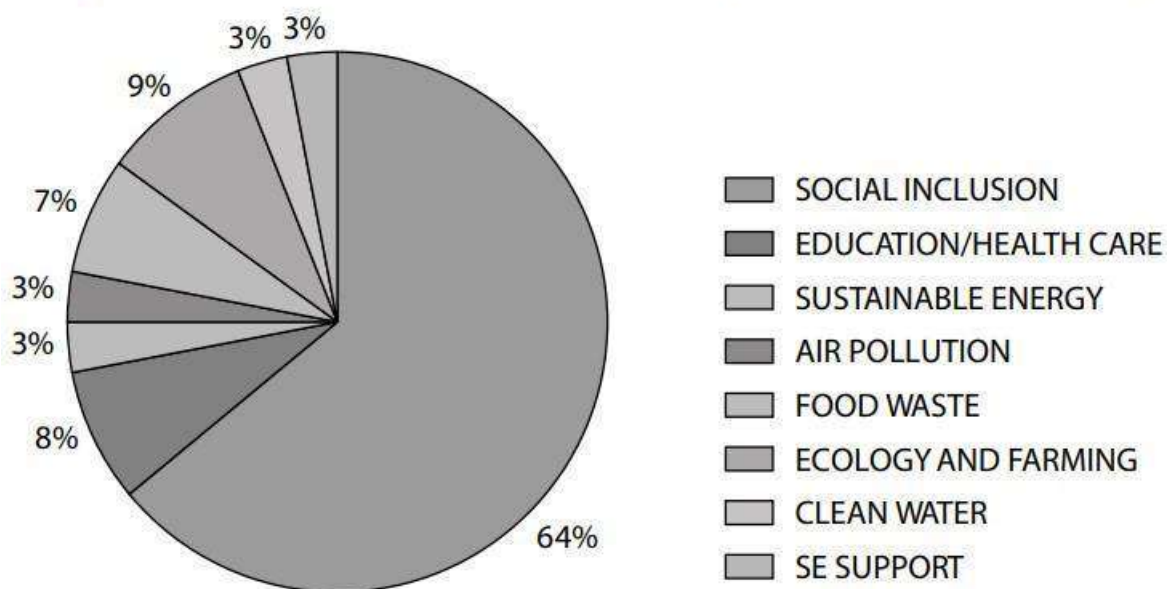
Instrukcje: podaj 2 studia przypadków / dobre przykłady oparte na module i wyjaśnij w skrócie, dlaczego ta wiedza/umiejętności są ważne i przydatne dla młodzieży NEET i młodzieży.

Tytuł studium przypadku 1: Nowe pokolenie przedsiębiorców społecznych: badania eksploracyjne i analiza studium przypadku nowej generacji przedsiębiorstw społecznych.

Opis studium przypadku: około 1 strony (Dołącz tekst, zrzuty ekranu, filmy, obrazy).

Badanie wyjaśnia stan współczesnych społeczeństw, które wyrażają bardziej intensywnie niż kiedykolwiek wolę zmian w formie innowacji, która angażuje, motywuje i mobilizuje ludzi i zasoby do progresywnego wpływu. Badanie wykazało związek między nowoczesnym społeczeństwem a tymi innowacjami, które często są napędzane rzeczywistymi potrzebami ludzi, a innowatorzy społeczni dzielą się, testują, definiują na nowo, rozwijają i stosują innowacje szybciej niż kiedykolwiek wcześniej, ponieważ technologie open source pozwalają jednostkom szybko wprowadzać innowacje z dowolnego miejsca. Ponadto wyjaśnia, że najczęściej luki społeczne lub ekonomiczne oraz ryzyka lub problemy skutkują zaawansowanymi rozwiązaniami, produktami, usługami lub programami wymyślonymi przez "wrażliwych społecznie" przedsiębiorców, prowadzącymi do transformacji społecznej, wzrostu gospodarczego, zmiany społecznej i nowe możliwości rynkowe. Badanie oferuje przegląd przedsiębiorczości społecznej, jej definicji i teorii wokół niej. Opisuje dwie motywacje przedsiębiorczych działań społecznych na całym świecie, od innowacji do konieczności. Wskazuje to na znaczenie nowego pokolenia przedsiębiorców społecznych, którzy wnoszą młodzieńczą energię, zwrot technologiczny i inną perspektywę do przedsiębiorczości i pracy społecznej, gdy podejmują nowe sposoby, aby rozwiązać problemy lokalne i światowe. Wyjaśnia, że odkryty trend wpłynął na większą koncentrację na edukacji młodzieży i rozwoju zawodowym w przedsiębiorczości społecznej.

Graph 3. The areas of intervention of new generation of social entrepreneurs



Source: own elaboration.

Rys. 1. Wykres 3. Obszary interwencji nowego pokolenia przedsiębiorców społecznych (Tkacz, 2016, s. 32).

Kluczowym czynnikiem wspomnianym w badaniu jest środowisko internetowe wokół nowego pokolenia, które może łączyć kultury na całym świecie, ułatwiając zrozumienie i szybkie reagowanie na różne globalne problemy. Ostatni rozdział przynosi wyniki badań eksploracyjnych nowego pokolenia przedsiębiorców społecznych. Przegląd teoretyczny w połączeniu z wglądem w 71 przedsiębiorstw społecznych bada różne czynniki i cechy kształtujące profil nowej generacji przedsiębiorstw społecznych na całym świecie. Stworzony model badań oraz analiza cross-case studies przykładów europejskich i światowych zaowocowały szeroko zakrojonymi badaniami porównawczymi prowadzącymi do odkrycia dwóch ogólnych cech biograficznych i pięciu kluczowych wzorców, które silnie charakteryzują całą dobraną próbę młodych przedsiębiorców społecznych.

Kluczowe wnioski: zdobycie wiedzy na temat przedsiębiorczości społecznej i nowego pokolenia przedsiębiorców społecznych, inspirujących młodych przedsiębiorców, którzy mogą wywołać zmiany w społeczeństwie.

Tytuł studium przypadku 2: Przypadek modelu biznesowego Canvas w przedsiębiorczości społecznej: Model przedsiębiorstwa społecznego Canvas

Opis studium przypadku: około 1 strony (Dołącz tekst, zrzuty ekranu, filmy, obrazy).

Głównym celem tego artykułu jest zapoznanie się z modelem przedsiębiorstwa społecznego Canvas (MPSC), przeznaczonego do organizowania przedsiębiorstw społecznych. MPSC to platforma, która może być wykorzystana do zapobiegania "dryfom misji", które mogą wynikać z problemów wynikających z niewłaściwego zarządzania takimi wyzwaniami. Główne cechy MPSC to dbałość o wartość społeczną i elementy składowe, które zostały krótko wyjaśnione w artykule. Ten konceptualny instrument wspiera przedsiębiorców społecznych w łatwiejszym zrozumieniu lub projektowaniu struktury organizacji zajmujących się realizacją celów społecznych. W artykule podkreślono znaczenie wykorzystania modeli biznesowych do analizy organizacji, jednocześnie ostrzegając przed trzema wyzwaniami i jednym paradoksem przedsiębiorczości społecznej. MPSC został zaprojektowany z uwzględnieniem tych wyzwań i może być wykorzystany do ich sprostania. Dla młodego przedsiębiorcy ważne jest, aby wiedzieć, czym one są, a niniejszy artykuł przedstawia je w następujący sposób: (1) łączenie celów społecznych i ekonomicznych, (2) skuteczne komunikowanie celów i ich spójności z wykorzystaniem zasobów i strategii, (3) ocena jego wyników i wpływu oraz (4) przyjęcie najlepszych mechanizmów zarządzania, które umożliwiają realizację wartości i celów misji. Dlatego też MCPS opiera się na następujących "instrumentalnych" zasadach: po pierwsze, wyraźne określenie wartości i celów misji oraz ustanowienie wśród nich priorytetu; po drugie, przełożenie wartości misji i celów na wymierne cele; po trzecie, rozróżnienie między zainteresowanymi stronami nieukierunkowanymi (tj. partnerami i zainteresowanymi stronami, których to dotyczy) a zainteresowanymi stronami docelowymi (tj. klientami i beneficjentami), w celu rozszerzenia projektowania modeli biznesowych na środowisko społeczne; po czwarte, uwzględnienie sposobów, w jakie docelowe zainteresowane strony są zaangażowane we współtworzenie wartości; i po piąte, biorąc pod uwagę główne elementy zarządzania organizacjami.

Governance (GOV)			
Non-Targeted Stakeholders (NtS)	Key Resources (KR)	Channels (CH)	Customers & Beneficiaries (C & B)
	Key Activities (KA)	Customer & Beneficiaries Engagement (C&B E)	
Mission Values (MV)		Social Value Proposition (SVP)	Impact Measures (IM)
Objectives (Obj)			Output Measures (OM)
Cost Structure (CS)		Income (IS)	

Rys. 2. Model przedsiębiorstwa społecznego Canvas/Źródło: autor.

W artykule opisano również studium przypadku przedsiębiorstwa społecznego finansowanego ze środków europejskich oraz przychody generowane przez rekrutację studentów samofinansujących się, które posłużyły jako ilustracja wyzwań stojących przed przedsiębiorstwami społecznymi, a także korzyści, jakie można wyciągnąć z korzystania z MPSC.

Kluczowe wnioski: zrozumienie MPSC i jego znaczenia dla zakładania przedsiębiorstw społecznych.

Aktywności

(dodaj nową tabelę dla każdej aktywności, w sumie są 3, pamiętaj, że powinniśmy osadzić narzędzia PR1, co najmniej jedną z 3 aktywności. Sprawdź sugestie na ostatniej stronie, klikając tutaj)

Opowiadanie historii	
Format: (twarzą w twarz, online, hybrydowy)	Twarzą w twarz
Cele kształcenia	Po zakończeniu tej aktywności uczestnicy będą mogli: <ul style="list-style-type: none"> • Podać uzasadnienie opowiadania historii. • Ocenić historię pod kątem jej potencjału do opowiadania. • Przedstawić historię publiczności.
Potrzebny materiał/wyposażenie	Notatki, długopisy lub ołówki, papier do drukarki, gumka, stoper lub telefon do śledzenia czasu.

Opis aktywności	<p>Opowiadanie historii to wykorzystanie historii lub narracji jako narzędzia komunikacji do doceniania, dzielenia się i wykorzystywania wiedzy jednostek. Jest to żywy obraz idei, przekonań, osobistych doświadczeń i lekcji życia poprzez opowiadanie historii lub narracji, które wywołują silne emocje i pomysły.</p> <p>Ćwiczenie na rozgrzewkę: Opowiadanie historii w postaci sound bite (grupa) Ta rozgrzewka obejmuje grupę, która powinna opowiedzieć historię w jednej rundzie, przy czym każda osoba może użyć tylko określonej liczby słów (np. pięciu słów). Jeśli jednemu członkowi zabraknie słów przed zakończeniem zdania, następny członek powinien kontynuować tam, gdzie zatrzymał się poprzedni członek. Historia powinna być opowiadana w jednej rundzie.</p> <p>Ćwiczenie na rozgrzewkę: Minuta (jedna osoba) Osoba wykonująca tę czynność pisze różne tematy na małej kartce papieru, zgniatą je i wybiera losowo. Następnie ma 1 minutę na wypowiedzenie się na ten temat bez wahania, odchylenia lub powtórzenia.</p> <p>Opowiadanie historii (najlepiej w grupach, ale może być też indywidualnie) Ustaw limit czasu dla każdego kroku. Porozmawiaj z grupą lub zdecyduj sam.</p> <p>Krok 1: Wybierz scenariusz Możesz wybrać kilka scenariuszy do zbadania. Mogą pochodzić z różnych gatunków lub tego samego gatunku z innym założeniem.</p> <p>Krok 2: Wybierz motyw Każda grupa powinna wybrać jeden z podanych scenariuszy i wybrać motyw, który do niego pasuje. Uczestnicy powinni być w stanie nakreślić różne emocje, które mogą towarzyszyć ich historii.</p> <p>Krok 3: Wybieraj postacie Gdy już mają swoje scenariusze i motywy, nadszedł czas, aby wybrać postacie. Każda grupa powinna mieć co najmniej 2-3 postacie w swojej historii. Powinny podać imię i wiek postaci.</p> <p>Krok 4: Ustaw narzędzia do drukowania Następnie pozwala uczestnikom używać swoich motywów i postaci do tworzenia scenariuszy. Mogą układać fabułę obok swoich motywów. Nie ma znaczenia, że nie pasują jeszcze zbyt wiele. Mogą to zrobić, by mieć różnorodność i ciekawe narzędzia fabularne.</p> <p>Krok 6: Utwórz storyboard Ten krok obejmuje szkicowanie. Uczestnicy powinni teraz mieć ostateczną fabułę i stworzyć storyboard. Storyboard to graficzna reprezentacja tego, jak wydarzenia rozwiną się w historii. Uczestnicy muszą dostarczyć szkic wydarzeń na papierze do drukarek / drukowania broszur, który zostanie zaprezentowany później. Rysunki nie muszą być idealne, o ile mogą wyraźnie zilustrować scenę.</p> <p>Krok 7: Prezentacja pomysłów Ostatnim krokiem jest przedstawienie historii wszystkim. Uczestnicy mogą opublikować swój storyboard wraz z pisemnymi narzędziami fabularnymi, motywami i postaciami.</p>
Pytania podsumowujące	Jaki był cel tej aktywności? Czy uważasz, że postawiony cel został osiągnięty? Gdzie osiągnąłeś cele lub przegapiłeś taką okazję? Co doprowadziło do takiego wyniku? Co powinieneś rozpocząć/zatrzymać/ kontynuować?
Przydzielony czas	Zależy to od ilości czasu przeznaczonego na każdy krok, ale może wynosić od 45 minut do godziny.
Jakie inne formaty można przystosować do aktywności?	Takie aktywności można wykonywać w dużych grupach twarzą w twarz, online lub hybrydowo. Mogą korzystać z różnych interaktywnych narzędzi online, takie jak Jamboard zamiast karteczek samoprzylepnych i papieru. Kroki aktywności pozostają takie same.
Uwagi dla trenera/facilitatora	Trener/facilitator powinien pomóc uczestnikom w wyborze tematów tego ćwiczenia i powiązać je z tematami przedsiębiorczości społecznej i autoprezentacji. Jeśli pracujesz w grupie, zorganizuj dyskusję na temat wyniku pod koniec ćwiczenia.

World Cafe

Format: (twarzą w twarz, online, hybrydowy) Online



Cele kształcenia

Po zakończeniu tej aktywności uczestnicy będą mogli :

- Poznać szereg tematów i pytań.
- Przedstawiać swoje pomysły w sposób, w jaki czują się komfortowo.



	<ul style="list-style-type: none"> • Zaangażować się w dyskusję i dojść do konsensusu.
Potrzebny materiał/wyposażenie	Dostęp do komputera i połączenia internetowego, Zoom lub innego narzędzia do wideokonferencji, Jamboard.
Opis aktywności	<p>Ta aktywność składa się z 3-5 tematów. Na każdy temat może dyskutować od czterech do ośmiu osób.</p> <p>Runda 1: Każda osoba pisze własne pomysły / przemyślenia na określony temat. Po 20 minutach przenoszą się do innej sali.</p> <p>Runda 2: Uczestnicy patrzą na pomysły / myśli napisane przez pierwszą grupę. Następnie dodają własne i kategoryzują wszystko.</p> <p>Runda 3: Uczestnicy są przydzielani do pokoju podgrupy, w której wcześniej nie byli i dyskutują, gdzie umieścić każdy pomysł. Powinni umieścić je w czterech różnych kategoriach:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. pomysł nie wdrożony, ale pilny, 2. pomysł nie wdrożony, nie pilny, 3. pomysł wdrożony, ale pilny, 4. pomysł wdrożony, nie pilny. <p>Runda 4: Uczestnicy wybierają trzy najlepsze pomysły/przemyślenia z pierwszej i trzeciej kategorii, ponieważ są one pilne i omawiają ich znaczenie.</p>
Pytania podsumowujące	Jaki był cel tego ćwiczenia? Czy uważasz, że postawiony cel został osiągnięty? Gdzie osiągnąłeś cele lub przegapiłeś taką okazję? Co doprowadziło do takiego wyniku? Co powinieneś rozpocząć/zatrzymać/ kontynuować?
Przydzielony czas	Ta aktywność powinna obejmować trzy lub cztery 20-minutowe rundy konwersacji, w zależności od wielkości grupy. Może trwać od godziny do półtorej godziny.
Jakie inne formaty można przystosować do aktywności?	Tę samą czynność można przeprowadzić twarzą w twarz lub w trybie hybrydowym za pomocą narzędzia do wideokonferencji lub przy użyciu tzw. pokoi szkoleniowych (ang. breakout rooms) do stworzenia grup.
Uwagi dla trenera/facilitatora	Trener/facilitator powinien zaangażować się w burzę mózgów z uczestnikami, aby wybrać tematy lub pomyśleć o nich samym i przypisać je do grup. Tematy powinny być związane z tym modulem.

Wirtualne odgrywanie ról

Format: (twarzą w twarz, online, hybrydowy)	Hybryda
Cele kształcenia	<p>Po zakończeniu tej aktywności uczestnicy będą mogli:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Słuchać ze zrozumieniem i zadawać przemyślane pytania na określony temat. • Zidentyfikować / wydedukować kluczowe punkty prezentacji. • Przedstawiać pomysł zwięźle i w odpowiednim czasie.
Potrzebny materiał/wyposażenie	Dostęp do komputera i połączenia internetowego, Zoom lub innego narzędzia do wideokonferencji, materiały plastyczne.
Opis aktywności	Uczestnicy online powinni zaprezentować swoje wyimaginowane przedsiębiorstwo społecznym obecny, tak, jakby byli na spotkaniu start-upowym i rozmawiali z przyszłymi inwestorami. Muszą zadać osobie zadane pytania dotyczące ich firmy i samych siebie, aby zdecydować, czy powinien inwestować, czy nie. Pod koniec ćwiczenia powinni przekazać prezyderowi informację zwrotną na temat tego, co podoba im się w pomysle na biznes i gdzie widzą szansę na rozwój.
Pytania podsumowujące	Jaki był cel tej aktywności? Czy uważasz, że postawiony cel został osiągnięty? Gdzie osiągnąłeś cele lub przegapiłeś taką okazję? Co doprowadziło do takiego wyniku? Co powinieneś rozpocząć/zatrzymać/ kontynuować?
Przydzielony czas	15 minut na prezentera
Jakie inne formaty można przystosować do aktywności?	Takie aktywności można wykonywać twarzą w twarz lub online.
Uwagi dla trenera/facilitatora	Instruktor/facilitator powinien upewnić się, że informacja zwrotna jest konstruktywna.

Dalsze informacje

(lista około 10 zasobów)

Nazwa zasobu	Typ	Łącze
22 Awesome Social Enterprise Ideas and Examples	Strona internetowa	https://www.thesedge.org/socent-spotlights/22-awesome-social-enterprise-business-ideas
Articles on Social Entrepreneurship	Strona internetowa	https://www.managementstudyguide.com/social-entrepreneurship.htm
Social Enterprise Business Plan	Strona internetowa	https://www.propelnonprofits.org/reźródła/przedsiębiorstwo-społeczno-biznes-plan/
Social Enterprise 101	Wideo	https://www.youtube.com/watch?v=9_g5RqwW51I&ab_channel=CommonGoodSolutions
Business Model Canvas Explained	Wideo	https://www.youtube.com/watch?v=QoAOzMTLP5s
The future is social entrepreneurship Kerry Krige TEDxJohannesburgSalon	Wideo	https://www.youtube.com/watch?v=mx9MEuxoWn0&ab_channel=TEDxTalks
Enterprising Nonprofits: A Toolkit for Social Entrepreneurs	Książka	https://b-ok.xyz/książka/865712/e40177
Building social business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs	Książka	https://b-ok.xyz/książka/5919073/2ff584
The Social Entrepreneur's Playbook, Expanded Edition: Pressure Test, Plan, Launch and Scale Your Social Enterprise	Książka	https://b-ok.xyz/książka/3364380/8ec3e0

Quiz

(10 pytań wielokrotnego wyboru)

W zależności od pytania może być więcej niż jedna odpowiedź.

Pytanie 1. Czym różni się przedsiębiorstwo społeczne od innych przedsiębiorstw?

- a) Dążą do osiągnięcia zysku.
- b) Ich celem jest sukces komercyjny.
- c) **Angażują się w działalność gospodarczą ze względów społecznych lub środowiskowych.**
- d) Reklamują się tylko w Internecie.

Pytanie 2. Na czym koncentruje się przedsiębiorczość społeczna?

- a) Proces rozwoju problemów społecznych i ich rozwiązywania poprzez dostępne zasoby przedsiębiorczości społecznej.
- b) Pokonywanie problemów dla dobra społeczeństwa.
- c) Wykorzystanie dostępnych zasobów do stworzenia lepszego społeczeństwa.
- d) **Wszystkie powyższe.**

P3. Czym jest Fairphone?

- a) Nowy wariant iPhone'a.
- b) Infolinia dla problemów dyskryminacji.
- c) Przykład eksperymentu społecznego.
- d) **Firma, która najlepiej wykorzystuje zasady przedsiębiorczości społecznej.**

P4. Co to jest biznesplan społeczny?

- a) Narzędzie, które pomoże Ci wyjaśnić Twój pomysł.
- b) Narzędzie, które pomaga identyfikować wyzwania.
- c) **Narzędzie, które pomaga monitorować postępy.**
- d) Narzędzie, które pomaga lepiej zaprezentować się w Internecie.

P5. Jaki jest cel biznesplanu społecznego?

- a) Aby pomóc Ci monitorować przepływy pieniężne Twojej firmy.
- b) Aby pomóc Ci monitorować swoich pracowników.
- c) **Aby poprowadzić Cię przez wszystkie ważne decyzje w Twojej firmie.**
- d) Aby inni postrzegali Twoją firmę jako coś ważnego.

P6. Co jest podstawą dobrej analizy rynku?

- a) Udziały w rynku.
- b) Towary rynkowe.
- c) **Badania rynku.**
- d) Marketing.

P7. Co należy uwzględnić w biznesplanie społecznym ?

- a) Pytania dotyczące zakładania firmy.
- b) **Odpowiedzi na pytania dotyczące zakładania firmy.**
- c) Pomysły, jak wyeliminować konkurencję.
- d) Wszystkie powyższe.

P8. Jaki jest główny cel prezentacji?

- a) Aby się zabawić.
- b) **Aby Twoi odbiorcy mogli usłyszeć i odebrać Twoją wiadomość.**
- c) Aby dać odbiorcom szczegółowy opis tego, czym zajmuje się Twoja firma.
- d) Aby nagrać film do mediów społecznościowych.

P9. Jak możesz zaangażować odbiorców podczas tworzenia prezentacji?

- a) **Niech głosują.**
- b) Poproś o oklaski po przedstawieniu ważnej kwestii.
- c) **Poproś ich, aby podsumowali twoje kluczowe punkty.**
- d) Poproś ich, aby powiedzieli Ci, która część prezentacji najbardziej im się podoba.

P10. Do czego należy wykorzystać informacje w analizie SWOT?

- a) **Do opracowania cyfrowego planu marketingowego.**
- b) Za przypomnienie sobie wszystkich dobrych cech osobowości, które posiadasz.
- c) Aby dowiedzieć się, dlaczego jesteś lepszy od konkurencji.
- d) Za uczynienie go częścią planu marketingu cyfrowego.

Bibliografia (styl APA)

- Tkacz, M. (2016). New generation of social entrepreneurs: Exploratory research and cross case study analysis of new generation of social enterprises. *Ekonomia Społeczna*. 20-37.
- Sparviero, S. (2019). The Case for a Socially Oriented Business Model Canvas: The Social Enterprise Model Canvas, *Journal of Social Entrepreneurship*, 10:2, 232-251.
- Dees, J.G., Emerson, J., & Economy, P. (2001). *Enterprising Nonprofits: A Toolkit for Social Entrepreneurs*. Toronto: John Wiley & Sons.
- Yunus, M., & Weber, K. (2010). *Building social business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs*. Public Affairs.
- MacMillan, I. C., & Thompson, J. D. (2013). *The Social Entrepreneur's Playbook, Expanded Edition: Pressure Test, Plan, Launch and Scale Your Social Enterprise*. Wharton School Press
- Social Enterprise UK. (n.d.). *All about Social Enterprise*. <https://www.socialenterprise.org.uk/all-about-social-enterprise/>
- Shethna, J. (n.d.). *Social Entrepreneurship Dummies*. EDUCBA. Retrieved September 19, 2022, from <https://www.educba.com/social-entrepreneurship/>
- the Sedge. (2018, January 17). *22 Awesome Social Enterprise Ideas and Examples*. <https://www.thesedge.org/socent-spotlights/22-awesome-social-enterprise-business-ideas>
- Society profits. (n.d.). *Forming a social business plan*. <https://www.societyprofits.eu/lessons/1-5-forming-a-social-business-plan/>
- school for social entrepreneurs. (n.d.). *Writing your first business plan*. <https://www.the-sse.org/resources/starting/writing-your-first-business-plan/>
- Gordon, J. (2022, April 14). *Business Plan – Market Analysis Section*. The Business Professor. https://thebusinessprofessor.com/en_US/business-management-amp-operations-strategy-entrepreneurship-amp-innovation/business-plan-market-analysis
- Infinite Business Solutions. (2015, November 16). *5 Presentation Techniques They'll Remember*. <https://infinitebusinesssolutions.com/2015/11/5-presentation-techniques-theyll-remember/>
- Lane, P. (2020, November 27). *Create a Digital Marketing Plan: 9 Step Strategic Guide*. Terakeet. <https://terakeet.com/blog/digital-marketing-plan/>