

**Proiectul: Formare în domeniul antreprenoriatului verde (GET-UP)**

**O3 - Elaborarea curriculumului**

**Unitate/Modul: Identificarea și construirea noilor idei de afaceri**

**Tipul documentului: Plan sesiune workshop**

**Sesiunea 3: Construirea unei noi oportunități de afaceri**

<b>Data:</b>		<b>Durata:</b>	
<b>Locația:</b>		<b>Moderat de:</b>	
<b>Titlu</b>			

<b>Obiectiv general:</b>	Scopul acestui workshop este de a analiza modul în care să fie pusă la dispoziția celorlalți oportunitatea unei noi afaceri verzi sau a unui proiect în cadrul unei afaceri verzi existente. Astfel, workshopul vă va permite: (i) să reflectați asupra importanței unei comunicări eficiente în trecerea de la idee la acțiune, (ii) să identificați diferite modalități de a prezenta o nouă oportunitate de afaceri celorlalți și (iii) să identificați conceptul „cum să” asociat progresului concret.
<b>Rezultatele învățării</b>	RI1: Să înțelegeți conceptul „cum să” asociat cu implementarea unei noi oportunități de afaceri RI2: Să dezvoltați un plan pentru o nouă oportunitate de afaceri RI3: Să fiți capabil să dezvoltați implementarea unei noi oportunități de afaceri

Durata	Rezultatul învățării	Descriere	Slide-uri	Evaluarea învățării și activități
09.30-09.45	-	<p><b>Recapitulare și privire de ansamblu</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prezența sesiunea, tema workshopului, ordinea de zi și discutați așteptările</li> <li>• Prin intermediul activității de captare a atenției, reflectați asupra factorilor asociați cu un pas efectiv al unei idei de afaceri pentru alții</li> </ul>		<p>Prezentarea cursanților</p> <p>Captarea atenției ⇒ În perechi, participanții reflectează asupra unei prezentări care nu funcționează pentru a identifica cauza. Facilitați feedback-ul de la fiecare dintre perechi</p>
09.45-10.00	RI1	<p><b>Importanța unui pitch eficient</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Folosind discuția de grup, evidențiați importanța unui pitch eficient în trecerea de la idee la acțiune</li> <li>• Subliniați importanța activității de teren ca modalitate de comunicare a modelului de afaceri, în special importanța comunicării propunerii de valoare celorlalți</li> <li>• Evidențiați faptul că nu există un singur tip de pitch și importanța adaptării pitch-ului</li> </ul>		<p>Încheierea activității 1 ⇒</p> <p>Discuțiile de grup au fost legate de motivul pentru care este nevoie de o nouă oportunitate de afaceri pentru alții și de modul în care pitch-ul va varia în funcție de public. Creați o hartă a nevoilor diferitelor segmente de public</p>
10.00-10.20	RI 2	<p><b>Pregătirea planului</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discutați despre diferența dintre un model de afaceri și un plan de afaceri</li> </ul>		<p>Încheierea activității 2 ⇒ În perechi, participanții identifică cuvintele pe care le asociază cu</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Examinați schița modelului de afaceri și cele nouă componente ale unui model de afaceri</li> <li>• Identificați diferența dintre plan și procesul de planificare și revizuire a avantajelor și dezavantajelor planului și planificării</li> <li>• Evidențiați faptul că un plan este relativ ușor de dezvoltat dacă există o bună înțelegere a modelului de afacere</li> </ul>		un „model de afaceri” și cu un „plan de afaceri”. Faciți o discuție de grup referitoare la diferențele dintre un model de afaceri și un plan de afaceri
10.20-10.50	RI 2	<p><b>Pregătirea planului</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Examinați rezultatele-cheie din temele legate de dezvoltarea schiței de model de afaceri</li> <li>• Evidențiați învățarea legată de diferitele elemente de construcție ale unui model de afaceri</li> <li>• Identificați modalități prin care afacerea reprezintă ceva pentru cei din jur și diferite posibilități de a crea plus valoare pentru ceilalți, toate acestea identificându-se în cuprinsul planului de afaceri</li> </ul>		<p>Gândiți-vă la rezultatele cheie din discuția de grup cu ajutorul flipchartului</p> <p>Încheierea activității 3 ⇒ Pregătiți o schemă a planului pe baza modelului de afaceri dezvoltat</p>
10.50-11.00		<b>Pauză de ceai și cafea</b>		
11.00-11.20	RI 3	<p><b>Dezvoltarea unui pitch</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Descrieți diferite moduri de a transmite ideile dvs. celorlalți</li> <li>• Discutați despre avantajele și dezavantajele diferitelor modalități de a transmite ideea</li> </ul>		

		<p>celorlalți</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Examinați miturile și concepțiile greșite asociate cu promovarea unei idei - de ex. nu este sfârșitul procesului, deoarece poate fi de multe ori începutul, este un exercițiu de învățare, mai degrabă decât un proces sau un test al personalității, este un proces continuu de obținere a feedback-ului ca opus unei prezentări unice</li> </ul>	
11.20-12.20	RI 3	<p><b>Dezvoltarea unui pitch</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Examinați factorii asociați acțiunii efective</li> <li>• Introducerea conceptului de „Puterea celor trei”</li> <li>• Oferiți spațiu participanților să dezvolte un pitch și să-l prezinte grupului</li> <li>• Utilizați activitatea de pitch pentru a consolida caracteristicile unui pas efectiv, atât din punct de vedere al conținutului (de exemplu demonstrarea înțelegerii nevoilor și experiențelor clientului), cât și al formatului (de exemplu, un început clar, mediu și final)</li> </ul>	<p>Încheierea activității 4 ⇨</p> <p>Cereți participanților să dezvolte un pitch de trei minute legat de o idee pentru o nouă afacere verde sau un proiect pentru o afacere verde existentă. Observați dacă un grup mic oferă spațiu pentru toți participanții să-și prezinte pitch-ul. În cazul unui grup mare, cereți voluntarilor să se prezinte altor persoane din grup. Furnizați participanților bani de hârtie și solicitați-le să aloce banii în prezentări cu privire la investițiile în afaceri. Utilizând banii alocați diferitelor grupuri, facilitați o</p>

				discuție de grup cu privire la eficacitatea activității de pitch.
12.20-12.30		<p><b>Rezumat</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizați un rezumat al problemelor esențiale care apar în cadrul workshopului, inclusiv: diferența dintre un plan și planificare, factorii cheie asociați cu un pitch eficient și pitching-ul este un proces de învățare continuu, care oferă feedback</li> </ul>		Furnizați legături către resurse de prezentări eficiente și exemple de diferite domenii de afaceri și de întreprindere