

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

O3- Elaborarea curriculumului

Unitate/Modul: Creșterea gradului de conștientizare cu privire la o afacere verde
Tipul documentului: Plan sesiune workshop

Sesiunea 1: Creșterea nivelului de conștientizare. Ce este?

Data:		Durata:	
Locația:		Moderată de:	
Titlu			

Obiectiv general:	Scopul acestui workshop este de a prezenta ceea ce se înțelege prin creșterea gradului de conștientizare asupra unei afaceri verzi. În acest sens, workshopul vă va permite: (i) să reflectați asupra modului în care creșterea gradului de conștientizare a afacerii contribuie la furnizarea propunerii de valoare a afacerii și (ii) să înțelegeți nevoile și dorințele clienților dvs.
Rezultatele învățării	RI1: Înțelegerea a ce se înțelege prin creșterea gradului de conștientizare în contextul inițierii și dezvoltării unei afaceri verzi RI2: Înțelegerea impactului mediului de afaceri atunci când dezvoltăți o propunere de valoare pentru o afacere ecologică RI3: Analizarea pietelor și nevoilor clienților

Durata	Rezultatul învățării	Descriere	Slide-uri	Evaluarea învățării și activități
09.30-09.45	-	<p>Privire de ansamblu asupra workshopului</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prezența sesiunea, tema, ordinea de zi și discuții așteptările • Prin intermediul activității de captare a atenției, reflectați asupra a ceea ce înțelegem prin creșterea gradului de conștientizare a unei afaceri verzi și importanța înțelegerii propunerii de valoare în dezvoltarea și gestionarea unei afaceri verzi 		<p>Prezentarea participanților</p> <p>Captarea atenției – Ce înseamnă creșterea gradului de conștientizare pentru inițierea și gestionarea propriei afaceri?</p>
09.45-10.00	R11	<p>Ce este?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducerea conceptului de marketing ca obiectiv pentru detaliera a ceea ce înțelegem prin comercializare • Examinați definițiile cel mai frecvent utilizate cu privire la marketing • Utilizați definițiile pentru a evidenția diferența dintre marketing și vânzare • Identificați importanța înțelegerii clientului în luarea deciziilor privind comercializarea unei afaceri ecologice • Utilizând citatul lui Robert Craven, revizuiți valoarea marketingului ca activitate de afaceri 		<p>Încheierea activității 1 ⇨</p> <p>Utilizând materialele privind activitățile întreprinderilor mici și mijlocii din economia verde, participanții identifică asemănările și diferențele dintre activitățile de marketing ale întreprinderilor mici și mari. Reflectați asupra rezultatelor cu referință la Craven</p>

10.00-10.50	R12	<p>Înțelegerea mediului de afaceri pentru afacerile verzi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revizuirea principalelor părți interesate în demararea și dezvoltarea unei afaceri verzi și a influenței acestora asupra dezvoltării afacerii • Introducerea clientului ca actor și gestionarea relației cu clientul ca sursă de date și informații • Introducerea cadrului PEST ca modalitate de înțelegere a impactului mediului de afaceri 	Încheierea activității 2 ⇨ În grupuri de 3 - 4, completați o analiză PEST detaliată a situației mediului de afaceri pentru întreprinderile verzi [într-o țară - de ex. Regatul Unit]. Analiza trebuie completată pe planșe astfel încât conținutul să poată fi utilizat în alte secțiuni ale workshopului.
10.50-11.00		Pauză de ceai și cafea	
11.00-11.30	RI 2	<p>Care este propunerea dvs. de valoare?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prezența schița modelului de afaceri și diferitele elemente de constitutive ale unui model de afaceri • Introducerea conceptului propunerii de valoare și a importanței sale în modelul de afaceri pentru o afacere verde • Detaliați cum să dezvoltați o propunere de valoare pentru o afacere verde - de ex. prin înțelegerea concurenței și prin implicarea părților interesate ale afacerii cu privire la motivul pentru care se angajează în afaceri 	Încheierea activității 3 ⇨ Participanții trebuie să dezvolte o propunere de valoare și apoi să o prezinte celorlalți participanți. Facilitați altor participanți testarea prezentării propunerii de valoare
11.30-12.15	RI 3	Înțelegerea nevoilor clienților	Încheierea activității 4 ⇨

		<ul style="list-style-type: none"> • Analizați diferențele dintre nevoi și dorințe • Revedeți importanța segmentării bazei de clienți a unei afaceri verzi • Descrieți diferitele criterii care pot fi utilizate pentru a segmenta clienții unei afaceri verzi • Introduceți un cadru diferite care pot fi utilizate pentru segmentarea clienților unei afaceri verzi 	<p>Participanții trebuie să reflecteze asupra clienților afacerii lor și să efectueze o segmentare informală.</p> <p>Facilitați o discuție de grup cu privire la problemele-cheie care vor ieși din cartografiere.</p> <p>Rezultatele pot fi apoi utilizate pentru a susține temele</p>
12.15-12.30	-	<p>Rezumat și temă</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizați un rezumat al problemelor esențiale care vor apărea în cadrul workshopului, inclusiv: ce înțelegem prin creșterea gradului de conștientizare a unei afaceri, importanța dezvoltării unei propuneri de valoare eficace, a diferenței dintre nevoi și dorințe • Descrieți tema - pentru a finaliza o analiză a nevoilor diferitelor segmente ale clienților 	

