

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

03- Elaborarea curriculumului

Unitate/Modul: Creșterea gradului de conștientizare cu privire la o afacere verde

Tipul documentului: Plan sesiune workshop

Sesiunea 3: Cum știți că funcționează?

Data:		Durata:	
Locația:		Moderată de:	
Titlu			

Obiectiv general:	Scopul acestui workshop este de a analiza procesele și practicile implicate în revizuirea eficienței activităților de creștere a gradului de conștientizare a unei afaceri verzi. În acest sens, workshopul vă va permite: (i) să dezvoltați o strategie de revizuire a eficacității activităților utilizate pentru a crește gradul de conștientizare a afacerii; (ii) să dezvoltați indicatori care să identifice ce funcționează bine și ce funcționează mai puțin bine și (iii) să schițeze un plan de acțiune pentru revizuirea activităților de marketing desfășurate de compania dvs.
Rezultatele învățării:	<p>R11: Să dezvolte o strategie pentru activitățile de revizuire întreprinse pentru a crește gradul de conștientizare a unei afaceri verzi</p> <p>R12: Să fie în măsură să elaboreze indicatori care să poată fi utilizați pentru a revizui eficacitatea activităților întreprinse în vederea conștientizării unei afaceri verzi</p> <p>R13: Să fie în măsură să identifice acțiunile necesare pentru a spori impactul activităților întreprinse în creșterea gradului de conștientizare a unei afaceri verzi</p>

Durata	Rezultatul învățării	Descriere	Slide-uri	Evaluarea învățării și activități
09.30-09.45	-	<p>Recapitulare și privire de ansamblu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prezența sesiunea, tema workshopului, ordinea de zi și discutați așteptările • Prin intermediul activității de captare a atenției, reflectați asupra importanței unei strategii de revizuire a activităților utilizate pentru a crește gradul de conștientizare a unei afaceri verzi 		<p>Prezentarea cursanților</p> <p>Captarea atenției – Identificați trei beneficii ale înțelegerii ce funcționează bine și mai puțin bine în ceea ce privește creșterea gradului de conștientizare a unei afaceri verzi</p>
09.45-10.00	R11	<p>Reflectare asupra temei</p> <ul style="list-style-type: none"> • Examinați rezultatele cheie din temele propuse • Evidențiați nevoia de a cunoaște în procesul de planificare • Înlăturați diferențele dintre practicile și procesele formale și informale 		<p>Reflectați asupra rezultatelor cheie din discuția de grup pe flipchart</p>
10.00-10.30	R11	<p>Dezvoltarea strategiei</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prezența importanța dezvoltării unei strategii de marketing • Explorați conceptul de diferențiere a produsului, 		<p>Încheierea activității 1 ⇨</p> <p>Participanții elaborează rubrici cheie pentru o strategie de marketing pentru propria</p>

			poziționarea produsului și poziționarea valorilor		afacere. Fiecare participant va oferi un rezumat concis al strategiei sale celorlalți participanți
10.30-10.50	RI2		<p>Înțelegerea nevoilor care trebuie satisfăcute</p> <ul style="list-style-type: none"> Evidențiați importanța stabilirii obiectivelor SMART Folosind schema Kotler, revizuiți indicatorii care pot fi utilizați și relația dintre obiective și indicatori Analizați modul în care măsurile de succes pot fi încorporate în cadrul activităților de marketing 		
10.50-11.00			Pauză de ceai și cafea		
11.00-11.30	RI2		<p>Înțelegerea nevoilor care pot fi cuantificate</p> <ul style="list-style-type: none"> Revedeți aspecte legate de calendarul și de responsabilitățile oamenilor în revizuirea eficacității activităților de marketing Examinați metodele care pot fi utilizate pentru a revizui eficiența activităților de marketing, atât cantitative (de exemplu, Google Analytics), cât și calitative (de exemplu, focus grupuri) 		Încheierea activității 2 ⇒ Pe baza unei liste de indicatori Kotler, participanții trebuie să evalueze ce indicatori ar putea utiliza și modul în care afacerea lor va fi analizată.
11.30-12.20	RI2 și RI3		<p>Revizuiți ce funcționează bine și ce funcționează mai puțin bine – studiu de caz</p> <ul style="list-style-type: none"> Prezentați studiul de caz (fie că este vorba de un 		Sesiune de întrebări și răspunsuri ⇒ notați rezultatele sesiunii Q & A pe un flipchart

		<p>studiu de caz scris, fie de un studiu de caz live - ori de câte ori este posibil, utilizați un studiu de caz live)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studiul de caz trebuie: să reflecte modul în care se evaluează eficacitatea activităților de marketing, ce funcționează bine și mai puțin bine, oportunitățile și provocările în revizuirea eficacității activităților de marketing și cheia „cum să” • Utilizați rezultatele studiului de caz pentru o sesiune de întrebări și răspunsuri cu participanții sau o activitate de grup 		<p>pentru a fi folosite în realizarea rezumatului și a temei. Dacă gestionați o activitate de grup ⇒ schițați o activitate bazată pe experiența studiului de caz și apoi facilitați feedback-ul și interacțiunea cu studiul de caz</p>
12.20-12.30		<p>Rezumat Realizați un rezumat al problemelor cheie care vor apărea în cadrul workshopului.</p>		