

**Πράσινο Πρόγραμμα Κατάρτισης Επιχειρηματικότητας (GET-UP)**

**03- Ανάπτυξη του αναλυτικού προγράμματος**

**Μονάδα / Ενότητα:** Αύξηση της αναγνωρισιμότητας μιας πράσινης επιχείρησης

**Τύπος εγγράφου:** Σχέδιο προγράμματος Εργαστηρίου

**Υποενότητα 1: Τι είναι;**

<b>Ημερομηνία:</b>		<b>Χρόνος:</b>	
<b>Τοποθεσία:</b>		<b>Διεξάγει από:</b>	
<b>Τίτλος</b>			

<b>Γενικός Στόχος:</b>	Στόχος αυτού του εργαστηρίου είναι να εισαγάγει τι σημαίνει αναγνωρισιμότητα σε μια πράσινη επιχείρηση. Με τον τρόπο αυτό, το σεμινάριο θα σας δώσει τη δυνατότητα: (i) να προβληματιστείτε για το πώς η αναγνωρισιμότητα μίας επιχείρησης συμβάλλει στην επίτευξη της αξίας της επιχείρησης και (ii) να κατανοήσετε τις ανάγκες και τις επιθυμίες των πελατών σας.
<b>Μαθησιακά αποτελέσματα:</b>	MA1: Κατανόηση του τι εννοείται με το αναγνωρισιμότητα στο πλαίσιο της δημιουργίας και της ανάπτυξης μιας πράσινης επιχείρησης MA2: Κατανόηση του αντίκτυπου του επιχειρηματικού περιβάλλοντος κατά την ανάπτυξη μιας πρότασης αξίας για μια πράσινη επιχείρηση MA3: Ικανότητα ανάλυσης αγορών και αναγκών πελατών

χρόνος	Μαθησιακό αποτέλεσμα	Εισαγωγή	Διαφάνειες	Δραστηριότητες μάθησης και αξιολόγησης
09.30-09.4 5	-	<b>Επισκόπηση εργαστηρίου</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Εισαγάγετε την υποενοότητα, το θέμα του εργαστηρίου, το ημερήσιο πρόγραμμα και συζητήστε τις προσδοκίες των εκπαιδευόμενων</li> <li>Μέσα από την προεισαγωγή, σκεφτείτε τι εννοούμε αυξάνοντας την αναγνωρισιμότητα μίας πράσινης επιχείρησης και τη σημασία της κατανόησης της πρότασης αξίας στην ανάπτυξη και διαχείριση πράσινων επιχειρήσεων</li> </ul>		<p>Εισαγωγή από τους συμμετέχοντες</p> <p>Προεισαγωγή - Τι σημαίνει η αναγνωρισιμότητα για την δημιουργία και τη διαχείριση της δικής σας επιχείρησης ;</p>
09.45 - 10.00	MA1	<b>Τι είναι;</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Εισάγετε την έννοια του μάρκετινγκ ως φακό για να αποσυσκευάζετε αυτό που εννοούμε με το μάρκετινγκ</li> <li>Ανασκοπήστε τους πιο συνηθισμένους ορισμούς του μάρκετινγκ</li> <li>Χρησιμοποιήστε τους ορισμούς για να περιγράψετε τη διαφορά μεταξύ μάρκετινγκ και πωλήσεων</li> <li>Αναγνωρίστε τη σημασία της κατανόησης του πελάτη στη λήψη αποφάσεων σχετικά με τον</li> </ul>		<p>Συμπλήρωση Δραστηριότητας 1 ⇒ χρησιμοποιώντας τα υλικά σχετικά με τις δραστηριότητες των μικρών και μεγάλων επιχειρήσεων στην πράσινη οικονομία, οι συμμετέχοντες θα προσδιορίσουν τις ομοιότητες και τις διαφορές στις δραστηριότητες</p>

		<p>τρόπο εμπορευματοποίησης μίας πράσινης επιχείρησης</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Χρησιμοποιώντας το απόσπασμα από τον Robert Craven, επανεξετάστε την αξία του μάρκετινγκ ως επιχειρηματική δραστηριότητα</li> </ul>		<p>μάρκετινγκ μικρών και μεγάλων επιχειρήσεων. Αναφέρετε τα αποτελέσματα με βάση το απόσπασμα από τον Craven</p>
10.00-1 0.50	MA2	<p><b>Κατανοώντας το επιχειρηματικό περιβάλλον των πράσινων επιχειρήσεων</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ανασκόπηση των βασικών ενδιαφερομένων μερών στην δημιουργία και ανάπτυξη πράσινων επιχειρήσεων και την επιρροή τους στην ανάπτυξη της επιχείρησης</li> <li>Εισαγάγετε τον πελάτη ως ενδιαφερόμενο μέρος και τη διαχείριση της σχέσης με τον πελάτη ως πηγή δεδομένων και ενόρασης</li> <li>Εισαγάγετε το πλαίσιο PESTLE ως έναν τρόπο κατανόησης του αντίκτυπου του επιχειρηματικού περιβάλλοντος</li> </ul>		<p>Συμπλήρωση Δραστηριότητας 2 ⇨ Σε ομάδες 3ων έως 4ων, συμπληρώστε μια αναλυτική ανάλυση PESTLE για το επιχειρηματικό περιβάλλον για πράσινες επιχειρήσεις [σε μια χώρα - π.χ. το Ηνωμένο Βασίλειο]. Η ανάλυση θα πρέπει να ολοκληρωθεί σε αναδιπλούμενους πίνακες (flipcharts) έτσι ώστε το περιεχόμενο να μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε άλλα τμήματα του εργαστηρίου</p>
10.50 -11.00		<b>Τσάι και καφές</b>		
11.00-11.30	MA2	<p><b>Ποια είναι η αξία σας;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Εισαγάγετε τον καμβά επιχειρηματικού μοντέλου και τις διάφορες δομικές μονάδες ενός</li> </ul>		<p>Συμπλήρωση Δραστηριότητας 3 ⇨ P οι συμμετέχοντες θα</p>

		<p>επιχειρηματικού μοντέλου</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Εισάγετε την έννοια της πρότασης αξίας και την κεντρική της θέση στο επιχειρηματικό μοντέλο για μια πράσινη επιχείρηση</li> <li>• Αποσυσκευάστε τον τρόπο με τον οποίο θα αναπτύξετε μια πρόταση αξίας για μια πράσινη επιχείρηση - π.χ. μέσω κατανόησης του ανταγωνισμού και της σχέσης με τους ενδιαφερόμενους της επιχείρησης σχετικά με το γιατί εμπλέκονται με την επιχείρηση</li> </ul>		<p>αναπτύξουν μια πρόταση αξίας και στη συνέχεια θα την παρουσιάσουν στους άλλους συμμετέχοντες. Ενθαρρύνετε άλλους συμμετέχοντες να αξιολογήσουν τις παρουσιάσεις των εν λόγω προτάσεων αξίας</p>
11. 30-12.15	MA3	<p><b>Κατανόηση των αναγκών των πελατών σας</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Εξερευνήστε τις διαφορές μεταξύ των αναγκών και των επιθυμιών</li> <li>• Αναθεωρήστε τη σημασία της κατάτμησης της πελατειακής βάσης μιας πράσινης επιχείρησης</li> <li>• Περιγράψτε τα διάφορα κριτήρια που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την κατάτμηση των πελατών μιας πράσινης επιχείρησης</li> <li>• Εισαγωγή διαφορετικών πλαισίων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την κατάτμηση των πελατών μιας πράσινης επιχείρησης</li> </ul>		<p>Συμπλήρωση Δραστηριότητας 4 ⇨ Οι συμμετέχοντες θα προβληματιστούν σχετικά με τους πελάτες της επιχείρησής τους αναλαμβάνοντας μία ανεπίσημη κατάτμηση. Διεξάγετε μια ομαδική συζήτηση σχετικά με βασικά θέματα που θα προκύψουν από τη χαρτογράφηση. Τα αποτελέσματα μπορούν στη συνέχεια να χρησιμοποιηθούν για να υποστηρίξουν την εργασία</p>

12,15 -12,30	-	<b>Συνοπτική παρουσίαση και εργασία</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Παρέχετε μια περίληψη των βασικών ζητημάτων που προκύπτουν από το εργαστήριο, όπως: τι εννοούμε με την αναγνωρισιμότητα μιας επιχείρησης, τη σημασία της ανάπτυξης μιας αποτελεσματικής πρότασης αξίας, τη διαφορά μεταξύ των αναγκών και των επιθυμιών</li><li>• Περιγράψτε την εργασία - ολοκλήρωση ανάλυσης των αναγκών των διαφόρων πελατειακών τμημάτων</li></ul>		
--------------	---	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

