

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 3: Πώς ξέρεις ότι δουλεύει;

Ημερομηνία:		Χρόνος:	
Τοποθεσία:		Διεξάγει από:	
Τίτλος			

Γενικός Στόχος:	Στόχος του εργαστηρίου αυτού είναι να επιθεωρήσει τις διαδικασίες και τις πρακτικές που σχετίζονται με την αναθεώρηση της αποτελεσματικότητας των δραστηριοτήτων που χρησιμοποιούνται για την αναγνωρισιμότητα μιας πράσινης επιχείρησης. Με τον τρόπο αυτό, το σεμινάριο θα σας δώσει τη δυνατότητα: (i) να αναπτύξετε μια στρατηγική για την ανασκόπηση της αποτελεσματικότητας των δραστηριοτήτων που χρησιμοποιούνται για την αναγνωρισιμότητα της επιχείρησης, (ii) να αναπτύξετε δείκτες που θα προσδιορίζουν τι δουλεύει καλά και τι δουλεύει λιγότερο καλά (iii) να δημιουργήσετε ένα σχέδιο δράσης για την αναθεώρηση των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ που αναλαμβάνει η επιχείρησή σας.
Μαθησιακά αποτελέσματα:	ΜΑ1: Ικανότητα ανάπτυξης στρατηγικής για δραστηριότητες αναθεώρησης που αναλαμβάνονται σχετικά με την αναγνωρισιμότητα μίας πράσινης επιχείρησης ΜΑ2: Ικανότητα ανάπτυξης δεικτών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την ανασκόπηση της αποτελεσματικότητας των δραστηριοτήτων που αναλαμβάνονται σχετικά με την αναγνωρισιμότητα μίας

	<p>πράσινης επιχείρησης</p> <p>MA3: Ικανότητα προσδιορισμού ενεργειών που απαιτούνται για να ενισχυθεί ο αντίκτυπος των δραστηριοτήτων που αναλαμβάνονται σε σχέση με την αναγνωρισιμότητα μίας πράσινης επιχείρησης</p>
--	--

χρόνος	Μαθησιακό αποτέλεσμα	Εισαγωγή	Διαφάνειες	Δραστηριότητες μάθησης και αξιολόγησης
09.30-09.45	-	<p>Επισκόπηση Εργαστηρίου</p> <ul style="list-style-type: none"> Εισαγάγετε την υποενοότητα, το θέμα του εργαστηρίου, το ημερήσιο πρόγραμμα και συζητήστε τις προσδοκίες των εκπαιδευόμενων Μέσα από την προεισαγωγή, αναλογιστείτε τη σημασία της ύπαρξης μιας στρατηγικής για την ανασκόπηση των δραστηριοτήτων που χρησιμοποιούνται για την αναγνωρισιμότητα μίας πράσινης επιχείρησης 		<p>Εισαγωγή από τους εκπαιδευόμενους</p> <p>Προεισαγωγικό - Προσδιορίστε τα τρία πλεονεκτήματα της κατανόησης του τι δουλεύει καλά και λιγότερο καλά σε ότι αφορά την προώθηση της αναγνωρισιμότητα μίας πράσινης επιχείρησης</p>
09.45-10.00	MA1	<p>Ανταπόκριση στην εργασία για το σπίτι</p> <ul style="list-style-type: none"> Ελέγξτε τα βασικά αποτελέσματα από την 		Χαρτογράφηση σκέψης βασικών αποτελεσμάτων

		<p>εργασία</p> <ul style="list-style-type: none"> • Επισημάνετε τα βασικά " πρέπει να γνωρίζετε" της διαδικασίας σχεδιασμού • Δώστε έμφαση στη διαφορά μεταξύ επίσημων και ανεπίσημων πρακτικών και επεξεργασιών 		ομαδικής συζήτησης στον αναδιπλούμενο πίνακα (flipchart) σας
10.00-10.30	MA1	<p>Ανάπτυξη στρατηγικής</p> <ul style="list-style-type: none"> • Επισημάνετε και εισάγετε την αξία της ανάπτυξης μιας στρατηγικής μάρκετινγκ • Εξερευνήστε την έννοια της διαφοροποίησης προϊόντων, της τοποθέτησης προϊόντων και της πρότασης αξίας 		<p>Συμπλήρωση Δραστηριότητας 1 ⇨ Οι συμμετέχοντες θα αναπτύξουν τις βασικές επικεφαλίδες μίας στρατηγικής μάρκετινγκ για τη δική τους επιχείρηση. Κάθε συμμετέχων θα παρέχει μια εστιασμένη περίληψη της στρατηγικής του στους άλλους συμμετέχοντες</p>
10.30-10.50	MA2	<p>Κατανοώντας το τι πρέπει να μετρηθεί</p> <ul style="list-style-type: none"> • Σκιαγραφήστε τη σημασία της καθιέρωσης των στόχων SMART • Αντλώντας από τον Kotler, αναθεωρήστε τους δείκτες που μπορούν να χρησιμοποιηθούν και τη σχέση μεταξύ στόχων και δεικτών • Εξερευνήστε τους τρόπους με τους οποίους 		

		τα μέτρα επιτυχίας μπορούν να ενσωματωθούν στις δραστηριότητες μάρκετινγκ		
10.50- 11.00		Τσάι και Καφές		
11.00-11.30	MA2	Κατανοώντας το τι πρέπει να μετρηθεί <ul style="list-style-type: none"> • Ελέγξτε τα θέματα που σχετίζονται με τα χρονοδιαγράμματα και τις ευθύνες των προσώπων που θα ανατεθούν στην ανασκόπηση της αποτελεσματικότητας των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ • Ελέγξτε τις μεθόδους που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την ανασκόπηση της αποτελεσματικότητας των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ, τόσο ποσοτικών (π.χ. Google Analytics) όσο και ποιοτικών (π.χ. ομάδες εστίασης) 		Συμπλήρωση Δραστηριότητας 2 ⇒ Με βάση μια λίστα δεικτών όπως συνοψίστηκαν από Kotler, οι συμμετέχοντες πρέπει να καταγράψουν τους δείκτες που θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν και τους τρόπους με τους οποίους θα μπορούσαν να μετρηθούν στην επιχείρησή τους
11.30-12.20	MA2 και MA3	Ανασκόπηση του τι δουλεύει καλά και λιγότερο καλά - Μια περιπτωσιολογική μελέτη <ul style="list-style-type: none"> • Εισάγετε την περιπτωσιολογική μελέτη (είτε πρόκειται για φανταστική είτε για αληθινή περιπτωσιολογική μελέτη - όπου είναι δυνατόν, χρησιμοποιήστε μια αληθινή περιπτωσιολογική μελέτη) • Η μελέτη περίπτωσης πρέπει να 		Εάν διαχειρίζεστε μία συνεδρία E&A ⇒ Χαρτογραφήστε τα αποτελέσματα από συνεδρία E&A σε ένα αναδιπλούμενο πίνακα (flipchart) προς χρήση στην εισαγωγή της περίληψης και της εργασίας

		<p>προβληματίσει σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο αξιολογείται η αποτελεσματικότητα των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ, τι δουλεύει καλά και λιγότερο καλά, τις ευκαιρίες και τις προκλήσεις στην αναθεώρηση της αποτελεσματικότητας των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ και τα ουσιαστικά "πώς να"</p> <ul style="list-style-type: none"> • Χρησιμοποιήστε τις εμπειρίες της περιπτωσιολογική μελέτη για μια συνεδρία E&A με τους συμμετέχοντες ή μια ομαδική δραστηριότητα 		<p>στο σπίτι Εάν διαχειρίζεται μια ομαδική δραστηριότητα ⇒ σκιαγραφήστε μια δραστηριότητα που να βασίζεται στις εμπειρίες της περιπτωσιολογικής μελέτης και στη συνέχεια ενθαρρύνεται μία συζήτηση ανατροφοδότησης και ανάδρασης με τα στοιχεία της περιπτωσιολογική μελέτη</p>
12.20-12.30		<p>Περίληψη Παρέχετε μια περίληψη των βασικών ζητημάτων που προκύπτουν από το εργαστήριο, και που περιλαμβάνουν:</p>		