

Green Entrepreneurship Training (GET-UP) Projekt

03- Entwicklung des Curriculums

Einheit/Modul: **Bewusstsein für nachhaltige Unternehmen schaffen**

Art des Dokuments: **Workshop Tagungsplan**

Einheit 2: Wie machen Sie es?

Datum:		Zeit:	
Ort:		Durchgeführt von:	
Titel			

Gesamtziel:	Ziel dieses Workshops ist es, die Prozesse und Praktiken, die zur Bekanntmachung eines nachhaltigen Unternehmens führen, zu überprüfen. Der Workshop ermöglicht Ihnen dabei: (i) die Bedürfnisse Ihrer Kunden zu analysieren, (ii) einen Plan für den Wechsel von der Forschung zur Handlung zu entwickeln, um die Bekanntheit des Unternehmens zu vergrößern und (iii) die Vor- und Nachteile verschiedener Tools zu überprüfen.
Lernergebnisse:	LE1: In der Lage sein, einen Markt zu erforschen, um die Bedürfnisse von Kunden nachhaltiger Unternehmen zu identifizieren LE2: In der Lage sein, Geschäftsziele auf Kundenbedürfnisse auszurichten LE3: In der Lage sein, einen Marketingplan zu entwickeln LE4: In der Lage sein, geeignete Instrumente für die Bekanntmachung nachhaltiger Unternehmen zu identifizieren

Zeit	Lernergebnisse	Input	Folien	Lern- und Bewertungsaktivitäten
09.30-09.45	-	Rückblick und Vorschau <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Sitzung, das Workshop-Thema, die Agenda und Diskussion der Erwartungen • Denken Sie anhand des Eisbrechers über verschiedene Tools nach, die zur Bekanntheit eines Unternehmens auf verschiedenen Ebenen beitragen können 		Einführung von den Lernenden Eisbrecher – Identifizieren Sie drei verschiedene Möglichkeiten, die Bekanntheit eines nachhaltigen Unternehmens zu vergrößern und denken sie für jede dieser Möglichkeiten über einen Vor- und Nachteil nach
09.45-10.00	LE1	Überlegung zu den Hausaufgaben <ul style="list-style-type: none"> • Überprüfen Sie, was die Teilnehmer über ihre Kunden und durch die erste Analyse der Bedürfnisse gelernt haben • Denken Sie über die Nützlichkeit verschiedener Segmentierungsframeworks nach 		Stellen Sie die wichtigsten Ergebnisse aus der Gruppendiskussion auf einem Flipchart dar
10.00-10.40	LE1	Den Markt analysieren und erforschen <ul style="list-style-type: none"> • Geben Sie eine Definition, was mit der Analyse und der Erforschung des Marktes gemeint ist • Nutzen Sie das Video von Hamish Taylor, um den Unterschied zwischen Daten und 		Schließen Sie Aktivität 1 ab ⇒ Die Teilnehmer reflektieren über Forschungsaktivitäten, die ihr Unternehmen bisher unternommen hat, um das

		<p>Einsichten darzustellen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Überprüfen Sie die Vor- und Nachteile verschiedener Ansätze zur Analyse und Erforschung des Marktes • Heben Sie den Unterschied zwischen primären und sekundären Methoden hervor • Heben Sie die Vor- und Nachteile von unterschiedlichen primären Forschungsmethoden hervor • Identifizieren Sie die Unterstützungsquellen zur Analyse und Erforschung des Marktes 		<p>Unternehmen zu gründen oder weiterzuentwickeln - geben Sie ihnen die folgenden Stichpunkte: (i) warum wurde es unternommen, (ii) wie wurde es durchgeführt und (iii) was haben sie davon gelernt. Ermöglichen Sie eine Gruppendiskussion, um den Unterschied zwischen Daten und Erkenntnissen zu identifizieren</p>
10.40-10.50		Tee und Kaffee		
10.50-11.30	LE2 und LE3	<p>Planen, was zu tun ist</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stellen Sie die Schlüsselemente des Kotler- und Armstrong-Frameworks und seinen Wert, bei der Bekanntmachung für Produkte und Dienstleistungen von einem nachhaltigen Unternehmen, dar • Führen Sie das SOSTAC und "Lean Analytics" Modell ein und stellen Sie weitere Links zu weiterführender Literatur zur Verfügung • Führen Sie das Konzept des unternehmerischen Marketings, die vier I's und den Nutzen bei der Vermarktung eines nachhaltigen Unternehmens ein. Nutzen Sie das vier I Modell von Stokes, um 		<p>Schließen Sie Aktivität 2 ab ⇒ Die Teilnehmer wenden die vier I's von Stokes auf ihr Unternehmen an. Ermöglichen Sie eine Gruppendiskussion, um das Schlüsselwissen in Bezug auf ihre Unternehmen zu identifizieren.</p>

		die Aktivität zu unterstützen		
11.30-12.20	LE3 und LE4	<p>Von der Planung zur Durchführung – eine Fallstudie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Führen Sie eine Fallstudie ein (entweder Papierbasiert oder eine live Fallstudie - wenn möglich, eine live Fallstudie nutzen) • Die Fallstudie muss: darstellen, wer sie sind, was sie machen, was ihr Plan zur Bekanntmachung ihres Unternehmens ist, die Tools und Techniken, die sie dafür nutzen wollen und die Effektivität der unterschiedlichen Tools und Techniken erläutern • Nutzen Sie die Erfahrungen der Fallstudie für eine Frage-Antwort-Runde mit den Teilnehmern oder eine Gruppenaktivität 		<p>Wenn Sie eine Frage-Antwort-Runde leiten ⇒ bilden Sie die Ergebnisse der Fragen und Antworten auf einem Flipchart ab, um die Zusammenfassung und die Hausaufgaben zu erläutern</p> <p>Wenn Sie eine Gruppenaktivität leiten ⇒ skizzieren Sie eine Aktivität, basierend auf den Erfahrungen der Fallstudie und ermöglichen Sie Feedback und Interaktionen zu der Fallstudie</p>
12.20-12.30	-	<p>Zusammenfassung und Hausaufgaben</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geben Sie eine Zusammenfassung der wichtigsten Themen des Workshops an. Diese sind: Unterschiede zwischen Daten und Erkenntnissen, Vor- und Nachteile der verschiedenen Ansätze zur Marktforschung, die Bedeutung eines unternehmerischen Ansatzes für das Marketing sowie die Vor- und Nachteile verschiedener Tools zur Bekanntmachung eines 		

		nachhaltigen Unternehmens		
		<ul style="list-style-type: none">• Stellen Sie die Hausaufgaben dar – Entwicklung eines Plan zur Bekanntmachung ihrer Unternehmen		