



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ERASMUS+ PROGRAMME
Key Action 2 – Strategic Partnerships

TELE

“Að kenna frumkvöðlafræði – að læra frumkvöðlafræði”

Verkefni nr.: **2014-1-DE02-KA200-001538**

TELE þjálfunar aðferðir

1. Inngangur

Allir þátttakendur í TELE stóðu fyrir rannsóknum og greiningu á núverandi ástandi og stöðu frumkvöðlafræði á sínu svæði ásamt stöðumati. Allir þátttakendur í TELE verkefninu gerðu rannsóknir og greiningu á ástandi frumkvöðlafræðslu í eigin landi.

Þátttakendur gerðu ítarlegar rannsóknir á tveimur meginatriðum: Atvinnuleysi og núverandi frumkvöðlafræðslu í eigin landi. Þeir rannsökuðu og greindu núverandi vinnusmiðjur og báru saman stefnu, aðferðir og nálgun í hverju landi með sérstakri áherslu á mælanleika árangurs með það markmið í huga að koma auga á hvað virkar og hvað virkar ekki og þyrfti að breyta. Í skýrslum voru einnig kynntir til sögunnar markhópar og einkenni þeirra og sérþarfir.

Í skýrslum sínum kynntu þeir einnig markhópa sína, einkenni þeirra og sérstakar þarfir.

Þeir söfnuðu saman námsefni (einkum úr eigin bekkjum) sem fjölluðu um gagnkvæma og nýskapandi nálgun. Niðurstöðurnar voru síðan notaðar sem grunnur við þróun þjálfunar eininga (Training Modules).

Á síðustu 20-25 árum hefur verið vaxandi áhersla á innan ESB á frumkvöðlafræði

ESB skýrslur sýna yfirleitt fram á að frumkvöðlafræði hefur mjög hvetjandi áhrif að því tilskyldu að kennarar séu áhugasamir.

TELE frumkvöðlasmiðjur eru blanda af „lærðu með því að gera/learning by doing“ og fyrirlesturum um efnið. Hægt er að nota þessa aðferð á mjög áhrifaríkan hátt til að auka hvata og sköpunargleði innan jaðarhópa. Aðstæður þessara hópa eru mjög slæmar í

sumum Evrópulöndum. Einstaklingarnir kljást oft við lágt sjálfsmat eftir að hafa flosnað upp úr námi eða vinnu, ofvirkni, athyglisbrest, lesblindu, þunglyndi o.s.frv..

Frumkvöðla vinna er bæði skemmtileg og ögrandi. Hver hópur eða þátttakandi býr til einfalda viðskiptaáætlun sem þeir kynna fyrir hópnum í lok frumkvöðlasmiðjunnar. Hóparnir búa síðan yfirleitt til markaðsefni, eins og bæklinga og heimasíður ef hægt er, þeir gera einnig einfalda internet könnun. Þátttakendur læra einnig grunninn í notkun á Word, Excel og Power Point.

Meginefni frumkvöðlasmiðjanna er eftirfarandi:

- Finna og þróa hugmyndir.
- Hugmynda- og vöruþróun.
- Markmiðasetning og framkvæmdaráætlun.
- Markaðsrannsóknir og markaðssetning.
- Fjármál, skrifstofustörf og mannauðsstjórnun.
- Kynningar- og sölutækni.

Meginkostir eru:

- Skilningur á lífi og starfi frumkvöðla
- Innsýn í heim viðskipta og grundvallar atriði við stofnun og rekstur eigin fyrirtækis eða „non profit“ einingar.
- Tækni við að gera góðar áætlanir.
- Aðferðir við að setja persónuleg og viðskiptaleg markmið og framkvæmd þeirra.
- Vinna saman í skapandi umhverfi með jákvæðu fólki.

Vinna í frumkvöðlasmiðju er í grundvallaratriðum praktísk og snýst um að læra með því að gera með aðstoð leiðbeinanda, oft í tengslum við eigið landsvæði. Margir komast að eiginleikum sem þeir töldu sig ekki hafa búið yfir.

Með aðstoð leiðbeinanda læra nemendur að þróa lítil fyrirtæki eða non profit verkefni innaneiginsamfélags. Margir vissu ekki einu sinni af þessari hæfni sinni.

Í TELE verkefninu er fjallað um þrjár megin námseiningar (sbr. viðauka). Hægt er að aðlaga þær að ólíkum markhópum með ólíkar þarfir.

- Fyrsta einingin er fyrir 12-20 klukkustunda nám.
- Önnur einingin er fyrir viku langt nám (24+ klst)
- Þriðja einingin er fyrir þriggja vikna nám (72+ klst)

Spurningin sem við reynum að svara er: Hvaða aðferð hentar best þörfum hvers markhóps?

Jafnvel þótt við setjum áhersluna á markmið verkefnisins verðum við að leyfa okkur sveigjanleika til að ná fram hámarksárangri.

Sem dæmi má nefna 12 tíma helgarsmiðju (kúrs eða námskeið) en það væri einnig hægt að skipta því í 1-2 tíma í nokkrar vikur. Þessi hluti (modul) myndi líklega henta vel í stofnunum fullorðinsfræðslu í verkmenntanámi.

Mikilvægt er að gleyma ekki byggja inn í námið heimsóknir í starfandi fyrirtæki og/eða fá áhugaverða gestafyrirlesara í heimsókn (samt alltaf sem sjálfboðaliða).

Jafnvel þótt sum þátttökulönd þurfi að glíma við málefni sem rædd voru hérað ofan varðandi meginmarkmið þarf að taka mismunandi staðbundin efnisatriði til skoðunar í hverju sinni. Þetta tákna að við höfum sveigjanleika í að þróa og innleiða TELE aðferðina í hverju landi fyrir sig. Við höfum velt fyrir okkur hvort það kynni að vera skynsamlegt að þróa tvær mismunandi gerðir af kúrsum / smiðjum fyrir hvern hluta (modul). Annan fyrir hið formlega menntakerfi og hinn fyrir „non-formal“ kerfið.

2 Markhópar

Hlutarnir (modules) sem ræddir eru hér að framan eru fyrst og fremst dæmi sem hægt er að aðlaga á ýmsa vegu í samræmi við markmiðin hverju sinni. Hægt er þróa hlutana sem venjulega skólakúrsa og þá er hægt að byggja inni aðra hluti eins og lífsleikni, stærðfræði o.s.frv.

Í fjölda tilvika er afar mikilvægt að gera þátttakendum ljósa þá staðreynd að smiðjan er ekki í öllum tilvikum hugsuð til að hvetja þátttakendur til að hefja eigin starfsemi. Vissulega getur slíkt gerst í ákveðnum tilvikum, en venjulega eru smiðjur fyrir unglinga sem hafa fallið úr námi hugsaðar til að efla sjálfstraustið og aðstoða þá við að setja sér raunhæf markmið í lífinu.

Fyrir nemendur sem falla úr námi eða nemendur sem standa frammi fyrir því getur aðferðin sem hér er fjallað um virkað hvetjandi til að halda áfram námi eða byrja nám aftur með því markmiði að hefja síðar meir eigin starfsemi.

Fyrir aðra markhópa geta smiðjurnar hins vegar verið gagnlegar við að hanna og þróa eigin hugmyndir, jafnvel í hópi með fleirum sem eru á svipuðu róli.

3 Þjálfunar hlutar (modules).

Í verkefninu þróuðu þátttakendur 3 mismunandi þjálfunar hluta (model). Ítarlega lýsingu á því hvernig módelin eru notuð er að finna í TELE handbókinni.

12-20 tíma helgar frumkvöðlasmiðja.

- Unglingar í framhaldsskólum og verkmenntaskólum.
- Ungir atvinnulausir með innflytjenda bakgrunn.
- Nemendur sem fallið hafa úr skóla.
- Nemendur sem glímavið vandamál í skóla og eiga á hættu að falla úr námi.

30 klukkutíma vinnusmiðja, 2x3 klst. að kvöldi til í 5 vikur (eða t.d. í eina langa viku).

- Frumkvöðlasmiðjur sem einkum eru hugsaðar fyrir konur
- Innflytjendur á svæðinu
- Fólk úr jaðarhópum
- Framtíðar frumkvöðlar og frumkvöðlar í start holunum. t.d bændur, sjómenn, verslunarfólk, fólk sem vill styrkja stöðu sína á vinnu markaði.

Þriggja vikna smiðja / 60-70 tímar

- Atvinnulaust folk með áherslu á ungt folk.
- Atvinnulaus ungmenni sem hafa fallið úr skóla
- Langtíma atvinnulausir
- Langtíma atvinnulausir innflytjendur
- Ungir atvinnulausir meðinnflytjendabakgrunn
- Aðrir hugsanlegir markhópar.

3.1 12 - 20 hours training module

Tólf tíma vinnusmiðja (eða seminar / kúrs): Þessi smiðja þyrfti að vera mjög sveigjanleg þar sem um gæti verið að ræða helgar kúrs eða kúrs sem væri skipt upp í 1-3 tíma yfir nokkra vikna tímabil. Þessi hluti (module) myndi líklega henta best í fullorðinsfræðslu eða verkmenntaskóla.

Tele aðferðin þyrfti einnig að henta til kennslu í hefðbundnu skólakerfi. Einn möguleiki er að bjóða sem frjálst val fyrir nemendur það sem kennarar byggju yfir nauðsynlegri þjálfun / þekkingu.

Annar möguleiki væri að byggja TELE aðferðina inní önnur námskeið eins og félagsvísindi, hagfræði o.þ.h. Slíkt námskeið gæti verið 12 – 24 tímar.

3.1.1 Markmið

- Hvatningin felst í því „að læra með því að gera“. Að finna nýjar hugmyndir, að koma auga á tækifæri í eigin nær samfélagi og gagnrýnar umræður um hagkvæmni þeirra, umræður og kennsla um markaði, þarfir o.fl.
- Kynnast því hvernig hægt er að finna leiðir til að nota áhugamálin til atvinnusköpunar.

- Uppgötvaðu eigin styrkleika, hæfni og þekkingu.
- Settu þér raunhæf markmið og þróaðu leiðir til að ná þeim.
- Ef tími gefst til, þá skaltu taka gönguferð um nágrennið og reyna að hitta jákvæða og árangursríka frumkvöðla. Þetta virkar alltaf hvetjandi, og sérstaklega á dreifbýlum svæðum getur þetta virkað hvetjandi fyrir ungt fólk að leita tækifæra í heimabyggð.
- Leitaðu þér upplýsinga um viðskiptaheiminn og “non profit” verkefni.
- Grundvallaratriði: mættu öllum á svæðinu út frá þeirra eigin styrkleika.


3.1.2 Aðferðir

- 4 Ísbrjótar – byggja upp traust í hópnum
- 5 Fjölmennigaleg verkefni
- 6 Þankahríð (brainstorming)
- 7 Jafningjahópar
- 8 Hópavinna
- 9 Einstaklingsvinna
- 10 Vettvangsferðir
- 11 Leikir
- 12 Kynningartækni
- 13 Samræður við starfandi frumkvöðla / heimsóknir í áhugaverð fyrirtæki
- 14 Að gera eigin ferilskrá.

14.1.1 Vinnuprógramm (dæmi)

Ef um er að ræða nemendur í framhaldsskólum þá er heppilegt að hafa Frumkvöðlasmiðjuna í skólanum. Þátttakendur borða gjarnan og sofa í skólanum án þess að það sé skilyrði. Leiðbeinendur eru alltaf til staðar og ganga á milli hópa þegar unnið er að verkefnum.

<i>Tími</i>	<i>Föstudagur</i>	<i>Laugardagur</i>	<i>Sunnudagur</i>
09:00 – 10:00		Morgunverður. Gönguferð eða íþróttir.	Morgunverður. Gönguferð eða íþróttir.
10:00 – 11:00		Fyrirlestur um frumkvöðla og markmiðasetningu. Umræður.	Lokakynning og æfingar.
11:00 – 12:00		Stefnumörkun og markmiðasetning.	Lokaundirbúningur og verkefnavinna..

		Markaðsgreining: finna efni og upplýsingar, hafa samband við fólk innan bransans ef hægt er. Hópa vinna	
12:00 – 13:00		Hádegismatur. Heimsókn frumkvöðuls úr nær umhverfi (val).	Hádegismatur – stutt ganga eða íþróttir
13:00 – 14:00	Pátttakendur mæta og koma sér fyrir.	Að þróa markaðs áætlun – hagnýt vinna. Dreifimiðar, nafnspjöld, heimasíða (facebook) almannatengsl o.fl.	Umræður með öllum hópnum. Ný markmið og ný þekking?
14:00 – 15:00	Upphaf – ísbrjótur	Listin að selja og kynna hugmyndir.	Hópar kynna lokaverkefni sín. Gestir (foreldrar/vinir)
15:00 – 15:15	Kaffihlé	Kaffihlé	Útskrift
15:15 – 16:00	Vinnan næstu daga Hugmyndir og viðskipta-hugmyndir <ul style="list-style-type: none"> Hversvegna stofnar sumt fólk eigið fyrirtæki? Viðhorf, persónuleikinn 	Fjármál, skattar, endurskoðun/bókhald, stofnkostnaður, fjárhagsáætlun.	
16:00 – 17:00	Hlé, stutt ganga eða íþróttir	<ul style="list-style-type: none"> Fjármál, skattar, endurskoðun/bókhald, stofnkostnaður, fjárhagsáætlun 	
17:00 – 18:00	<ul style="list-style-type: none"> Að koma auga á tækifærin í nær-umhverfinu. Hópamyndun. Leitað að hugmyndum til að vinna að í hópum. 	Stutt ganga eða íþróttir	
18:00 – 19:00	<ul style="list-style-type: none"> Frumkvöðlar Hvað er viðskiptaáætlun? Stefnumótun. 	<ul style="list-style-type: none"> Internetið í viðskiptum/samfélagsmiðlar Hópavinna 	

	<ul style="list-style-type: none"> Kynning á sniðmáti sem unnið er með í power point 		
19:00 – 20:00	Pizza?	Pizza?	
20:00 – 21:30	Hópavinna. Hugmyndaþróun, unnið með sniðmát, byrjað að hanna markaðs efni.	Hópavinna, æfa kynningar. Hagnýt vinna við viðskiptaáætlun og markaðsefni.	
21:30 – 22:30	Frjáls tími – umræður	Sölu- og kynningarleikir	

Vinnuprógramm

Undirhluti (Submodule) 1

Markhópur: Unglingar í framhaldsskólum.

FORMLEG MENNTUN: sérstök þjálfun fyrir nemendur í framhaldsskólum innan sérstakra aðgerða innan skólanna.

Lengd: 12 tíma þjálfun: 3 tímar á viku. Lengd 4 vikur

Markmið:

- Aukin hvatning og sköpunarkraftur.
- Leiðarlýsing frá hugmynd til viðskipta
- Gera viðskiptaáætlun

Aðferðir:

- Ísbrjótur :*Gamestorming*
- Hópa dýnamik: *Post-it* tækið
- Canvas líkanið

Vinnuprógramm:

- Um frumkvöðla
- Viðskiptahugmynd: hvað, hvernig, hvar?
- Nýskapandi leit að vinnu.
- Markaðsstefna. Internetið.
- Viðskipta model
- Viðskipta “simulator”

- Networking. Teymisvinna.

Undirhluti (Submodule) 2

Markhópur: Atvinnulausar konur. ENGIN FORMLEG MENNTUN.

Tími: 12 klst. Þjálfur. 3 klst. á dag. Tímabil: 4 dagar.

Markmið:

- Aukin hvatning og sköpunargleði.
- Uppgötva eigin styrkleika, hæfni og þekkingu.
- Skapa leiðarlýsingu frá hugmynd til viðskipta.
- Útbúa viðskiptaáætlun.
- Auka möguleika á starfi.

Aðferðir:

- Ísbrjótur: Gamestorming
- Hópefli: Post-it tæki
- Canvas líkanið

Vinnuprógramm:

- Um starf frumkvöðla. Kynbundnar áherslur.
- Viðskiptahugmynd: hvað, hvernig og hvar.
- Nýskapandi vinnuleit
- Félagsmiðla atvinnustarfsemi. Internet starfsemi.
- Viðskiptalíkan. Styrkir frá opinberum aðilum.
- Networking. Teymisvinna.
- Virk atvinnuleit. Ný tækifæri til vinnu.

Undirflokkur (SUBMODULE) 3

Markhópur: Ungir atvinnulausir og ungir frumkvöðlar.

ENGIN FORMLEG MENNTUN

Tímalengd: 12 klst.: 3 tímar á dag. 4 dagar.

Markmið:

- Aukin hvatning og sköpunargleði.
- Uppgötva eigin styrkleika, hæfni og þekkingu.
- Skapa leiðarlýsingu frá hugmynd til viðskipta.
- Útbúa viðskiptaáætlun.
- Auka möguleika á starfi.

Aðferðir:

- Ísbrjótur: Gamestorming
- Hópefli: Post-it tæki
- Canvas líkanið

Vinnuprógramm:

- Um starf frumkvöðla. Kynbundnar áherslur.
- Viðskiptahugmynd: hvað, hvernig og hvar.
- Nýskapandi vinnuleit
- Félagsmiðla atvinnustarfsemi. Internet starfsemi.
- Viðskiptalíkan. Styrkir frá opinberum aðilum.
- Networking. Teymisvinna.
- Virk atvinnuleit. Ný tækifæri til vinnu.

Í þróunarferlinu höfum við notað *Learning by Doing* aðferðafræðina í þeim tilgangi að:

- Efla hvatningu og sköpunargleði þátttakenda
- Uppgötva styrk þeirra, hæfni og þekkingu
- Skapa leiðarlýsingu, frá viðskiptahugmynd til viðskipta
- Þróa viðskiptaáætlun
- Auka vinnumöguleika þátttakenda.

Learning by doing táknar að skapa á táknrænan hátt fyrirtæki sem byggir á viðskiptahugmynd. Leiðbeinandi útvegar forsníð sem þörf er á til að undirbúa ákveðin svið viðskiptalíkans, líkt og rætt var í hluta 2 og 3. Til að ýta undir hvatninguþátttakenda eru gjarnan tekin dæmi af árangursríkum fyrirtækjum og frumkvöðlum sem hefur stundum mistekist en tekist að komast aftur á lappirnar. Einnig er frumkvöðlum eða atvinnurekendum boðið að koma í heimsókn í vinnusmiðjuna til að deila reynslu sinni og þekkingu.

Þátttakendur eru beðnir að útbúa Power Point kynningu sem fjallar um verkefni þeirra þannig að þegar viðskiptahugmyndin er komin í nokkuð endanlegt form geti kynnt hana fyrir öðrum þátttakendum.

14.2 Einnar viku hluti (Model) (Dæmi: Þjálfun fyrir kennara)

Vinnusmiðja sem tekur eina viku, 25-35 klst. Þessi vinnusmiðja er líklega best hugsuð sem „projekt“ vika, aðallega í verkmenntaskólum þar sem nemendur fengju fræðslu í 5-6 tíma á dag. Slíkt gerir mjög ákveðið og framleiðið nám mögulegt. Ef verkefnisvika er ekki möguleg í stofnuninni, mætti spinna hlutann / modul inn í málefni eins og félagsfræði og hagfræði og dreifa yfir nokkrar vikur.

Einnar viku vinnusmiðja myndi setja fókusinn á atvinnulaust fólk sem væri skyldugt til að mæta (eða ekki, háð aðstæðum) alla daga frá ca. 17-19. Annar möguleiki væru kvöldsmiðjur sem væru tengdar við einn langan laugardag.

Að síðustu væri einnar viku vinnusmiðja hentug fyrir “train the trainers” smiðju og dæmið hér gengur út frá því (35 klst.). Einnar viku smiðja fyrir aðra markhópa þarf auðvitað á nauðsynlegri aðlögun að halda.

Grundvallaráhersla í þjálfuninni ætti að vera á því að styrkja frumkvöðlahugsun nemenda / þátttakenda í formlegu og óformlegu menntakerfi.

Við skoðum aðferðir og hugmyndir með það markmið að auka frumkvöðlahugsun nemenda, styrkja skapandi hugsun og frumkvæði, en það er mikil og vaxandi eftirspurn eftir slíkum hæfileikum í nútíma samfélagi.

Með viðvarandi atvinnuleysi í flestum Evrópulöndum eru hæfileikar eins og samskiptahæfni, samstarfshæfni, frumkvæði og skapandi hugsun nauðsynlegir eiginleikar hjá ungu fólki sem leitast við að komast inná vinnumarkaðinn.

Ekki er aðeins mikilvægt að þeir einstaklingar þjálfði þessa eiginleika til að efla möguleika á vinnumarkaði, heldur einnig til að efla sjálfstraustið og gefa þeim tækifæri á að uppgötva eiginleika sem þau vissu ekki að þau byggju yfir.

Ennfremur eiga þátttakendur í vel skipulagðri frumkvöðlasmiðju tækifæri á að styrkja og breyta viðhorfi sínu og koma auga a sjálf sig sem ekki aðeins passívir móttakendur hugmynda heldur einnig að sjá sjálf sig sem aktíva, skapandi og getumikla einstaklinga.

Þessu til viðbótar skapast tækifæri til að skoða og prófa ákveðin frumkvöðlaprógrömm sem hafa verið árangursrík í starfi með ungum nemendum, ungum atvinnulausum einstaklingum og ungu fólki með innflytjenda bakgrunn.

Þjálfunin ætti að vera hagnýt og hafa tengsl við heimasvæði nemenda.

14.2.1 Markhópar og aðferðir

Markhópar eru nemendur í framhaldsskólum og verkmenntaskólum, Símenntunarmiðstöðvar og stofnanir sem hafa áhuga á að gera tilraun með nýstárlegar aðferðir með það markmið í huga að efla markhópana í að setja sér persónuleg markmið til að bæta líf sitt og þróa og uppgötva nýja persónulega möguleika.

Aðferðir okkar í vinnusmiðjunum leggja áherslu á samvinnunám og námsaðferðir og frumkvöðlafræðslu sem byggja á mjög árangursríkum módelum og áralangri reynslu.

Þátttakendur gætu verið kennarar á öllum kennslustigum. Ennfremur stjórnendur, yfirkennarar og annað starfsfólk sem kemur að kennslu.

Við höfum einnig orðið vör við áhuga frá samtökum / stofnunum eins og vinnumálastofnunum sem að öllu jöfnu bjóða ekki sjálf uppá námskeið og leita oft eftir samstarfi við menntastofnanir til að þróa aðferðir gegn atvinnuleysi. Þátttakendur sem vinna í sjálfböðastarfi með markhópunum (t.d. innflytjendum) eru einnig velkomnir.

Undirbúningur: Þess er vænst að þátttakendur kynni sér námsprógramm og annað efni sem þarf að skoða fyrirfram.

Aðferðafræði: Hæfni til að innleiða frumkvöðlasmiðju og reynsla af þátttöku í slíkri smiðju.

Nauðsynleg er hæfni til að byggja þjálfunina á grundvallaratriðum frumkvöðlafræðslu og sjálfstraust til að halda uppi lifandi samskiptum í smiðjunni.

Eftirfylgni:

Þegar heim er komið kunna þátttakendur að vilja halda sínar eigin frumkvöðlasmiðjur með sínum nemendum og deila reynslu sinni og efni með öðrum, t.d. með hjálp samfélagsmiðla. Aðal leiðbeinandi gæti veitt endurgjöf og ráðgjöf ef þörf krefur.

14.2.2 Vinnuprógramm

Mánudagur

9.00 – 16.00h	<p>Hópar af ungu fólki á jaðrinum sem eiga erfitt með þátttöku í símenntun og atvinnulífi. Þátttakendur læra að ná til slíkra þátttakenda og aðstoða þá við árangur í menntun. Leiðir og aðferðir við að aðstoða jaðarhópum innkomu á vinnumarkað.</p> <p>Skapandi leit að áhugaverðum hugmyndum (að koma auga á tækifæri í nær-umhverfi). Yfirleitt eru það einhverskonar viðskipta hugmyndir en geta einnig verið félagsleg verkefni. Í lok dagsins hafa þátttakendur myndað litla hópa og valið verkefni til að vinna að í vikunni.</p>
------------------	--

Þriðjudagur

9.00-16.00	Hvað er frumkvöðlasmiðja og hvernig er hægt að nota hana til að efla sköpun og hvata í námi? Að setja persónuleg markmið og viðskiptaleg markmið. Um stefnumörkun, viðskiptalíkan og hugtök. Markaðsgreining og rannsóknir. Vörubrúun. Hagnýt vinna og umræður.
------------	---

Miðvikudagur

9.00-16.00	Hagnýt verkefni. Að skipuleggja stofnun fyrirtækis eða félagslegs verkefnis. Hagnýt vinna og umræður. Markaðsáætlun. Praktískar æfingar og hvetjandi aðgerðir. Hvernig getum við flutt náms nálgunina í daglegt líf og starfsumhverfi okkar í fullorðinsfræðslu? Praktísk vinna og umræður. Markaðssetning og markaðstæki.
------------	--

Fimmtudagur

9.00-16.00	Markaðsáætlun. Fjárhagslegar áætlanir og tæki. Söluhugmyndir: Æfingar í kynningu og sölu. Endurgjöf: Hvernig getum við nýtt reynsluna og þekkinguna í starf okkar við fullorðinsfræðslu. Hagnýt vinna við markaðsleg tæki.
------------	--

Föstudagur

9.00-16.00	Fjármál / fjármögnun. Sölutækni. Hagnýt vinna í hópum. Kynning á verkefnum þátttakenda. Lokaumræður. Umræðum um fjárhagslegar hliðar frumkvöðlastarfs og möguleika þes sem hvetjandi tæki. Hvernig innleiðum við nýjar hugmyndir þegar heim er komið? Hvernig getum við yfirfært nýja þekkingu í daglegt starf okkar?
Ca. 16.00	Lokakynning

3.3. Þriggja vikna smiðja

3,5 - 4 tímar á dag og einn langur laugardagur þar sem lögð er áhersla á hagnýta vinnu.

3.3.1 Markmið

- Hvatningin felst í því „að læra með því að gera“. Að finna nýjar hugmyndir, að koma auga á tækifæri í eigin nær samfélagi og gagnrýnar umræður um hagkvæmni þeirra, umræður og kennsla um markaði, þarfir o.fl.
- Að uppgötva eigin styrkleika, hæfni og kunnáttu.
- Fjölmenningarleg færni.
- Öðlast innsýn inn í heim viðskipta og „Non Profit“ verkefna.
- Prófa og spegla eigin hugmyndir og áhugamál.

- Setja raunhæf markmið og þróa leiðir til að ná þeim.
- Finna leiðir til að vinna sér sjálfur inn peninga, hugsanlega sem leið út úr atvinnuleysi.
- Byggja sig upp og styrkja sjálfstraustið.
- Leyfa hverjum þátttakanda að vinna að verkefnum þar sem hann getur nýtt styrkleika sína!

3.3.2 Aðferðir

- Ísbrjótar – byggja upp traust í hópnum
- Fjölmeningaleg verkefni
- Þankahríð (brainstorming)
- Jafningjahópar
- Hópavinna
- Einstaklingsvinna
- Vettvangsferðir
- Leikir
- Kynningartækni
- Samræður við starfandi frumkvöðla / heimsóknir í áhugaverð fyrirtæki
- Að gera eigin ferilskrá.

3.3.3 Vinnuþrógramm

<i>Vika 1</i>	<i>Mánudagur</i>	<i>Þriðjudagur</i>	<i>Miðvikudagur</i>
08:30 – 10:00	<ul style="list-style-type: none"> • Inngangur. Ísbrjótur. • Af hverju þessi vinnusmiðja? Persónulegar væntingar. • Umræður • Kynning þátttakenda. Bakgrunnur. Tölvuþekking. • Facebook hópur • Trúnaður 	<ul style="list-style-type: none"> • Forsnið og önnur tæki (á minniskubb eða hlaða niður af síðu verkefnis) • Jákvæðar, en gagnrýnar umræður um lista af viðskiptahugmyndum sem hópurinn hefur þróað. • Áframhaldandi konsept þróun. • Val á bestu hugmyndum. 	<ul style="list-style-type: none"> • Markmið og aðgerðaáætlun. • Viðskiptaleg og persónuleg markmið (raunhæf vinna). • Konsept hvers teymis (eða einstaklings). Loka ákvarðanir. • Fyrirlestur: Um frumkvöðla. • Síðustu 30 mín: teymisvinna.
10:00 – 10:15	Kaffihlé	Kaffihlé	Kaffihlé
10:15 – 11:15	<ul style="list-style-type: none"> • Hugmyndir og viðskiptahugmyndir 	Hópamyndun (3-5 þátttakendur)	Fyrirlestur: Stefnumótun. Viðskiptalíkon

	<ul style="list-style-type: none"> Hugarflug “Learning by doing” 		
11:15 – 12:00	<ul style="list-style-type: none"> Um tækifæri og þarfir. Hugmyndaleit í öllum hópnum 	Heimavinna (alltaf frjálst val)	<ul style="list-style-type: none"> Fyrirlestur: R&D Lokaumræður / heimavinna.

<i>Vika 1</i>	<i>Fimmtudagur</i>	<i>Föstudagur</i>
08:30 – 10:00	<ul style="list-style-type: none"> Hvað er viðskiptaáætlun? Inngangur að PP forsníði Stutt gönguferð ef aðstæður leyfa 	<ul style="list-style-type: none"> Markmið og stefnumótun (framhald) Undirbúa kynningarefni Nafn fyrirtækis Lyfturæða - þjálfun
10:00 – 10:15	Kaffihlé	Kaffihlé
10:15 – 11:15	Stutt kynning á Word, Excel, Power point og Publisher	Teymisvinna viðskiptaáætlun í Word and Excel
11:15 – 12:00	Viðskiptaleikur	Æfing í að tala opinberlega

<i>Vika 2</i>	<i>Mánudagur</i>	<i>Þriðjudagur</i>	<i>Miðvikudagur</i>
08:30 – 10:00	<ul style="list-style-type: none"> Upprifjun Markaðssetning Markaðsgreining / segments Markaðsgreining, gagnaöflun Online markaðsgreining Fyrstu samskipti við viðskiptaumhverfið. 	<ul style="list-style-type: none"> Gestur: Frumkvöðull af svæðinu. Gestur: Námsframboð af svæðinu. Um CV 	Gestur: Fjárhagsleg mál, stofnkostnaður, bókhald, skattar, rekstrarreikningur, lagaleg atriði, einkarettarvernd o.fl.
10:00 – 10:15	Kaffihlé	Kaffihlé	Kaffihlé
10:15 – 11:15	<ul style="list-style-type: none"> Markhópar Dæmigerður viðskiptavinur 	Heimsókn í starfandi fyrirtæki.	<ul style="list-style-type: none"> Kynning á Excel fjárhagslíkani Fjárhagslegar áætlanir

	<ul style="list-style-type: none"> • Samkeppnisgreining • Samkeppnisforskiot • Teymisvinna: Lógó, fréttatilkynning. • 		<ul style="list-style-type: none"> • Samskipti við fjárhagslegar stofnanir (banka o.fl.) • Styrkir o.þh.
11:15 – 12:00	<ul style="list-style-type: none"> • Teymisvinna á online könnun. • Persónuleg handleiðsla. 	Fyrirtækja heimsóknir	Umræður um hagnýta vinnu í tengslum við fjárhagsleg atriði.

<i>Vika 2</i>	<i>Fimmtudagur</i>	<i>Föstudagur</i>
08:30 – 10:00	<ul style="list-style-type: none"> • Upprifjun • Fyrirlestur um viðskiptaáætlun • Skipulagning á vinnu við viðskiptaáætlun (teymisvinna). 	<ul style="list-style-type: none"> • Markaðsáætlun sem mikilvægur þáttur viðskiptaáætlunar. • SWOT og PEST greining.
10:00 – 10:15	Kaffihlé	Kaffihlé
10:15 – 11:15	<ul style="list-style-type: none"> • Praktísk vinna við viðskiptaáætlun og kynningarefni (Teymi) Stutt gönguferð	<ul style="list-style-type: none"> • Kynningar / auglýsingaáætlun • Fréttatilkynning (local miðlar ef kostur er) • Hönnun auglýsinga • Viðskiptaumræður
11:15 – 12:00	<ul style="list-style-type: none"> • Markaðsáætlun • Viðskiptaumræður 	<ul style="list-style-type: none"> • Þróun heimasíðu • Persónuleg ráðgjöf.

<i>Vika 3</i>	<i>Mánudagur</i>	<i>Þriðjudagur</i>	<i>Miðvikudagur</i>
08:30 – 10:00	<ul style="list-style-type: none"> Sölu- og samningatækni Kynningartækni 	Túlkun á niðurstöðum markaðsrannsókna	<ul style="list-style-type: none"> Áhrif nýrra áherslna á viðskiptaumhverfið, t.d. social media. Umræður
10:00 – 10:15	Kaffihlé	Kaffihlé	Kaffihlé
10:15 – 11:15	Sölu- og samningaleikir	Vinna við Social media markaðssetningu	Teymisvinna
11:15 – 12:00	Raunhæf þjálfun og verkefnisvinna á sviði sölu og kynningartækni.	Vinna við bækling, vefsíðu og annað kynningarefni.	Ljúka við gerð kynningarefnis, fréttatilkynningar o.þ.h.

<i>Vika 3</i>	<i>Fimmtudagur</i>	<i>Föstudagur</i>
08:30 – 10:00	Söluræða fyrir e-mail og social media. Undirbúningur fyrir lokakynningu.	Undirbúningur fyrir lokakynningu
10:00 – 10:15	Kaffihlé	Kaffihlé
10:15 – 11:15	Undirbúningur fyrir lokakynningu	Lokakynning (gestir)
11:15 – 12:00	Undirbúningur fyrir lokakynningu	Lokakynning (gestir)