

## Vállalkozói témahét

Tananyag

### **Bevezetés:**

2018-ban Magyarországon immár negyedik alkalommal kerül megrendezésre a Pénz7 (European Money Week) amely kezdeményezés Európa-szerte mintegy 30 országban hívja fel a figyelmet a pénzzel való tudatos gazdálkodásra.

A 2017.évi Pénzügyi tudatosság és gazdálkodás hetében a pénzügyi témák a Nemzetgazdasági Minisztérium kezdeményezésére – szakmai együttműködő partner bevonásával – gazdálkodási és vállalkozási témával is bővültek, amelynek célja, hogy a **vállalkozói kompetenciafejlesztés és a vállalkozói ismeretek élményalapú bevezetése** is helyet kapjon az iskolákban.

A vállalkozói téma feldolgozására három tanórában (3\*45 perc) kerül sor, amelyet meghatározott tematika mentén az **üzleti ötlet és együttműködés fontosságát hangsúlyozva tartanak** meg gyakorló pedagógusok általános iskola 7., és 8., valamint a középiskolai évfolyamok számára.

A Pénz7 – Vállalkozói téma hétre a szakértők 3\*45 perces foglalkozásokat dolgoztak ki. A gyakorlatok egymásra épülnek tartalomban és logikailag. A gyakorlatoknál minden esetben feltüntetésre kerültek az óra megtartásához szükséges eszközök, a tervezett időkeret és maga a gyakorlat részletes leírása.

Vannak feladatok, amelyekhez szükségesek felhasználható mellékletek, ezek a tananyag végén, csatolva megtalálhatók.

**A gyakorlatok megtartásához jó munkát kívánunk!**

## TÁBLAKÉP: 1.DIA

### 1. óra – Kreativitás és az üzleti ötlet (45 perc)

**Téma:** az üzleti ötlet

**Tervezett időkeret:** 45 perc

**Óra célja:** a tanulók megismerkedjenek a kreatív gondolkodás alkalmazásával a vállalkozások világában, megértsék a célcsoport, a szükséglet és az üzleti ötlet fogalmát. Az óra végére találjanak ki egy saját üzleti ötletet.

**Eszközигény:** papír, toll, feladatlapok az 1. számú mellékletben

**Munkavégzés típusa:** csoportmunka. 4-6 fős csapatok kialakítása az óra elején, ezek a csapatok a 3 foglalkozás alatt együtt maradnak. Fontos, hogy a csapatokon belül legyen összhang, együttműködés, ne kényszerből dolgozzanak együtt, mert ez befolyásolja a munka minőségét. A diákok maguk dönthessék el kikkel szeretnének együtt dolgozni. Ezt érdemes már az óra előtt említeni nekik, hogy ennek megfelelően készüljenek, így időt lehet megtakarítani.

**Előkészítés:** csapatok kialakítása, feladatlapok nyomtatása (minden csapatnak jusson egy feladatlap, ideális esetben minden diáknak jusson). Az osztályteremben az asztalokat úgy kell forgatni, hogy a csapatoknak legyen lehetősége együtt dolgozni.

#### **Csoportalakítás játék ötlet:**

*Alkossunk 4-6 fős csapatokat.*

*Kérjük meg a diákokat, hogy álljanak fel születési évszakuk szerint (a terem egyik végébe a télen születettek, a másik végébe a nyáron és így tovább).*

*Fontos, hogy ebben a csapatban fognak dolgozni a további órákban is, ezért fontos, hogy jól tudjanak együttműködni, ne legyen a csapatban széthúzás.*

**Fontos: 6 csapatnál több lehetőleg ne legyen, mert az utolsó órán a vállalkozói ötletek prezentálásánál nem fog beleférni az időkeretbe.**

#### **Feladat leírása:**

Bevezetés és célkitűzés (2-4 perc): elmondani a diákoknak, hogy az elkövetkezendő 3 tanóra során a vállalkozói témahéten vesznek részt és 3 olyan foglalkozást valósítanak meg velük együtt közösen, ami segít nekik abban, hogy tisztább képet alkothassanak a vállalkozások világáról és az üzleti ötletről.

## Táblakép: 2.DIA

A 3 foglalkozás felépítése alapján:

1. Óra : Kreativitás és az üzlet ötlet
2. Óra : Az üzleti ötlet fejlesztése (Edward De Bono: Hat Gondolkodó Kalap módszerrel)
3. Óra: Befektetők (az üzleti ötlet bemutatása - vállalkozói önkéntesek lehetséges bevonása)

A csapatoknak lehetősége lesz a saját üzleti ötletük kidolgozására és bemutatására.

## **Táblakép: 3. DIA**

**Főréssz** (35-40 perc): fogalmak megbeszélése példákon keresztül és az üzleti ötlet kidolgozása

1. Mit jelent a kreativitás? Milyen egy kreatív személy? - mondják el a diákok a saját szavaikkal

Megjegyzés: A kreatív (melléknév) jelentése személyekre vonatkozóan: Nagy **képzelőerővel rendelkező** (személy), aki képes **új ötletekkel előállni egy probléma megoldása során** és képes **új dolgokat létrehozni**. Előremutató, **problémákat megoldó** (személy, közösség), gyors észjárású.

2.Szerintetek hol vannak kreatív emberek? Milyen területen dolgoznak? ( helyes válasz: minden területen, hiszen a kreativitás nem szűkíthető le csupán a művészetek területére, lehet szó műszaki tudományokról, mezőgazdaságról, IT-ről vagy éppen a vállalkozások világáról/üzleti életről és etc.).

## **TÁBLAKÉP: 4. DIA – tanári összegzéshez**

3.Miben más a kreativitás a vállalkozások világában? Mire kell még figyelni azon kívül, hogy újító?

A kreativitás az üzleti életben annyiban más, hogy azon túl, hogy a kreatív emberek vállalkozásaikkal meg is valósítják az új elgondolásokat, ötleteket és piacra dobják, árusítják is azt. Ezeknek az ötleteknek nem csupán újítónak kell lennie, hanem reagálnia is kell valamelyik **célcsoport** problémájára, **szükségletére** vagy **igényére**.

4. Mi jelent a célcsoport kifejezés? Hogyan magyaráznátok el a saját szavaitokkal?

Célcsoport: Ki veszi majd meg a termékeket? A célcsoport meghatározása hasonlít egy nyomozó munkájához, minél több jellemzőt meg tudtok adni róla, annál tökéletesebben tudjátok felvázolni magatoknak a megcélzott fogyasztók körét. Legfontosabb jellemzők: életkor, nem, pénzügyi helyzet, hobbi, érdeklődés, földrajzi elhelyezkedés, kulturális közeg, vallás, családi helyzet, foglalkozás. Ne mondjunk olyat, hogy "mindenki", nincs olyan termék, ami mindenkinek szól!

## **TÁBLAKÉP:5.DIA – tanári összegzéshez**

## **TÁBLAKÉP: 6. DIA**

*Egy példa: Az akkumulátoros fűrészek célcsoportját azok a - jellemzően - férfiak alkotják, akik szeretnek barkácsolni, szerelni vagy otthonaikat alakítani.*

## 1/a melléklet kiosztása és a feladat ismertetése

**Feladat:** minden csapat olvassa el a megadott termékeket és határozzák meg, hogy melyik az a célcsoport, akiknek biztosan nem lesz jó a termék?

Alkoholtartalmú ital (pl. kiskorúaknak) - életkor

Tisztasági betét (pl. férfiaknak) - nem

Egzotikus nyári utazás (pl. mélyszegénységben élőknek) - pénzügyi helyzet

Marhahús (pl. hinduknak) - vallási alapon

Felsőfokú végzettségre épülő képzés (pl. 8 osztályt végzetteknek) - iskolázottság

Snowboard (pl. a sivatagban élőknek) - földrajzi elhelyezkedés

Kedvezményes parkolás (pl. autóval nem rendelkezőknek, tömegközlekedéssel utazóknak) - pénzügyi helyzet, környezettudatosság

Videójáték (pl. sportolóknak, akik nem bírnak egy helyben ülni) - érdeklődési kör

Megoldások összehasonlítása (lehetőleg minden csapat szólaljon meg egyszer).

Zárógondolat: minél alaposabban meghatározzuk a célcsoportot, annál könnyebb lesz a dolgunk az üzleti ötlet fejlesztésénél.

## 1/b mellékletet kiosztása és a feladat ismertetése

**Problémák:** Minden célcsoportnak vannak problémái, amelyek lehetnek hasonlóak, de lehetnek teljesen egyediek is, ezeket nagyon fontos figyelembe venni, mert különben nehéz eladni a terméket.

*Egy példa: Visszatérve az akkumulátoros fűróra, a probléma, amire választ ad: nem szükséges áramnak lennie ott, ahol használni akarja a vásárló. Nagyfokú szabadságot ad.*

**Feladat:** Minden csapat olvassa el a termékek listáját és próbálja meghatározni milyen problémára adott választ az üzleti ötlet. A feladatlapon csak a termék szerepel.

- **Egészséges gyorsétterem** - a gyorséttermi ételek gyakran nagyon zsírosak, adalékanyagban gazdagok, egészségtelenek, erre nyújt megoldást az újfajta étterem. Gyorsan lehet egészségeset enni.
- **Golyóstoll** - töltőtoll tintája összekente a papírt és könnyen elmosódott, praktikus megoldást nyújtott a II. világháborúban a golyóstoll viszkózusabb tintája, könnyeb volt vele írni.
- **Bankkártya** - nem kell készpénzt magával hordania magával az embernek, mégis könnyen tud fizetni
- **Online áruház** - ha nincs ideje az embernek elmenni az üzletbe vásárolni, vagy nincs olyan üzlet a saját lakóhelyén, akkor is van lehetősége vásárolni.
- **Nyomtató** - otthon vagy irodában is lehet nyomtatni, nem kell elmenni külön egy szolgáltatóhoz

- **Digitális fényképezőgép** - lehet ellenőrizni az elkészült képet, minőségét, nem kell előhívni, mint régen
- **Online aukciós oldal** - sokszor nem tudtak az emberek mit kezdeni a használt, feleslegessé vált tárgyakkal, de így könnyen el tudják adni. Akinek nincs pénze újra, az is vásárolhat használtat.
- **Telekocsi** - rugalmasabb utazási megoldás, főleg, ha rossz a tömegközlekedés, ritkán a járatok

Hasonlítsuk össze a válaszokat, minden csapat jusson szóhoz legalább egyszer.

## **7.DIA A feladat ismertetése és a 3 kártya kihúzása**

**Feladat:** üzleti ötlet fejlesztése. Minden csapatnak húzni kell 3 kártyát (kártyák az 1. sz. mellékletben)

1. Probléma (P)
2. Már meglévő megoldás (termék/szolgáltatás) (M)
3. Célcsoport (C)

A három kártya alapján dolgozzanak ki egy új üzleti ötletet a megadott problémára.

PI: az alábbi kártyákat húzza a csapat, ezek a kártyák nagy valószínűséggel nem lesznek összefüggésben egymással így lesz izgalmas a feladat.

*Kevés barát (probléma) - edzőterem (létező megoldás) - allergiában szenvedők (célcsoport)*

Ez alapján találjanak ki egy a célcsoportnak szóló újszerű, kreatív (lehet teljesen elrugaszkodott is) egy megoldást a megadott problémára.

*PI. Egy olyan speciális szűrővel működő edzőterem (így tökéletesen pollen és pormentes a létesítmény), ahol a beiratkozott tagoknak az edzéseken kívül további programokat is szerveznek, hogy javuljon a társasági életük, akár közös főzés, kirándulás, mozizás stb.*

**Az első óra 25. percében történik a húzás: 1-ES számú MELLÉKLET: Kreativitás és üzleti ötlet**

**10 percet kapnak a csapatok az ötletelésre,**

**TÁBLAKÉP: 19-es dia**

**10 perc: Bono-kalapok bemutatása: 8-11-es DIÁK segítségével**

**Az Edward De Bono féle 6 Gondolkodó kalap módszer:** Edward de Bono 1933-ban Máltán született. Képzettségét tekintve orvos, pszichológus, aki Cambridge és Málta díszdoktora, London, Oxford, Harward egyetemen előadó. A Hat gondolkodó kalap egy könnyen megtanulható és izgalmas eszközt biztosít mindazoknak, akik egyedül vagy kisebb-nagyobb csoportokban különböző problémák megoldásán gondolkodva új, innovatív ötletekre, javaslatokra vágyanak. A különböző színű kalapok különböző gondolkodásbeli paradigmákat jelentenek, amelyek javítják a résztvevők empatikus képességeit és lehetőséget biztosít az eltérő vélemények elfogadására.

Minden kalap más jelentéssel bír:

A **fehér kalap** semleges és objektív, főként a tárgyyszerű tényekkel és adatokkal foglalkozik, azok értelmezése és véleményezése nélkül. Olyan, mint a számítógép.

A **vörös kalap** érzelmi szemszögből nézi az ügyeket és a személyes vélemény kimondását teszi lehetővé. Erős pozitív vagy negatív érzések élnek benne egy ötlettel kapcsolatban, az intuitív gondolkodásra képes.

A **fekete kalap** negatív hozzáállású. Ő foglalkozik mindazon gondolatokkal, amelyek azt mondják el, hogy miért nem lehet valamit megtenni. A hibákra és a nehézségekre hívja fel a figyelmet.

A **sárga kalap** derűs, pozitív gondolkodású, aki derűlátóan tekint az ügyek várható kimenetelére. Hozzáállása konstruktív és alkotó, egyszerre teszi lehetővé a logikus gondolkodást és az álmodozást is.

A **zöld kalap** a természetes bőséggel és fejlődéssel áll kapcsolatban. A kreativitás és az új gondolatok jele. Túllép az ismerten és nyilvánvalón – alternatív megoldásokat keres.

A **kék kalap** hűvös és messzebről tekint a dolgokra. Főként a gondolati folyamatok – köztük a többi kalap irányításával és szervezésével foglalkozik. Meghatározza a témát és a célt, majd következtetéseket kér. Olyan, mint a zenekarban a karmester.

A csapatok ezt a módszert alkalmazva járják körbe az ötletüket és fejlesztik a kitalált terméket/szolgáltatást.

A hat gondolkodó kalap módszer lényege, hogy egy vitatémát a vitában résztvevő valamennyi partnernek minden lehetséges szempont szerint körbe kell járni.

A hat szempontrendszer hat különböző színű kalappal szimbolizálja a módszert. A megbeszélés különböző fázisaiban a vitapartnernek -és ebben rejlik a módszer lényege - mindig azonos színű kalapot "viselnek".

## 2. óra Az üzleti ötlet fejlesztése (Edward De Bono: Hat Gondolkodó Kalap módszerrel)

**Téma:** üzleti ötlet fejlesztése a kreatív 6 gondolkodó kalap módszer alkalmazásával

**Tervezett időkeret:** 45 perc

**Óra célja:** A tanulók tovább fejlesszék a már kitalált üzleti ötletet, szóba kerül a marketing és az értékesítés fogalma. Az alkalmazott módszer segít a tanulóknak egy strukturált problémamegoldási módszer megismerésében és alkalmazásában.

### Kulcsfogalmak:

termék, célcsoport, innováció, probléma, ötlet, fogyasztói szükségletek, értékesítési csatorna

**Kulcsfogalmak:** üzleti ötlet, marketing, értékesítés

**Munkavégzés típusa:** csoportmunka. 4 fős csapatok 3 foglalkozás alatt együtt maradnak. Fontos, hogy a csapatokon belül legyen összhang, együttműködés, ne kényszerből maradjanak együtt, ez befolyásolja a munka minőségét.

**Eszközanyag:** papír, toll, hat kalap sablon minden csapatnak, prezentáció felhasználható az óra során, ha van projektor

### Az óra menete:

**Bevezetés és célkitűzés (5-7 perc):** az üzleti ötlet megvitatása, mindegyik "kalap" szempontjából megközelítve. Cél, hogy a kidolgozott ötletben megjelenjenek az alábbi kérdésekre a válaszok?

### TÁBLAKÉP:10-ES DIA

Mi pontosan a termék? Kiknek akarjátok eladni, ki a célcsoport? (eredeti célcsoport finomítása, szűkítése ajánlott) Hogyan akarjátok eladni? Hol vehetnék meg az emberek? Boltban? Online? Egyéb? Mi lenne a neve? Miben lenne más, mint a többi termék a piacon? Mi lenne az ára?

*(ezt a diákat kinyomtatva megkapják)*

A történelem során a vállalkozóknak rá kellett jönnie, hogy nem elég eladni, amit gyártanak, hanem azt is meg kell ismerni, hogy mit vár a fogyasztó. Az elkövetkezendő 45 percben arra kell választ találni, hogy hogyan segíthetnétek a terméketek eladását, ami igazából egy vállalkozás marketingjének a részét képezi.

Hat gondolkodó kalap módszer bemutatása a tanulók részére:

*(ezt a diákat kinyomtatva megkapják)*

Mindannyian megtapasztaltuk a mindennapok során, hogy különféleképpen gondolkodunk. Egy máltai pszichológus (Edward de Bono), rendszerezte és hat kategóriát állított fel, hat színes kalapnak megfelelően.

Ezek alapján: vannak, akik csak a száraz tényeket látják meg, számokat, meg adatokat, nincs vélemény, csak a tények. Ők viselik a **FEHÉR KALAPOT**.

Vannak olyanok, akiket szimplán az érzéseik irányítják, nem indokolnak, csak kimondják az érzéseiket, mint pl. amikor a szomszéd fülébe sűgjük, hogy mennyire unalmas ez az óra. Ők viselik a **VÖRÖS KALAPOT**.

Vannak olyanok, akik mindennel szemben ellenkeznek, és csak a negatívumokat, ellenérveket sorolják fel, ezek nem érzések, hanem logikus érvek ők viselik a **FEKETE KALAPOT**.

Vannak olyanok, akik mindenben a jót látják meg, észreveszik mitől lesz jó valami, hogyan segít, kinek kedvez, ők viselik a **SÁRGA KALAPOT**.

Vannak, akinek mindig eszébe jut valami új, valami kreatív, ők viselik a **ZÖLD KALAPOT**.

Végezetül vannak, akik látják a "nagy képet" és képesek ütköztetni az érveket és ellenérveket, majd összegzik is ezt, ők viselik a **KÉK KALAPOT**.

Ezen az órán úgy dolgoznak a csapatok, hogy ezeket a kalapokat "ölti" magára minden csapattag a különböző körökben. A különböző beszélgetéseket a tanár felügyeli, jelzi az időt és, hogy milyen típusú megközelítést kell alkalmazni az adott körben. Ehhez segítséget adhat a mellékelt prezentáció.

## **EZEKET FIGYELEMBE VÉVE DOLGOZZUK KI az ötletet**

**Táblakép: 9-es, majd 11-es dia**

**FONTOS:** hogy ne keverjék a kalapokat a beszélgetések során, legyenek szigorúak ezzel kapcsolatban.

### **Fő rész (35-40 perc):**

Miután bemutatásra került a módszer megkezdődik a munka. A pedagógus feladata, hogy figyelje az időt és meghatározza a soron következő rész jellegét a kalapnak megfelelően, ebben segíthet a prezentáció.

**KÉK kalap: (5 perc)** Az első körben a csapatok mind a kék kalapot viselik, így az a feladat, hogy összegezzék hol tartanak most, mit kell elérni a mai nap során. Érdemes a csapatoknak vázlatosan feljegyezni ezeket, hogy ne tévesszék szem elől. Megbeszélik ki fog jegyzetelni stb.

**FEHÉR kalap: (5 perc)** Gyűjtsék össze a csapatok mindazokat az ismereteket, tényeket, amelyeket ismernek, tudnak a termékkel kapcsolatban. Itt szerepelhetnek az árak, reklámfogások, értékesítési megoldások, nevek stb. Legyen miből dolgozni később. Probléma hatása, gyakorisága, megoldás jellemzői egyebek. Fontos, hogy ne vélemények legyenek, hanem ismeretek.

**ZÖLD kalap: (5 perc)** A csapattagok gyűjtsenek minél több ötletet a megoldandó problémákkal kapcsolatban (ár, marketing, értékesítés stb.) **FONTOS,** nem véleményeznek semmit, annak is meglesz az ideje, itt szigorúan csak ötletelnek. Mindent jegyezzenek fel.

**SÁRGA kalap: (5 perc)** Itt az a feladat, hogy járják körbe a felvetett ötletek előnyeit, pozitív hatásait, miért lehet jó, miért hasznos, mi az, ami beválk, mi az, ami nekik már megvan stb. Cél, hogy megtalálják azokat a pontokat, amelyek hasznosak, előnyösek az ötlet szempontjából.

**VÖRÖS kalap: (5 perc)** Itt van annak az ideje, hogy a résztvevők elmondják az érzéseiket, tetszik-e az ötlet, nem, milyen érzést vált ki belőlük stb. Nem kell érvelni csak az érzéseket elmondani.



**FEKETE kalap: (5 perc)** Végezetül jönnek az ellenérvek, melyek azok a pontok, ami gyenge pontot jelent ez ötletben. Itt jöhet az összes negatív ellenérv, nem érzés.

**Megjegyzés: Mi itt kevesebb időt hagynánk egy-egy kalapra, főleg az általános iskolásoknál. Javaslatunk 2-3 perc/ kalap. Az ötlet kidolgozására szánnánk inkább több időt.**

## **19.DIA – miről szóljon a bemutatás –ezt a kinyomtatva megkapják a diákok**

A beszélgetések végén összegezzék az eredményeket a csapatok és javítsák, egészítsék ki, az, ami még hiányos, kiegészítésre szorul. Az óra végén legyen egy kész kidolgozott ötlet, amelyet majd a következő órán be tudnak mutatni a befektetőknek.

**Zárás** (2-3 perc): egy üzleti ötlet kidolgozása egy hosszadalmas és aprólékos munka, ahol fontos minden egyes szempont megvitatása, itt most belekóstolhattatok, hogy egy ötletet milyen szempontok alapján lehet finomítani.

A következő órán arra nyílik lehetőség, hogy ezt bemutassátok a „befektetőknek” (vállalkozói önkéntes esetén ő lesz az ún. üzleti angyal, önkéntes nélkül pedig az osztály fogja eldönteni mibe fektetné a pénzét.

### A következő órára :

A következő órán minden csapatnak prezentálnia kell a saját ötletét. Ha lesz önkéntes, akkor ő, mint „üzleti angyal” fogja értékelni az ő munkájukat.

Tájékoztassuk a diákokat, figyeljetek arra, hogy az önkéntes nézni fogja a termék újszerűségét, a csapat munkamegosztását, illetve az ötlet kidolgozottságát.

Ha nincs önkéntes, akkor a diákoknak egymás előtt kell előadni az ötletüket, akik egy bizonyos mértékű összeget fektethetnek bele az egyes cégekbe.

## 3. óra – Befektetők- az üzleti ötlet bemutatása

**Idő:** kb. 45 perc

**Eszközigény:** papír, toll

**Önkéntes bevonása:** igen

### Idő beosztása:

- Önkéntes bemutatkozása, új szempontok: 5 perc
- a meglévő innovációk kiegészítése az önkéntes szempontjaival: 10 perc
- csoportok prezentálása: 20 perc
- önkéntes értékelése: 5 perc
- tanulságok megbeszélése: 5 perc

### **Kulcsfogalmak:**

üzleti ötlet, prezentáció,  
érvelés

### **TÁBLAKÉP:19-es dia**

### Feladat leírása:

Ezen az órán az előző órák ötletelésén és továbbvitelén, kiteljesedésén lesz a hangsúly. Mit sem ér egy ötlet, ha nincs értékelve, és az üzleti ötleteket mi más értékelhetné, ha nem a befektetők.

### Verzió 1: Ha az órához csatlakozik önkéntes:

#### Fontos:

Az óra megvalósítása során cél, hogy a sikeres vállalkozók „első kézből” átadhassák tapasztalataikat a fiataloknak, bemutatva a vállalkozói lét szépségeit, árnyoldalait, valamint kiemelhetik a felelősségtudatot, az elhivatottságot és a versenyt is, amelyet a vállalkozói létük során tapasztaltak/tapasztalnak.

Az önkéntesek teszik hitelesebbé az ismeretátadást, miközben lehetőség nyílik kérdéseket feltenni a számukra. A tanár feladata kiemelt figyelmet fordítani arra, hogy az önkéntest megfelelő módon tudja integrálni az órába, ugyanakkor ne adja át számára az óra levezetését. Hiszen önkéntesünk nem pedagógus, módszertanilag nem képzett szakember, így a gyakorlati életből vett tapasztalatait a pedagógus feladata megfelelő módon beépíteni a foglalkozás menetébe.

Javasolt az óra megtartása előtt tisztázni a tanár és az önkéntes szerepét a résztvevők között.

Az önkéntes megérkezik az órára, a pedagógus bemutatja.

#### Az önkéntes 5 mondata: (bemutatkozás)

A nevem ..... szólítsatok.....

Én a .....(cég vagy vállalkozás bemutatása márkanév említése nélkül), ahol .....(pozíció vagy munkakör megnevezése)-ként dolgozom. A cég.....(cég profiljának bemutatása).

Számomra a legnagyobb siker az volt.....(itt elmondhat bármilyen személyes élményt, ezzel is kicsit közvetlenebb kapcsolat alakul ki a diákokkal)

A mai napon pedig én leszek az üzleti angyalotok.

**javaslat:** kérjük meg az önkéntest, hogy kezdeményezzen beszélgetést a diákokkal a vállalkozásokról, azok finanszírozásáról.

Az önkéntes értékelését, úgy is megadhatja a csapatnak, hogy az adott 100 egységet, milyen arányban osztaná el a csoportok között.

Nagyon fontos, hogy itt megemlítsé, hogy egy-egy terület inkább több vagy kevesebb pénzt igényel - fejlesztés, filmkészítés stb.

## **Példa:**

Milyen a jó vállalkozó? (nyílt beszélgetés a diákokkal)

Egy vállalkozás indításához, nem csak egy jó ötlet meg egy hozzáértő ember kell, de nélkülözhetetlen az indulótőke is, amivel sajnos általában nem rendelkeznek a vállalkozó szelleműek.

Különböző módok vannak az indulótőke megszerzésére ezek közül az egyik az üzletiangyalok által kapott kölcsönök.

Az üzleti angyalok azok a személyek vagy vállalatok, akik bizonyos feltételek mellett (adott kamat mellett vagy tulajdonrészért cserébe), finanszírozza a vállalkozásunk beindítását.

A következőkben én leszek majd egy ilyen angyal, és engem kell majd meggyőzni arról, hogy pénzt adjak az ötletek megvalósításához.

## **Óra menete:**

1. **Csoportosztás** (ugyanúgy dolgoznak a diákok, mint az előző órán)
2. **Érvelési, meggyőzési technikák ismertetése**
  - a. Ha van önkéntes kérjük meg, hogy ismertessen pár érvelési technikát
  - b. Amennyiben nincs önkéntes a tanár mutassa be az elméleti melléklet segítségével
3. **Csoportmunka, felkészülés az előadásra** – diákok készítsenek prezentációt egy flipchartot, amin prezentálni fogják üzleti ötletüket az osztály előtt.
4. **Ötlet reprezentálása**
  - a. Amennyiben van önkéntes az önkéntes üzleti angyalként van jelen, a diákok feladata lesz az ő meggyőzése, termékük eladása
    1. önkéntes nem adja be a derekát könnyen
    2. kérdéseket tesz fel a diákoknak
    3. 0-100 értékű tőkét adhat az induló vállalkozások támogatására
  - b. Ha nincs önkéntes mindenki (csapat vagy egyén) prezentálja az ötletét, a többi diák előtt majd miután mindenkit hallottak, a diákoknak szavazniuk kell, csapatonként (ki szavaz az első csapatra stb.)
    - Nem lehet önmagukra szavazni, és mindenki csak egyszer szavazhat
    - Rendezhetünk egy licitet is, ahol minden csapatnak lenne induló tőkéje és a prezentációk alapján befektethet az egyes vállalkozásokba. Vezessük át táblázatba, melyik vállalkozásba mekkora összeggel fektettek be a diákok.

## 5. Győztesek kihirdetése

- Ki gyűjtötte a legtöbb szavazatot/pénzt?

## 6. Konklúzió levonása

- Miért az az ötlet győzött?
- Mitől más mint a többi?
- Mennyivel győzött?

## Verzió 2. – Ha az órához nem csatlakozik önkéntes

Idő: kb. 45 perc

### Idő beosztása:

- a meglévő innovációk kiegészítése a pedagógus szempontjaival: 10 perc
- csoportok prezentálása: 20 perc
- önkéntes értékelése: 5 perc
- tanulságok megbeszélése: 10 perc

Eszközigény: papír, toll

### Feladat leírása:

Ezen az órán az előző órák ötletelésén és továbbvitelén, kiteljesedésén lesz a hangsúly. Mit sem ér egy ötlet, ha nincs értékelve, és az üzleti ötleteket ki más értékelhetné, ha nem a befektetők.

### Óra menete:

1. **Csoportosztás** (ugyanúgy dolgoznak a diákok, mint az előző órán)
2. **Érvelési, meggyőzési technikák ismertetése**
  - a. A tanár mutassa be az elméleti melléklet segítségével
3. **Csoportmunka, felkészülés az előadásra** – diákok kidolgozzák üzleti ötletüket, határozzák meg a terméket, célcsoportot stb. Készítsenek prezentációt egy flipchartot, amin prezentálni fogják üzleti ötletüket az osztály előtt.
4. **Ötlet reprezentálása** - mindenki (csapat vagy egyén) prezentálja az ötletét, a többi diák előtt majd miután mindenkit hallottak a diákoknak szavazniuk kell, csapatonként (ki szavaz az első csapatra.)
  1. Nem lehet önmagukra szavazni, és mindenki csak egyszer szavazhat
  2. Rendezhetünk egy licitet is, ahol minden csapatnak lenne induló tőkéje és a prezentációk alapján befektethet az egyes vállalkozásokba. Vezessük táblázatba, melyik vállalkozásba mekkora összeggel fektettek be a diákok.
5. **Győztesek kihirdetése**
  - a. Ki gyűjtötte a legtöbb szavazatot/pénzt?

## 6. Konklúzió levonása

- a. Miért az az ötlet győzött?
- b. Mitől más mint a többi?
- c. Mennyivel győzött?

### Segítő kérdések a feladat feldolgozására:

Ki nyert? Mennyivel? Szerintetek miért ő nyert?

Miben volt jó, miben volt jobb a többiektől? Milyen volt a el(ő)adás?

A termékük miben tűnt ki a többi közül, miben volt más, jobb?

Milyen szükségleteket elégít ki a termék?

Hogyan pozícionáltak a terméket (olcsó, mindenki számára elérhető <-> luxuscikk, státusszimbólum)?

### Óra lezárása:

Az óra lezárásaként a tanár, diákok és a résztvevő önkéntes alkosson egy kört (ülve vagy állva egyaránt lehet). A tanár megköszönve a diákok munkáját mondjon egy szót, vagy egy kifejezést, amit ezen a három órán tanult a diákjaitól, vagy az önkéntestől, amit magával visz a témahétről. A tanárt követően sorban mindenki ossza meg a többiekkel, hogy mit visz magával haza. Ez lehet személyes dolog, és lehet akár egy-egy kulcsfogalom, amit az órák során szeretünk volna megtanítani a gyerekeknek.

Összefoglalásként a tanár szerepe elmondani az elmúlt három óra konklúzióját, azaz megfogalmazni miért is vettek részt a témahéten.

A gazdálkodási témahét témája az üzleti ötlet és együttműködés volt. Ennek során megtanultuk, hogy az ötlet nem minden, és egy jó csapat nélkül nincs siker. Ahogy az üzleti angyal is nagy hangsúlyt fektet a jó csapatra, azok együttműködésére a befektetés során, és az üzleti ötlet gyakran másodlagos. Fontos megjegyeznünk, hogy szabad kérdezni, szabad hibázni, és szabad azt kijavítani.

A sikeres vállalkozások titka nagyon összetett dolog, ahogyan a diákok is tapasztalhatták a mai példa alapján elengedhetetlen hozzá a csapatmunka, a kommunikáció, a lehetőségek felismerése, a kreativitás, főképp váratlan helyzetek megoldására, problémák áthidalására, egy nagy adag bátorság és kockázatvállalás. Hisz a vállalkozások működtetése során számos olyan helyzet adódhat, ahol kockáztatni kell és felvállalni azt is, ha valami nem jön be, vagy megbukik. Ez mind segít abban, hogy legközelebb felkészültebben haladhass előre.

Ahogy Edison is mondta: „Nem buktam el, csak találtam tízezer utat, ami nem járható.”

## 1. sz. melléklet: Kreativitás és az üzleti ötlet

### A célcsoport

Olvassátok el az alábbi termékeket, határozzátok meg, hogy kik azok, akik biztosan nem alkothatják a terméknek a célcsoportját. Milyen szempont alapján lehet ezt eldönteni? Pl. életkor, nem, pénzügyi helyzet, hobbi, érdeklődés, földrajzi elhelyezkedés, kulturális közeg, vallás, családi helyzet, foglalkozás

**Alkoholtartalmú ital**

**Tisztasági betét**

**Exotikus nyári utazás**

**Marhahús**

**Felsőfokú végzettségre alapuló képzés**

**Snowboard**

**Kedvezményes parkolás**

**Videójáték**

### A probléma:

Olvassátok el a termékek listáját és próbáljátok meghatározni milyen problémára adott választ az üzleti ötlet.

**Egészséges gyorsétterem**

**Golyóstoll**

**Bankkártya**

**Online áruház**

**Nyomtató**

**Digitális fényképezőgép**

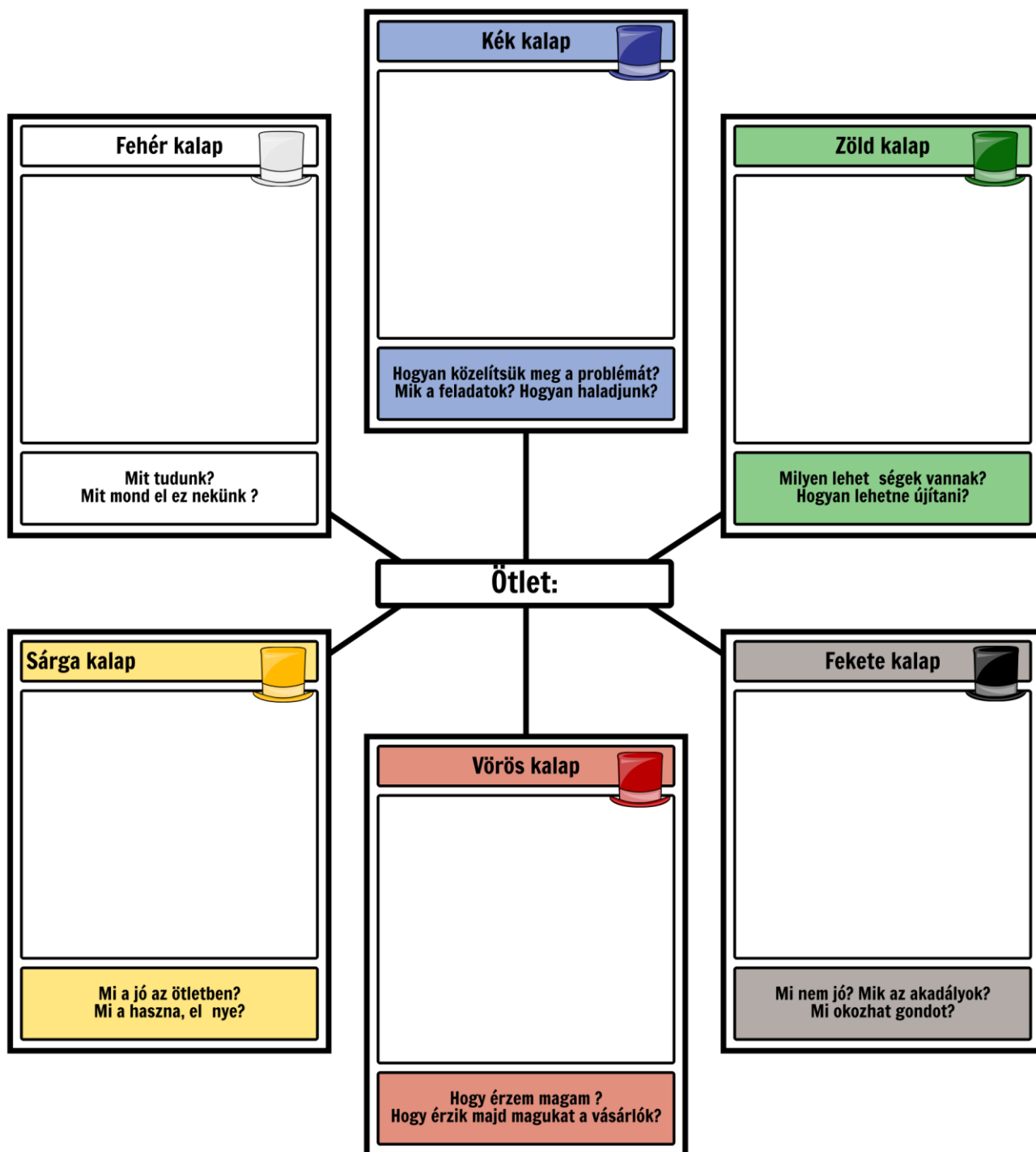
**Online aukciós oldal**

**Telekocsi**

## 1. sz. melléklet: Kreativitás és az üzleti ötlet

P: Nincs elég idő	M: hatékonyabb időbeosztás telefonos alkalmazással	C: 16-35 éves emberek (tanulók, dolgozók)
P: depresszió	M: hangulatjavító gyógyszerek	C: depresszióval küzdők
P: nehéz kerékpárral közlekedni	M: jobb kerékpárutak	C: kerékpárosok
P: könnyű elhízni	M: edzőtermek	C: mozogni szerető emberek (16-45)
P: Szemetelés, túl sok hulladék	M: lebomló csomagolóanyagok	C: környezettudatos emberek
P: kevés barát	M: online chat szolgáltatás	C: számítógépet használó fiatalok (zárkózottabb típus)
P: nincs párkapcsolat	M: társkereső alkalmazás	C: szingli fiatalok (18-35)
P: drága az utazás	M: közösségi autó	C: rendszeresen utazó fiatalok (egyetemisták, kollégisták)
P: elkopnak a ruhák a mosógépben	M: mosósák	C: háziasszonyok
P: túl sok időt vesz el az ingázás	M: otthoni munkavégzés (távmunka)	C: informatikusok
P: reggel nehéz felébredni	M: ébresztő alkalmazás a telefonon	C: okostelefonnal rendelkező fiatalok
P: globális felmelegedés	M: napelemek otthon	C: közép/felsőosztály, környezettudatos
P: ételérzékenység	M: mentes élelmiszerek	C: ételérzékenységben szenvedők
P: allergia	M: orrspray	C: allergiában szenvedők
P: megfelelő áru kiválasztása az üzletekben	M: telefonos applikáció	C: látássérültek

## 2. sz. melléklet: Hat gondolkodó kalap melléklet





## 3. sz. melléklet: Befektetés és prezentáció

Számos olyan helyzet lesz, ahol nagyon rövid idő alatt, kb. max. 1 perc alatt, kell bemutatni a vállalkozásokat. Lehet szó arról, hogy az iskola igazgatójának mutassátok be a céget, vagy helyi vállalkozóknak, akivel esetleg üzletet kötnétek (legyen szó barterről vagy támogatásról, stb.), de lehet ugyanez egy befektető keresése során vagy egy vásáron a vevőknek. Ez mindig a célnak megfelelően változik, természetesen nem ugyanazt emelem ki egy befektető, mint egy vásárló számára.

Az alábbi pontokat érdemes megfontolni a prezentáció készítése során:

### 1. Lépés: Mi a célok és ki a közönség?

Először meg kell fogalmazni, hogy mi a célja a prezentációnak. El akarjátok adni a terméket egy lehetséges befektetőnek? Vagy szimplán új ügyfeleket akartok találni? Ez nagyban meghatározza a prezentáció felépítését.

### 2. Lépés: Mondjátok el a cég nevét, a termék/szolgáltatás nevét és a szlogent.

### 3. lépés: Mutassátok be a céget, terméket és a szolgáltatást.

Mivel foglalkoztok? Itt nagyon tömören mutassátok be a terméket/ szolgáltatást. Használjatok minél több leíró kifejezést. A legfontosabb divatos kifejezések: fenntarthatóság, zöld, társadalmilag felelős stb.

### 4. Lépés: Azonosítsátok be a célcsoportot (életkor, iskolázottság, földrajzi elhelyezkedés stb.) és a piaci lehetőséget.

Kinek ideális a terméketek? Kik tartoznak a klienseitek közé? Milyen piaci lehetőségek van? Helyi szintű, országos vagy nemzetközi? Miért?

### 5. Lépés: Mutassátok be az egyedi előnyötöket a konkurenciával szemben.

Mitől egyedi a terméketek? Ennek meghatározásához szükséges a piackutatás és a konkurencia megismerése.

### 6. Lépés: Szólítsátok meg a közönséget egy kérdéssel

Egy nyitott kérdés legyen, amit, ha megválaszoltok, rögtön be is tudjátok mutatni a 4P-t.

### 7. Lépés: Foglaltok össze és zárjátok le!

Itt érdemes megismételni az egyedi előnyötöket és más kiegészítő információt a cégre, termékre vonatkozólag. Ismételjétek el a piaci lehetőségeket és a célcsoportotokat. Végezetül egy olyan frappáns megállapítással vagy szlogennel zárjátok, ami megmarad a közönség fejében.