

Czas na pomysł!

Wprowadzenie

Zajęcia mają na celu identyfikację pomysłu na działalność typu start-up. Dobry pomysł to przede wszystkim taki, który rozwiązuje istniejący lub przyszły problem. Tematem problemu uczniowie zajmowali się na wcześniejszych zajęciach, na których identyfikowali oni ważną dla siebie grupę i określali, jaki niedostatecznie rozwiązany problem ma ta grupa.

Dobre rozwiązanie rodzi się często w toku dyskusji. Uczniowie poznają cechy dobrego rozwiązania, spróbują wymyślić wiele, często zaskakujących pomysłów, a następnie wybiorą najlepsze z nich. W tworzeniu przedsięwzięć typu start-up niezwykle istotna jest szybka weryfikacja pomysły przez potencjalnych odbiorców. W toku zajęć uczniowie wyjdą w teren i poddadzą swoje rozwiązanie ocenie. Dopiero takie pozytywnie zweryfikowane rozwiązanie stanie się punktem wyjścia do dalszych prac.

1. **Liczba godzin:** 4 x 45 minut

2. **Cele zajęć**

▪ **cele ogólne:**

Celem ogólnym cyklu zajęć jest rozbudzenie zainteresowania uczniów problematyką przedsiębiorczości, stymulowanie kreatywności i rozwoju intelektualnego ucznia oraz kształtowanie postaw przedsiębiorczych.

▪ **cele szczegółowe**

Uczeń po zajęciach potrafi:

- wymienić, na podstawie materiałów dostarczonych przez nauczyciele, cechy dobrego pomysłu na biznes;
- uzasadnić na podstawie treści zajęć i zrealizowanego zadania dlaczego słuchanie klientów jest ważne;
- na podstawie zrealizowanego zadania zaproponować pomysły na start-up, które mogą być rozwiązaniem wcześniej zdefiniowanego przez uczniów problemu;
- przeprowadzić na podstawie instrukcji od nauczyciela badanie terenowe, którego celem jest weryfikacja pomysłu na start-up;
- umiejętnie i sprawnie współdziałać i komunikować się w pracy w grupowej.

3. **Metody pracy:**

- aktywizujące metody pracy: mapa mentalna, dyskusja, analiza studiów przypadku, mapa skojarzeń, metody kreatywnego myślenia; wywiad pogłębiony.

4. Materiały dydaktyczne:

- materiały biurowe, kartki samoprzylepne, flipchart, pisaki, materiały źródłowe, strony i aplikacje internetowe

5. Pomoce i narzędzia niezbędne do realizacji:

- narzędzia cyfrowe, komputer/tablet/telefon, platformy i aplikacje internetowe.

PRZEBIEG ZAJĘĆ

Cel: rozbudzenie zainteresowania, zmotywowanie, przedstawienie celów zajęć, podjęcie działań wprowadzających do tematu,

Poradnik dydaktyczny dla nauczycieli prowadzących zajęcia pozalekcyjne w ramach projektu Cyfrowa Szkoła Wielkopolsk@2020 Akademia Kształcenia Wyprzedzającego autorstwa Violetty Julkowskiej i Katarzyny Moskiewicz www.csw2020.com.pl

Etap 1. AKTYWACJA

Zajęcia są poświęcone poszukiwaniu i walidacji pomysłów na biznes. Uczniowie poznają cechy, jakie powinien mieć dobry pomysł, a następnie twórczo starają się rozwiązać problem, który zdefiniowali na wcześniejszych zajęciach.

Zajęcia realizowane są z wykorzystaniem strategii kształcenia wyprzedzającego.

Cel modułu – wyjaśnienie do czego będziemy dążyli, od czego zależy osiągnięcie celów (podkreślić aktywność uczniów, zaangażowanie w pracę nad poszczególnymi postawionymi problemami)

Celem zajęć jest twórcze poszukiwanie rozwiązań problemów zgłaszanych przez przyszłych klientów start-upów. Uczniowie dowiedzą się także jaka jest rola szybkiej walidacji pomysłów i podejmą się jej w ramach pracy "w terenie". W trakcie zajęć uczniowie doskonalić będą pracę w grupie, a także zdolności komunikacji.

<p><i>Co już wiem? Nauczyciel stawia uczniom pytania, które pobudzają do poszukiwania odpowiedzi. Nauczyciel wykorzystuje materiały z załącznika (Materiał 1.)</i></p> <p><i>Odwołując się do posiadanej wiedzy ogólnej uczniowie przygotowują w grupach odpowiedzi na postawione pytania korzystając z dostępnych narzędzi i źródeł.</i></p> <p><i>Zadanie 1.</i> <i>Nauczyciel przedstawia instrukcję do zadania - celem zadania jest w zespołach przypomnieć sobie problem jaki został wybrany do rozwiązania.</i></p> <p><i>Zadanie 2.</i> <i>Nauczyciel przedstawia instrukcję do zadania - uczniowie w zespołach dyskutują nad pytaniem: co oznacza, że mam dobry pomysł na biznes?</i></p>	<p>Aktywacja posiadanej wiedzy za pomocą pytań kluczowych i stymulacja do dalszych poszukiwań odpowiedzi w środowisku cyfrowym.</p> <p>Polecenie dla uczniów:</p> <ul style="list-style-type: none"> Wykonaj zadania korzystając z przedstawionych materiałów. <p>Zadanie 1. Problem do rozwiązania</p> <ul style="list-style-type: none"> Na czym on polega? W czym się wyraża? Jakie budzi emocje? Z czego on wynika? <p>Zadanie 2. Kiedy pomysł na biznes jest dobry?</p> <ul style="list-style-type: none"> Dokończ zadanie. Dobry pomysł na biznes jest.... <p>Prezentacja wykonanych zadań</p>
<ul style="list-style-type: none"> <i>Nauczyciel przedstawia informacje na temat cech dobrego pomysłu.</i> <i>Nauczyciel podkreśla, że nie każdy pomysł na biznes prowadzi do sukcesu i już na etapie poszukiwań należy ocenić, czy dany pomysł jest dobry.</i> <i>Wykorzystując materiały z załącznika nauczyciel w formie prezentacji przedstawia i omawia cechy dobrego pomysłu.</i> 	<p>Wprowadzenie do tematu</p> <p>Wykład wprowadzający</p> <p>Nauczyciel robi wprowadzenie na temat "Kiedy pomysł na biznes jest dobry"</p>
<ul style="list-style-type: none"> <i>Na tym etapie następuje analiza, synteza, przetwarzanie informacji i nadawanie im nowej formy, są także opisy metod do wykorzystania, wskazówki i podpowiedzi dla nauczyciela.</i> 	<p>Etap 2. PRZETWARZANIE</p>



- Nauczyciel zaprasza uczniów do kreatywnej rozgrzewki
- Zadaniem uczniów jest wymyślenie niestandardowych zastosowań dla różnych przedmiotów.
- Uczniowie pracują w grupach. Wypisują na kartce swoje rozwiązania. Wygrywa ten zespół, który zaproponuje więcej pomysłów.

- W tej części uczniowie, wykorzystując zdefiniowany wcześniej problem, wymyślają w jaki sposób można go rozwiązać. Innymi słowy, poszukują pomysłu na własny start-up.

Etap 1. "Generowanie pomysłów"

- Praca z wykorzystaniem metody "Brain writing". Burza mózgów w wariacie pisanej. Każdy uczeń wypisuje min. 8 rozwiązań wybranego problemu.
- Nauczyciel podkreśla, że pomysły powinny być nietypowe i nie muszą brać pod uwagę, czy są aktualnie do zrealizowania. Im więcej tym lepiej, im bardziej nietypowo tym lepiej,

Etap 2. "Selekcja pomysłów" (szablon do oceny pomysłów w załączniku)

Na tym etapie uczniowie oceniają wszystkie pomysły wygenerowane w ramach pisemnej burzy mózgów.

Selekcja pomysłów odbywa się w 3 krokach.

Krok 1. Istniejące rozwiązania

- Jak inni rozwiązują ten problem?
- Czy w pełni go rozwiązują?
- Jakie są słabości istniejących rozwiązań?

Krok 2. Oryginalność i zdolność do rozwiązania problemu (wybieramy maksymalnie 5 pomysłów)

- Które z naszych rozwiązań najbardziej się różni od istniejących?
- Które z naszych pomysłów rozwiązuje ten problem lepiej niż istniejące rozwiązania?
- Który z naszych pomysłów brzmi najlepiej? Który budzi pozytywne emocje?
- Za który z naszych pomysłów jesteśmy w stanie zapłacić? Za który najwięcej?

Krok 3. Realność i koszty (wybieramy maksymalnie 3 pomysły)

- W czym nasze rozwiązanie jest lepsze?
- Czy jest ono możliwe do zrealizowania? Czy koszty tego rozwiązania są wysokie? Czy aktualny stan technologii pozwala na zbudowanie tego rozwiązania?

Metody kreatywnego myślenia - rozgrzewka

Polecenie dla uczniów: znajdź jak najwięcej nietypowych zastosowań dla wybranych przedmiotów np. krzesło, zeszyt, długopis, doniczka.

Projekt 1. "Poszukiwanie pomysłów na start-up"

Zadania dla uczniów:

- Na kartce papieru wypisz jakie są dziwne/nietypowe/zaskakujące sposoby rozwiązania tego problemu?
- Wykorzystując szablon oceń pomysły i wybierz maksymalnie 3 najlepsze.

Projekt 2. Walidacja rozwiązania (zadanie realizowane poza klasą)

(instrukcja dla nauczyciela w załączniku - Materiał 2.)

Zadania dla uczniów:

- znajdź grupę osób, która ma problem nad którym pracujecie.
- Zbierz informacje o problemie i sprawdźcie, które z wybranych rozwiązań w najlepszym stopniu jest odpowiedzią na problem.
- Na koniec wybierz 2-3 najlepsze rozwiązania.





<p><i>Uwaga - na zakończenie tej części nauczyciel zadaje pytania:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>jakie nowe problemy wyłoniły w wyniku tego, że rozwiązaliśmy stary problem? (wiele pomysłów biznesowych jest efektem pogłębiania pierwotnego pomysłu)</i> • <i>czy nie są one lepsze (ciekawsze, ważniejsze) niż pierwotnie wybrany problem?</i> • <i>jeśli tak ... to wracamy do początku (do części 1 - tworzenie rozwiązania)</i> 	
<p><i>Ten etap, to podsumowanie działań i efektów pracy, uporządkowanie wiedzy, jej strukturalizacja, powiązania, prezentacja wykonanych zadań, wstępna ocena pracy uczniów.</i></p>	<p>Etap 3. SYSTEMATYZACJA</p> <p>Prezentacja wykonanych zadań, uruchomienie dyskusji.</p> <p>Uczniowie prezentują rozwiązania wybrane w toku dyskusji i walidacji w terenie.</p> <p>Nauczyciel inicjuje dyskusję:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dlaczego uważacie, że te rozwiązania są dobre? • Czy uważacie, że będzie łatwo je zrealizować? • Które z nich jest najciekawsze? • Które z nich jest najtrudniejsze do zrealizowania?
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Nauczyciel podkreśla, że szybka ocena pomysłu jest jednym z najważniejszych warunków sukcesu całego przedsięwzięcia. Kluczowa jest weryfikacja, czy nasz pomysł może faktycznie zainteresować klientów.</i> 	<p>Rekapitulacja</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nauczyciel przedstawia informacje na temat znaczenia walidacji (oceny) pomysłów biznesowych. • Start-upy upadają, ponieważ założyciele wychodzą z założenia, że ich pomysły są tak dobre, że same się sprzedadzą. Niestety często się potem okazuje, że klientów jest za mało lub nie chcą oni płacić za rozwiązanie. • Dyskusja podsumowująca



<p><i>Samoocena, informacja zwrotna od nauczyciela</i></p>	<p>Etap 4. EWALUACJA</p>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Zadanie 3. Uczniowie wykonują zadanie polegające na ocenie pomysłów na firmę w kontekście cech dobrego pomysłu</i> • <i>Samoocenę można przeprowadzić w formie otwartej dyskusji lub „rundy bez przymusu”. (dla chętnych).</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Zadanie 3. Ocena pomysłów • Uczniowie rozwiązują zadanie 3. • Dyskusja <p>Samoocena - uczeń odpowiada na pytania:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Czego się dowiedziałem? • Co mnie dziś zaskoczyło? • Co było najtrudniejsze? • Co było najłatwiejsze?

Zadanie 1. Wykorzystując wiedzę na temat cech dobrego pomysłu na biznes oceń w czym tkwi wyższość danego rozwiązania (danej firmy) nad inną?

- Uber vs. taksy
- Tik tok vs. Facebook
- Jak dojadę vs. Google Maps
- Netflix vs. kino

Materiały do zajęć

Cechy dobrego pomysłu

(materiał 1.)

- **Zdolność do rozwiązania problemu** - podstawową cechą dobrego pomysłu jest zdolność do rozwiązania aktualnego lub przyszłego problemu. Ta cecha powoduje, że pojawiają się osoby, które chcą mieć i używać nasz produkt.
- **Oryginalność** - zaproponowany pomysł na biznes powinien nie tylko rozwiązywać dany problem, ale robić to lepiej niż robią to obecne rozwiązania (chyba, że nikt jeszcze nie znalazł rozwiązania, ale taka sytuacja zdarza się bardzo rzadko). Lepsze rozwiązywanie problemu oznacza, że potrafimy robić to szybciej, dokładniej, skuteczniej, ciekawiej niż inne podmioty na rynku.
- **Skalowalność** - pomysł na biznes powinien pozwalać na łatwe dotarcie do nowych grup klientów i szybkie zwiększanie skali działania. Aplikacje internetowe przygotowane w kilku wersjach językowych i oparte na chmurze bardzo łatwo mogą zainteresować potencjalnych klientów na całym świecie. Taka firma może z dnia na dzień pomnożyć liczbę klientów. Mały sklep osiedlowy nie jest w stanie łatwo pozyskać bardzo wielu klientów, bo lokalny rynek jest mały (w porównaniu w rynkiem globalnym). Szybka skalowalność jest możliwa przede wszystkim w przedsiębiorstwach, których produkt ma charakter cyfrowy i można go relatywnie szybko wytworzyć w dużej skali i szybko przesłać na odbiorców na całym świecie (np. aplikacje, programy, gry elektroniczne)
- **Możliwość zarabiania** - jeśli tworzony start-up nie jest działalnością charytatywną (w ramach tzw. przedsiębiorczości społecznej), to powinien zarabiać. Oceniając pomysł, trzeba się zastanowić, czy znajdą się osoby, które będą chciały zapłacić za dane rozwiązanie. Przychody z reklam w darmowych aplikacjach są generalnie niewielkie (chyba, że mamy miliony użytkowników). Dobry pomysł, to taki na który jest zapotrzebowanie i gotowość do ponoszenia opłat. Sposób generowania strumieni przychodów to tzw. model biznesowy przedsięwzięcia (o którym była już mowa na wcześniejszych zajęciach). Obecnie start-upy preferują model oparty na regularnie opłacanym abonamencie, co pozwala na uzyskiwanie regularnych przychodów zarówno od nowych, jak i obecnych klientów.

Dlaczego ludzie kupują? Joe Vitale w swojej książce przedstawił 26 motywów, dla których ludzie nabywają produkty lub usługi. Można je uznać za cechy dobrego pomysłu

1. Żeby zarobić pieniądze.
2. Żeby oszczędzić pieniądze.
3. Żeby oszczędzić czas.
4. Żeby uniknąć wysiłku.
5. Żeby zyskać większy komfort.
6. Żeby osiągnąć większą czystość.
7. Żeby mieć lepsze zdrowie.
8. Żeby uniknąć fizycznego bólu.
9. Żeby zdobyć nagrodę.
10. Żeby zdobyć popularność.
11. Żeby być atrakcyjnym dla osób przeciwnej płci.
12. Żeby ochronić posiadane mienie.
13. Żeby zwiększyć odczuwaną radość.
14. Żeby zaspokoić ciekawość.
15. Żeby chronić rodzinę.
16. Żeby być stylowym.
17. Żeby posiadać lub móc przechowywać piękne przedmioty.
18. Żeby zaspokoić głód.
19. Żeby dorównać innym.
20. Żeby uniknąć problemów.
21. Żeby uniknąć krytyki.
22. Żeby podkreślić swoją indywidualność.
23. Żeby chronić reputację.
24. Żeby wykorzystać okazję.
25. Żeby zapewnić bezpieczeństwo.
26. Żeby ułatwić sobie pracę.

Projekt: Walidacja pomysłu (instrukcja dla nauczyciela) (materiał 2.)

Zbieranie informacji zwrotnej o pomysle realizowane będzie w formie wywiadu.

A. Wybór osób do wywiadów

Na potrzeby weryfikacji pomysłu warto porozmawiać z osobami, które zgłaszają problem, który chcemy rozwiązać. Mogą być to osoby z najbliższego otoczenia (rodzina, znajomi) lub osoby, które uda się odnaleźć w inny sposób (np. w szkole, na ulicy, w sieci internet). Wywiad powinien być przeprowadzony z min. 3-5 osobami. Badanie powinno trwać do momentu, w którym kolejna osoba, nie wnosi nowej informacji na temat ocenianego pomysłu.

B. Budowa scenariusza

Narzędziem, które ułatwi zbieranie informacji jest scenariusz. Pokazuje on krok po kroku przebieg rozmowy i ułatwia uwzględnienie wszystkich, istotnych zagadnień istotnych z punktu widzenia ewaluacji pomysłu. Scenariusz składać będzie z 3 części:

1. Wprowadzenie.

W tej części przedstawiony zostanie cel badania (tj. zebranie informacji zwrotnej na temat pomysłu na start-up). Uczniowie podkreślają, że spotkanie to jest częścią projektu realizowanego w ramach zajęć szkolnych, a zebrane materiały będą wykorzystywane jedynie w celu realizacji zadania. Dodatkowo zapewniają, że materiały nie będą upubliczniane oraz, że badanie ma charakter anonimowy.

2. Pytania o opinie (*co myśli, jak ocenia, co uważa?, co czuje?*)

- Co sądzi o pomysle?
- Co mu się w nim podoba? Co się nie podoba? Co można poprawić?
- Czy chciałby go używać?
- Czy byłby skłonny go kupić?

3. Podsumowanie i podziękowanie

Na zakończenie wywiadu uczniowie podsumowują najważniejsze spostrzeżenia na temat ich pomysłu i dziękują za poświęcony czas.

C. Opracowanie wyników

W kolejnej części należy starannie przeczytać uzyskane odpowiedzi, wyszukując w nich podobieństw pomiędzy respondentami. Uczniowie poszukują wspólnych wątków w odpowiedziach. Co się powtarza? Czy osoby, które oceniają pomysł mają takie same opinie? Co najczęściej sądzą? Czy są opinie odrębne?

Literatura do zajęć:

- Blank, S. i Dorf, B. (2013) *Podręcznik startupu. Budowa wielkiej firmy krok po kroku*. Gliwice.
- Damodaran, A. (2009). Valuing Young, Start-Up and Growth Companies: Estimation Issues and Valuation Challenges. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1418687> (Data dostępu: 09.12.2022)
- Kałowski, A., i Wysocki, J. (2017). *Start-up a uwarunkowania sukcesu*. Oficyna Wydawnicza SGH, Szkoła Handlowa w Warszawie. Warszawa.
- Startup Academy (2022). *Jak testować pomysły biznesowe?* <https://startupacademy.pl/o-testowaniu-pomyslow-na-biznes/> (Data dostępu: 09.12.2022).
- Vitale, J., (2014) *Jak wprowadzić klienta w trans kupowania. Nowa psychologia sprzedaży i marketingu*, Onepress, Gliwice.

Selekcja rozwiązania

1. Istniejące rozwiązania:

- Jak inni rozwiązują ten problem?
- Czy w pełni go rozwiązują?
- Jakie są słabości istniejących rozwiązań?

2. Oryginalność i zdolność do rozwiązania problemu (wybieramy maksymalnie 5 pomysłów)

- Które z naszych rozwiązań najbardziej się różni od istniejących?
- Które z naszych pomysłów rozwiązuje ten problem lepiej niż istniejące rozwiązania?
- Który z naszych pomysłów brzmi najlepiej? Który budzi pozytywne emocje?

- Za który z naszych pomysłów jesteśmy w stanie zapłacić? Za który najwięcej?

3. Realność i koszty (wybieramy maksymalnie 3 pomysły)

- W czym nasze rozwiązanie jest lepsze?
- Czy jest ono możliwe do zrealizowania? Czy koszty tego rozwiązania są wysokie? Czy aktualny stan technologii pozwala na zbudowanie tego rozwiązania?

Pomysł 1.

Pomysł 2.

Pomysł 3.