

3. seminārs – Vadlīnijas izglītotājiem

Semināra norise

Seminārs galvenokārt sastāv no moduļa “e-apmācības” satura padziļinātas apguves. Norise būs šāda:

10 min	Sasveicināšanās un ievads
15 min	Atkārtošana “Grāmatvedības bilances izskatīšana”
15 min	Uzdevums: bilances rakstīšana (mozaīkmīkla)
20 min	Atsevišķi jautājumi par bilancēm
10 min	Prāta vētras metode: Ko jūs zināt par tirgus izpēti?
50 min	Tirgus izpētes projekta individuāla izstrāde dalībnieku biznesa idejai, ieskaitot koučingu un atgriezenisko saiti
10 min	Prāta vētras metode: Kuri ir svarīgi zīmola izstrādes aspekti?
50 min	Iedvesmas tāfeles (digitālas/analogas) izstrāde izstrādāji iestādīti instruktažu dizaineram, iekļaujot koučingu un atsauksmes
10 min	Prāta vētras metode: Kādi ir vissvarīgākie uzņēmējdarbības plāna elementi?
50 min	Uzņēmējdarbības plāna 1. uzmetuma izstrāde

Uzdevums: Sastādiet grāmatvedības bilanci

Pārskats

Šis uzdevums ir paredzēts, lai pārskatītu tiešsaistes kursa mācību saturu par uzņēmuma bilanci. Jautājums nav par konkrētas savas bilances izveidi, bet drīzāk par šādas bilances pareizu struktūru.

Īstenošana

Turpmāk tekstā redzamā balance tiks sadalīta dalībniekiem kā mozaīkmīkla. (Šim nolūkam balance tiek sadalīta atsevišķās šūnās.)

Katrs dalībnieks saņems mozaīkmīklu un lapu, uz kuras var līmēt bilanci.

Nepieciešams:

- Mozaīkmīklas balance x dalībnieku skaits
- Balta papīra lapa x dalībnieku skaits
- Līmes zīmuļi

Mācību mērķis

Dalībniekiem praktiski būtu jāpadziļina zināšanas par bilanci, kas iegūtas e-mācību modulī. Tiks izmantots diezgan vienkāršs modelis. E-mācību kursā nodrošinātie papildu avoti nodrošina pietiekamas iespējas padziļināt zināšanas. Tie, kuriem mozaīkmīklas uzdevums šķiet grūts, ir jānudina uzdot jautājumus un atsvaidzināt savas zināšanas.

Bilances mozaīkmīkla

Aktīvi	Saistības
Dzīvokļa īpašums EUR 80 000	Kapitāls EUR 80 000
Akciju portfelis EUR 100 000 EUR 80 000	Piesaistītais kapitāls Bankas aizdevums EUR 80 000
Konts bankā EUR 50 000 EUR 3000	Neto ienākumi EUR 3000
EUR 163 000	EUR 163 000

Tirgus pētījums: kā veikt jūsu tirgus pētījumu

Pārskats

Šis uzdevums ir paredzēts, lai pārskatītu tiešsaistes kursa mācību saturu par tirgus izpēti un vienlaikus liktu pamatus dalībniekiem pašiem veikt tirgus pētījumu, lai izvērtētu savu ideju.

Īstenošana

Iepriekšējā prāta vētras seansā tika sastādīts pieejamo tirgus izpētes metožu saraksts.

Dalībniekiem tiks izsniegta zemāk redzamā veidne.

Šajā veidnē dalībnieki tagad var ievadīt metodes, kuras viņi uzskata par noderīgām un praktiskām savas darbības gadījumā.

Metodes nosaukums ir jāievada laukā "Metode". Piemērs: Daļēji strukturētas intervijas.

Ierakstiet laukā "Izpilde", kā tas ir paveicams. Piemērs: 5 sieviešu intervēšana, kuras ir vecumā no 50 līdz 60 gadiem.

Laukā "Kādu informāciju šī metode var sniegt?" ievadiet vispārējos rezultātus, ko ar šo metodi var iegūt attiecībā uz savu projektu. Piemērs: Vai mana ideja tiešām ir risinājums problēmai mērķgrupā 'sievietes vecumā no 50 līdz 60 gadiem'? Vai problēma ir tāda, kādu es to iztēlojos?

Atstājiet lauku "Rezultāti" tukšu. Šeit dalībnieki var īsi apkopot rezultātus, veicot savas idejas pārbaudi. Tas var kalpot par pamatu uzņēmējdarbības plāna iesniegšanai.

Šis uzdevums būtu jāpapildina ar individuālām vai grupu koučingu, lai nodrošinātu labus rezultātus.

Piezīme: Modeļa veidni var pavairot jebkuru reižu skaitu – var izplatīt tik daudz veidņu, cik metožu dalībnieks plāno izmantot.

Apmācības mērķi

Dalībniekiem jābūt iespējai ar veidni īstenot tirgus izpēti savai uzņēmējdarbības idejai un iegūt rezultātus, ko viņi var izmantot savā biznesa plānā (gala redakcijā).

Tirgus izpēte – šablons plānošanai

Metode	Izpildījums
Kādu informāciju šī metode var sniegt?	
Rezultāti	

Uzdevums: izveidojiet iedvesmas tāfeli

Pārskats

Iedvesmas tāfele savā ziņā ir to lietu kolāža, kuras mūsu gadījumā var norādīt, kādā virzienā var virzīties zīmola koncepcijas grafiskais noformējums. Tai nav jāsaturs konkrētas dizaina idejas, bet jāapkopo no dažādiem avotiem, kā zīmola koncepciju iztēlojas pats uzņēmējs. Šim nolūkam var izmantot fotogrāfijas, attēlus, tekstus u.c. – visu, kas dizaineram var kalpot kā optiskais atskaite punkts. Parasti to savāc no dažādiem žurnāliem utt. un salīmē kopā uz liela kartona (DIN A2). Kā alternatīvu varat izveidot “Pinterest” sienu. Dalībniekiem tas ir izvēles variants – tomēr esiet uzmanīgi! Ja izmantojat pildspalvas un papīra metodi, dalībniekiem ir jāveic iepriekšēja izpēte.

Īstenošana

Princips “Iedvesmas tāfele” dalībniekiem tiek skaidrots vēlreiz (e-mācību satura atkārtošana).

Tad viņi var sākt ar veidošanu – vai nu vietnē “Pinterest”, vai uz kartona.

E-mācību saturā ir atsauce uz faktu, ka materiāli ir jāpārnes un jānogatavo, kad tiek gatavota papīra versija. Kursu pasniedzējam tas ir jāpaziņo dalībniekiem savlaicīgi pirms semināra!

Lai nodrošinātu, ka dalībnieki īsteno principu pareizi un ka dizainers rada kaut ko noderīgu, ar viņu būtu jāveido dialogs/jānodrošina apmācības.

Nepieciešamie materiāli:

- A2 izmēra baltas vai melnas kartona loksnes atbilstoši dalībnieku skaitam,
- Līmes zīmuli,
- Šķēres,
- Marķieri baltajām tāfelēm.

Apmācības mērķi

Dalībniekiem nepieciešams padziļināt e-mācību modulī iegūtās zināšanas, lai sniegtu instrukcijas dizaineram. Iedvesmas tāfele ir svarīgs līdzeklis zīmola dizaina vizuālo ideju atspoguļošanai.

Uzdevums: kā instruēt dizaineru

Pārskats

Lai ātri sasniegtu optimālus rezultātus, būtiski ir pareizi instruēt dizainerus (un citus pakalpojumu sniedzējus). Šajā uzdevumā dalībnieki saņem veidni, ko var izmantot daudzkārtīgi. Šajā seminārā viņiem būtu provizoriski jāuzraksta sava uzņēmējdarbības ideja, lai gūtu labumu no semināra vadītāja un pārējo dalībnieku atsauksmēm.

Īstenošana

Pēc prāta vētras īsi apspriediet instruktāžas veidni.

Dalībnieki pēc tam saņem tukšu veidni, kuru viņi var aizpildīt individuāli.

Kad pienāks laiks, instruktāžas varēs lasīt skaļi vai apmainīties ar tām, piemēram, lai pārbaudītu to saprotamību un derīgumu. Pretējā gadījumā šo uzdevumu var pārņemt pasniedzējs/instruktors.

Nepieciešamie materiāli:

- Modeļa veidne kopijas veidā x dalībnieku skaits
- Veidne (tukša) x dalībnieku skaits

Apmācības mērķi

Dalībnieki uzzinās, kā veidot jēgpilnu un noderīgu instruktāžu dizaineriem. Tas var aiztaupīt daudz saspringtu situāciju saziņā, nevajadzīgas pārskatīšanas un visbeidzot naudu.

Dizaineru instruktāža: veidne

PAMATDATI	
Tēma (nosauciet īsumā):	<i>[Šeit uzrakstiet būtisku uzņēmējdarbības ideju]</i>
NO KĀ – KAM	
Kurai tīmekļa vietnei/projektam/nozarei (pēc iespējas specifiskāk) logotips/dizains ir paredzēts?	<i>[Šeit sīkāk aprakstiet, kāds ir jūsu uzņēmējdarbības idejas UPP (Unikālais pārdošanas piedāvājums)]</i>
Kas ir mērķa grupa ?	<i>[lūdzu, nosauciet] piem.: makšķernieki, 30-40 gadi</i>
PAMATDATI – KAS IR JĀIZVEIDO?	
Kas tieši jums ir vajadzīgs?	<i>Piemēram, logotips, tīmekļa vietne (Cik daudz apakšlapu? Kā izskatās struktūra?), sociālo mediju grafika, vēstuļpapīrs, iepakojuma dizains...</i>
Tīmekļa vietnēm: Vai ir vēlams ievietot attēlus (ja nepieciešams, aprakstiet)?	<i>[ja vēlams, tad ir jānorāda arī, kāda veida attēli jāapraksta]</i>
Tīmekļa vietnēm: Vai ir vēlams ievietot tekstus (ja nepieciešams, aprakstiet)?	<i>[ja vēlams, tad jāatzīmē arī tas, kāda veida un kādā apjoma materiāli jāapraksta – dizainers tad varēs pieņemt darbā reklāmas tekstu sastādītājus, kuri tos sastādīs]</i>
STILS – KO PAREDZĒTS PAVĒSTĪT UN KĀDĀ VEIDĀ?	
Kādam jābūt dizaina stilam/noskaņai (asprātīgam, jautram, vieglam, modernam, ikdienišķam,...)?	<i>piemēram, humoristiskam un bezrūpīgam, arī nedaudz provokatīvam</i>
Kā veidot saziņu par zīmolu ?	<i>aprakstiet šādā veidā:</i> <i>XY ir jāuztver kā jautrs partneris visās ar zvejošanu saistītās lietās, kā zīmols, kas meklē tiešu saikni ar saviem klientiem.</i>
ĀRĒJAIS IZSKATS/FORMA	
ja tas piemērojams: Kādā formātā ir jāiesniedz rezultāts (.png, .jpg,...)?	

Vai attiecībā uz struktūru/formu/izskatu ir specifiskas prasības?	<i>[aprakstiet ar īpašības vārdiem]</i>
Citas vizuālās idejas/prasības ?	<i>[šeit atsaucieties uz iedvesmas tāfeli]</i>
PAPILDU PRASĪBAS	
Vai ir īpašas prasības?	<i>[nosauciet jebkuru īpašu prasību, kas nav ietverta citos laukos]</i>
Vai pastāv kādi ierobežojumi ?	<i>piemēram, nelietot zilos toņus</i>
Vai ir pieejams labs piemērs, kas ir izmantojams mērķim ?	<i>[jā/nē; ievietojiet saiti, ja piemērojams. Vienmēr norādiet, kādā veidā atsaucies materiāls var kalpot kā pozitīvs piemērs!]</i>

Noslēguma uzdevuma sagatavošana: Īsa uzņēmējdarbības plāna izstrāde

Pārskats

Šā kursa pēdējais uzdevums ir izstrādāt nelielu uzņēmējdarbības plānu, ko vajadzības gadījumā varētu izstrādāt tālāk ar kouču. Izmantojot īsu tabulu, tiks apkopoti svarīgākie punkti, kas tika apskatīti pēdējo semināru un e-apmācību laikā. Tos varēsiet izmantot biznesa plāna sastādīšanai.

Īstenošana

Pēc prāta vētras izdaliet tabulas veidni un īsi apspriediet to.

Dalībniekiem jau vajadzētu aizpildīt veidni, cik vien viņiem tas iespējams. Konkrētos punktus, kur ir nepieciešama plašāka informācija, var apspriest ar pasniedzēju.

Mērķis ir, lai dalībnieks paņemtu konkrētu darba uzdevumu uz mājām, lai izpildītu savu galīgo uzdevumu un zinātu, kuros punktos viņam pēc kursa var nākties turpināt darbu ar konsultantu/kouču (piemēram, sastādot detalizētu finanšu plānu).

Kas ir nepieciešams:

- Veidne (tukša) x dalībnieku skaits

Apmācības mērķi

Dalībniekiem būtu jāāmācās praksē, kā sastādīt pirmo mazās uzņēmējdarbības plānu.

Uzņēmējdarbības plāns: Paraugs sākotnējai pieejai

Projekta kopsavilkums <i>Vienmēr ierakstiet šo pašās beigās! Kāds ir jūsu projekta temats?</i>	
Personiskās prasības un motivācija <i>Kādas saiknes jums ir ar savu uzņēmējdarbības ideju (pieredze utt.)? Kas motivē jūs īstenot šo ideju praksē?</i>	
Uzņēmējdarbības ideja <i>Ko tieši jūs vēlaties veikt, kādi un kuriem klientiem ir piemērots jūsu UPP (Unikālais pārdošanas piedāvājums)?</i>	
Tirgus un konkurences analīze <i>Kādi konkurenti jau darbojas tirgū? Cik liels ir pieprasījums? Kur ir jūsu atrašanās vieta un kā tur izskatās? Kas jūs atšķir no konkurentiem (izmantojot UPP)?</i>	
Mārketinga stratēģija <i>Kuru problēmu jūsu produkts atrisina? Kas ir jūsu mērķa grupa?</i> <i>Kur ar reklāmas palīdzību sasniedzat mērķa grupu? Kā izskatās jūsu mārketinga stratēģija? (Kurus kanālus jūs izvēlaties katram mērķim, kādus rezultātus var sagaidīt?)</i>	

Organizācija, darbinieki, tīkls <i>Vai jums ir nepieciešami darbinieki? Ja nepieciešami, tad cik? Kā jūs strukturējat savu uzņēmumu? Kuri tīkla partneri jums ir svarīgi, vai jums jau ir sakari, vai kā jūs plānojat tos izveidot?</i>	
Juridiskā forma <i>Kuru juridisko formu jūs izvēlaties un kāpēc?</i>	
Riski un iespējas <i>Kādas izredzes un kādi riski ir saistīti ar jūsu uzņēmējdarbību? Kā jūs plānojat novērst riskus?</i>	
Finanšu plāns	
Pielikums <i>CV, līguma projekti utt.</i>	