



# ACE Youth

Arts and Creative Entrepreneurship

## 101 ACE Youth Yararalı Sektör ve Genç Akran Mentörler İçin Eğitim Seti

### Girişimcilik Eğitimi

2020-3-TR01-KA205-097137



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

## Yönetici Özeti

En azından 2020 yılına kadar, kültürel ve yaratıcı sektörler büyümeyi temsil etmiş ve özellikle genç yetişkinler için geniş çapta istihdam yaratmış ve aynı zamanda sosyal ve topluluk uyumunu güçlendirmiştir. Yaratıcı sektör, yenilik için bir katalizör görevi görerek çeşitli kültürel ve ekonomik anlamda buluş ve ilerlemeyi teşvik ederek yeniliği yönlendirmektedir. Avrupa'da kültürel çeşitlilik için temel itici güç olmanın ötesinde, yaratıcı sektörler son derece yenilikçi şirketlerden oluşmakta ve Avrupa'nın en dinamik sektörlerinden biri olarak kabul edilmektedirler.

Ancak turizmle birlikte Covid-19 krizinden en çok etkilenen kültür ve yaratıcı sektörler olmuştur. Mekana dayalı sektörler, (performans sanatları, canlı müzik, festivaller, sinema vb.) sosyal mesafe tedbirlerinden dolayı en çok etkilenen sektörler olmuştur. Gelirlerdeki ani düşüş, finansal sürdürülebilirliklerini riske atarak hem yaratıcı hem de yaratıcı olmayan sektörlerden tedarikçilerinin değer zinciri noktasında ses getiren işten çıkarmalarla sonuçlanmıştır.

Ace Youth projesi, en çok risk altında olan bu sektöre, en çok etkilenen genç insanlar için girişimcilik yetkinlikleri ve dayanıklılık eğitimi sunmak için önlemler ve materyaller oluşturup paylaşarak hizmet etmek için uygulanmaktadır.

Mentorluk, tomurcuklanan genç girişimcileri destekleme rolünü üstlendiği için nesiller arası mentorluğu projenin materyallerine dahil etmeyi projede önemli bulduk. Ayrıca, hedef gruba özel, nitelikli girişimcilik eğitimi girişimlerinin Avrupa'da yetersiz olduğu ve kültürel ve yaratıcı sektörlerdeki gençler için girişimcilik eğitimi ile dayanıklılık eğitimini harmanlamak için ideal bir zaman olduğu da yaygın olarak kabul edilmektedir.

Proje üç ana bölüme ayrılmıştır:

**IO1 ACE Youth - Yaratıcı Sektör Girişimcilik Müfredatı**

**IO2 ACE Youth - Yaratıcı Sektör ve Genç Akran Mentörler İçin Eğitim Seti**

**IO3 ACE Youth - MOOC Platform**

Öte yandan kapsamlı bir sonuç, tüm ortak ülkelerdeki ve iş dünyasındaki paydaşlar arasında yeni bir işbirliği modeli olacaktır. ACE Gençlik projesinin bir diğer temel amacı, kültürel ve yaratıcı sektörlerde girişimciliğin ve iş kurmanın önündeki engelleri kaldırmaktır. Herhangi bir seviyedeki girişimci gençleri yeterince erken girişimci olma seçeneklerini keşfetmeleri için destekleyerek, bu seçeneğin bir kariyere, yakında var olmayabilecek bir kariyere doğru çalışmakla eşit ağırlıkta olmasını sağlamaya çalışmaktadır.

Gençler, kıdemli mentorluk ve eğitim materyallerinden ve “yapmaktan zevk aldığınız şeyi” anlamlı bir girişime dönüştürme konusunda aynı zorluklarla karşılaşan diğer insanlarla etkileşimden yararlanarak projenin nihai yararlanıcıları olacaktır. Gençlik liderlerinin ihtiyaçları da karşılanırken gençleri tam yaratıcı potansiyellerine ulaşmalarını desteklemek için yeni yöntemlere erişebilmeleri de sağlanacaktır.

Ayrıca, kamuoyunun bakış açısından yaratıcı girişimciliğe karşı daha olumlu bir tutumu teşvik etmeyi amaçlıyoruz. Bunun anahtarı, girişimciler için başarısızlık damgasını azaltmak ve girişimcilik becerilerini değerli yaşam becerileri olarak teşvik etmektir. Araştırma ve yenilik, proje konseptinin merkezinde yer alır ve ona dair trendlerin değiştiğinin farkındayız, ancak birkaç yıl önce böyle olduğuna inanılan şey artık geçerli değildir. Gerçekten yenilikçi olmak için, özellikle mevcut Covid -19 ikliminde mevcut eğilimleri yakalamalı ve projenin genç yararlanıcılarının anlamlı eğitim, faydalı tavsiyeler ve yaratıcılık rehberliği almalarını sağlamalıyız.

## IO1 - ACE Youth Yaratıcı Sektör Girişimcilik Müfredatı

### ENT1 – Girişimcilik Eğitimi – Fikir Geliştirme

#### Bölüm 1 - Giriş

Nereden başlayacağınız konusunda hiçbir fikriniz olmadığı için kısa sürede boşa çıkan dahiyane bir fikriniz oldu mu? Artık yok! İşte basit fikrinizi başarılı bir iş kurma teklifine nasıl geliştireceğinize dair adım adım bir kılavuz. Böylece bir dahaki sefere ilham geldiğinde, gitmeye hazır olacaksınız.



**1-Yaz!** Basit görünebilir, ancak bu değerli bir egzersizdir. Bir isim vererek başlayın; bu hareket tek başına süreci daha gerçek hale getirebilir, daha sonra her zaman değiştirebilirsiniz. Ardından, fikri özetleyen birkaç madde işareti not edin. Fikri birinkolay ve hızlı bir şekilde açıklayan iki satırlık bir özetle bitirin. Bu, insanlarla fikriniz hakkında konuşmayı çok daha kolay hale getirecek.

**2-Düşün!** İlerlemeden önce, bu fikir gerçekçi mi? Kendine karşı dürüst ol. Gerekli becerilere sahip misiniz? Milyonlarca avroya, çok toprağa ya da çok insana ihtiyacı varsa? Belki daha küçük bir ölçekte başlamayı düşünün. Unutmayın, genel kural proje ne kadar büyükse; daha fazla hazırlık gereklidir.

**3-Kanıtı bulun!** Fikrinizin gerçekçi olduğunu belirledikten sonra, bir ihtiyaç veya talep olup olmadığını anlamanın zamanı gelmiştir. Seçilen endüstriyi araştırın ve raporlardan ve istatistiklerden alıntı yapın. Bu, fikrinize olan güveninizi artırmanıza yardımcı olacak ve ayrıca finansman arayışında daha da yardımcı olacaktır.

**4-Adım adım plan!** Fikrinizi gerçekleştirmek için gereken ilk adımların bir listesini yapın. Bunu bir tabloya veya haritaya dönüştürebilirsiniz. Düşünebildiğiniz kadar çok adım yazın. Finansmana ihtiyacınız olup olmayacağını belirleyin. Sahip olduğunuz boşlukları vurgulayın ve araştırmanıza devam edin.

Artık fikriniz belgelendi ve ete kemiğe büründü. Ancak, fikrinizi başkalarına sunmadan önce kendinize sormalısınız, benim fikrim yeterince kapsamlı mı? Bu aşamada fikrinizin hala daha fazla gelişme göstermes mümkündür. Konu hakkında başka neler söyleyebilirsiniz? Yine de bazı ek araştırmalara ihtiyaç duyabilirsiniz ve muhtemelen daha önce yaptığınız noktaları daha da geliştirmeniz gerekir. Potansiyel iş ortakları veya fon verenler, konunuz hakkında derinlik ve analiz sağladığınızı görmek isteyecektir. Aşağıda, fikirlerinizi daha da geliştirmek ve zenginleştirmek için bazı stratejiler bulunmaktadır:

**Ayrıntılar:** Kendinize 5 N 1 K'yı sorun ve Nasıl? Kim? Neresi? Ne? Ne zaman? Neden? Niye? ve nasıl? Spesifik ve kapsamlı olun.

**Amplifikasyon:** Temel olarak, amplifikasyonun tanımı, bir şeyi daha güçlü, daha büyük, daha yüksek veya daha önemli hale getirme sürecidir. Önceki bir fikri sonraki cümlelere dahil ederek genişletin.

**Duygulara hitap etmek:** İnsanların zihninde hangi görüntüleri, fikirleri, olayları ve anıları tetiklemek istersiniz?

**Analiz:** Fikrinizi destekleyen argümanınızı geliştirmek için alıntıların, gerçeklerin, fikirlerin ve yaptığınız daha geniş iddiaların önemini düşünün. Kendinize sorun, "Bu alıntı, fikir veya istatistik gerçekten ne anlama geliyor? Neden ekledim ya da benim açımdan önemli olduğunu düşündüm?" Artık fikrinizi ayrıntılı bir konsepte dönüştürdünüz! Aferin!

## Böüm 2 – Alıştırmalar

Alıştırma 1 - Asansör Sahası	Kaynaklar
<p>Her öğrenciye kendi kişisel asansör sahasını geliştirme görevini vereceksiniz. Asansör konuşmasının kavramını ve değerini açıklayarak başlayın;</p> <p>“Asansör konuşması, kendinizin veya fikrinizin, genellikle yaklaşık 60 saniye süren kısa ve ikna edici bir satış konuşmasıdır.</p> <p>Ađ oluşturma fırsatları ve röportajlar söz konusu olduğunda, iyi bir izlenim bırakmak için asansör konuşmanızı hazırlamak çok önemlidir. Hangi meslek olursa olsun, işverenler ve yatırımcılar mükemmel iletişimciler ararlar.”</p> <p>Öğrencilerden dağılmalarını ve bireysel bir çalışma alanı bulmalarını isteyin ve onları asansör sahaları üzerinde çalışmaya davet edin.</p> <p>Öğrencilerin sunumlarına dahil etmek için potansiyel bir iş fikri varsa, onları bunu yapmaya davet edin. Değerilse, kendilerini halihazırda var olan bir şirkete potansiyel bir varlık olarak sunmaya odaklanabilirler.</p> <p>Tamamlandığında, öğrencileri sunumlarını sınıfa sunmaya davet edin. Onları standart 60 saniyelik teslimat içinde kalmaya teşvik edin. Öğrencileri evde sunumlarını uygulamaya devam etmeye teşvik edin;</p> <p>“Pratik yapmayı unutmayın! Asansör konuşmanız doğal, bilgilendirici ve özlü olmalıdır. Kendinizi unutulmaz kılmak için bir hikaye anlatın.”</p>	<p>Ayrı çalışma alanları</p> <p>Katılımcı başına bir kağıt</p> <p>Katılımcı başına bir kalem veya kurşun kalem</p>

## Eğitmen için İpuçları

Aşağıda, ğrenciler için etkili bir görüşme ortamı asansör konuşması tasarlamalarını sağlayacak bir talimat kılavuzu yer almaktadır.

1. Bir giriş ve eğitim geçmişi ile başlayın. Adınızı ve niteliklerinizi ekleyin. Bu kısım 10 saniyeyi geçmemelidir - kısa ve tatlı tutun.

5 dakika

2. Kendinizle ilgili üç özelliği listeleyin. Bu zellikleri ve becerileri geçmiş deneyimlerinize ilişkilendirmek çok önemlidir. rneğiniz okul, kulüp veya geçmişteki bir iş olabilir. Bu 2-3 cümlede tutulmalıdır. Seçtiğiniz becerileri kullanarak kendi resminizi boyamak için bu fırsatı kullanın. Bir hikaye anlattığınızdan emin olun.

15 dakika

3. Değerinizi genişletin. Bu bölüm, özelliklerinize dair mükemmel bir alanı yansıtmaktadır. Çünkü onu özellikle fikrinize veya tercih ettiğiniz role bağlayabilirsiniz. Seni bu yolculuk için doğru insan yapan şey, seni sen yapan şey. Açık ol!

20 dakika

4. Konuşmanızı bir soru veya ifade ile bitirin. Bu, başka bir toplantı planlamak için bir soru veya gerçek bir soru olabilir.

5 dakika

5. Her ğrenciyi, sunumunu gruba sunmaya davet edin.

Katılımcı başına 1 dakika

Alıştırma 2 - Bilgilendirici Yazı, Sahadan Plana!	Kaynaklar
<p>Bu alıştırma, öğrencilerin kurgusal olmayan okuma becerilerini dahil ederken kurgusal olmayan yazma becerilerini geliştirmelerine yardımcı olacaktır. Bir fikri kapsamlı bir konseptte dönüştürmek için iki hayati yetkinlik. Bu beceriler, öğrencilerin fikirlerini yetkin bir şekilde tartışmalarını ve faydalı bir iş planı hazırlama yeteneklerini geliştirmelerini sağlayacaktır.</p> <p>Ekteki çalışma notu (Ek no.1) öğrencilerin aşağıdakileri uygulamalarına yardımcı olacaktır:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Konu cümlesi geliştirme</li><li>• Fikirler arasında geçiş yapma</li><li>• Destekleyici ayrıntıları belirleme</li><li>• Gereksiz bilgileri ortadan kaldırmak</li></ul> <p>Öğrencilere asansör perdesi fikirlerini kendi kendilerine geliştirmeleri ve tamamen gelişmiş bir konseptte dönüştürmeleri için teknik bilgi verecektir.</p> <p>Bu broşür, bu becerileri öğretmek için küçük bir grup veya tüm sınıf dersinin bir parçası olarak veya beceriler öğretildikten sonra bağımsız uygulama olarak kullanılabilir.</p>	<p>Ayrı çalışma alanları</p> <p>Katılımcı başına basılı bir broşür</p> <p>Katılımcı başına bir kalem veya kurşun kalem</p>
<b>Eğitmen için ipuçları</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Bu broşür, öğrenciler tarafından bireysel olarak veya küçük gruplar veya çiftler halinde tamamlanabilir. Aynı şekilde, bir grup çalışması olarak kullanılabilir ve bir grup etkinliği olarak tamamlanabilir.</li><li>• El notunu öğrencilerinizin becerisine göre tamamlamak için gereken süreyi ayarlayın.</li><li>• Öğrencilere eldeki görev hakkında pratik bir anlayış kazandırmak için grup olarak bazı ısınma egzersizleri yapmayı deneyin.</li></ul>	



## Bölüm 3 – Vaka Çalışması

### Anahtar Kafe

KeyCafe, insanların Airbnb'lerini yönetme şeklini değiştiriyor. Yerel kafelerin anahtarları güvenli bir şekilde tutmak için kaydolmalarını sağlar. Bu, Airbnb ev sahibine mülkün anahtarlarını değiştirmek için sorunsuz bir deneyim sağlar. Misafirler, kafenin açık olduğu herhangi bir zamanda anahtarlarını alıp iade edebilir ve ev sahibi, bir mobil uygulama aracılığıyla anahtar deposuna kimlerin erişebileceğini kontrol edebilir.



KeyCafe fikri, kurucu ortak Clayton'ın aktif olarak iş fikirleri bulmaya çalışmasıyla başladı. Kendi sıkıntılı deneyimlerine ve arkadaşlarının deneyimlerine bakarak başladı. Kendini özdeşleştirebileceği kavramlar üzerinde çalıştı.

2012'nin ilk günlerinde bir Airbnb ev sahibi olarak Clayton, yaşamadığı bir şehir olan Vancouver'daki misafirlere anahtarlarını teslim etmekte her zaman sorun yaşıyordu. Buna göre ihtiyaçlarına cevap verecek bir hizmet yoktu. Sonuç olarak, bazen unutan anahtarı getirmek için temizlik hizmetleri için para ödeyecekti. Ya da konuyu beklemek için bir teslimat hizmeti kiralayacaktı, bu da maliyetliydi. Clayton, aynı sorunlarla karşılaşan ve pazarlama uzmanı olan bir Airbnb ev sahibi olduğu için arkadaşı Jason'ı bu fikre davet etti.

Takip eden üç ay içinde, bu sorunu yaşayanların sadece kendileri mi olduğunu, yoksa çıkarabilecekleri büyük bir şey mi



olduğunu belirlemek için araştırdılar. İnsanlarla anket yapmak için öğrencileri işe aldılar ve yüzlerce veri noktası toplamak için başka teknikler kullandılar. Yakında fikrin anlaşılır olduğu ve insanların hizmetten yararlanacağı anlaşıldı.

KeyCafe fikri, kurucu ortak Clayton'ın aktif olarak iş fikirleri bulmaya çalışmasıyla başladı. Kendi sıkıntılı deneyimlerine ve arkadaşlarının deneyimlerine bakarak başladı. Kendini özdeşleştirebileceği kavramlar üzerinde çalıştı.

2012'nin ilk günlerinde bir Airbnb ev sahibi olarak Clayton, yaşamadığı bir şehir olan

Vancouver'daki misafirlere anahtarlarını teslim etmekte her zaman sorun yaşıyordu. Buna göre ihtiyaçlarına cevap verecek bir hizmet yoktu. Sonuç olarak, bazen unutan anahtarı getirmek için temizlik hizmetleri için para ödeyecekti. Ya da konuyu beklemek için bir teslimat hizmeti kiralardı, bu da maliyetliydi. Clayton, aynı sorunlarla karşılaşan ve pazarlama uzmanı olan bir Airbnb ev sahibi olduğu için arkadaşı Jason'ı bu fikre davet etti.

Takip eden üç ay içinde, bu sorunu yaşayanların sadece kendileri mi olduğunu, yoksa çıkarabilecekleri büyük bir şey mi olduğunu belirlemek için araştırdılar. İnsanlarla anket yapmak için öğrencileri işe aldılar ve yüzlerce veri noktası toplamak için başka teknikler kullandılar. Yakında fikrin bacakları olduğu ve insanların hizmetten yararlanacağı anlaşıldı.

İşte doğrudan Clayton'dan fikir geliştirme hakkında bazı tavsiyeler: "Bir fikriniz varsa, sadece harika olduğunu düşündüğünüz için veya ilk fikriniz olduğu için ona atlamayın. Gerçek bir ihtiyacı çözmesi gerekiyor... Anladığınız bir sektörde başlamak, bir kayıp için yardımcı olacaktır, çünkü oradaki sorunlara daha aşina olabilirsiniz."

Daha fazlası için [how companies created their successful business ideas here.](#)

## Ek 1.

### Bilgilendirici Notlar

#### Bölüm1 – Destekleyici Detaylar

**1.1** Avrupa'da yaklaşık 29.000 türe sahip 58 böcek ailesi vardır ve bunların çoğu faydalıdır.

Destekleyici detayları seç:

Böceklerin iki takım kanadı vardır.	
Böcekler çok iyi göremezler.	
Bazı böcek türleri çiçekleri tozlaştırır veya çöpleri yok eder.	

**1.2** Bal arıları, dünyanın her yerinde bulunabilen sosyal böceklerdir.

Destekleyici ayrıntıyı seçin:

Bal arıları birçok mahsulü tozlaştırır.	
Kolonileri uzun yıllar hayatta kaldı çünkü kış aylarında hayatta kalmak için bir araya toplandılar.	
Sadece bir kez sokabilirler çünkü soktukten ve uçtukten sonra iğneleri yırtılır.	

## Bölüm 2 – Konu Cümlesi

2.1 Aşağıdaki ayrıntılar için bir konu cümlesi yazın:

- Fosiller, yarasaların bilim adamlarına nasıl evrimleştiği hakkında bilgi sağlar.
- Bilim adamları, 50 milyon yıl öncesine ait yarasaların kanıtlarını buldular.
- Yarasa iskeleti fosilleri, bugün gördüklerine çok benzediklerini göstermektedir.

Konu Cümleiniz:


2.3 Aşağıdaki ayrıntılar için bir konu cümlesi yazın:

- Penguenlerin karada tilki, kedi ve yılan gibi birçok yırtıcı hayvanı vardır.
- Birçok kuş penguen avlar.
- Penguenler, leopar fokları ve deniz aslanları gibi memeliler için avdır.

Konu Cümleiniz:


## Bölüm 3 – Geçişler

**3.1** Nobel Edebiyat Ödülü, edebiyatın en yüksek onurlarından biridir. \_\_\_\_\_, son derece bağımsız Fransız yazar Jean-Paul Sartre 1964 ödülünü reddetti.

Cümleyi tamamlamak için sağlanan geçişler arasından seçim yapın.

Olsa bile	Özellikle
-----------	-----------

**3.2** Isaac Newton bir çiftçi olarak yetiştirildi. Bunun yerine, Trinity College'da matematik ve fizik okumaya devam etti.

Cümleyi tamamlamak için sağlanan geçişler arasından seçim yapın.

Örneğin	Yerine
---------	--------

**3.3** Uğur böceği bir böcek türüdür. \_\_\_\_\_, birçok bilim insanı “böcek” olmadıkları için onlara uğur böceği demeyi tercih ediyor. Bu böcekler faydalıdır çünkü bahçe zararlıları ile beslenirler. \_\_\_\_\_ bazı türlerin istenmeyen etkileri vardır; \_\_\_\_\_ çeşitli mahsullerin yapraklarını yemek.

Paragrafı tamamlamak için sağlanan geçişler arasından seçim yapın.

aksi halde	ayrıca	benzer şekilde
fakat	örneğin	bunlara ek olarak

## Bölüm 4 - Konuda kalın

4.1 Hangi cümle ait değil? Kaleminizle carpı koyun.

Bilimsel yöntem, bilim adamlarının çevrelerindeki dünyayı inceleyerek öğrendikleri bir yoldur. Dünya büyük bir yer. Bilim adamları bir soru sorarak başlar ve ardından cevabı keşfetmek için bir süreç izler. Birçok öğrenci okulda bir bilim fuarına katılırken bilimsel yöntemi kullanır.

4.2 Hangi cümle ait değil? Kaleminizle carpı koyun.

Plaka tektoniği nedeniyle volkanik patlamalar meydana gelir. Sönmüş bir yanardağ bir daha asla patlamaz. Yerkabuğu, levha adı verilen devasa levhalardan oluşur ve bu levhalar hareket edip çarpıştığında depremlere ve volkanik patlamalara neden olur.

## Bölüm 5. Destekleyeci Detaylar

**5.1** Bu konu cümlesini takip edebilecek üç destekleyici ayrıntı yazın.

Bir iş görüşmesine hazırlanmanın birçok yolu vardır.

1.	
2.	
3.	

**5.2** Bu konu cümlesini takip edebilecek üç destekleyici ayrıntı yazın.

Bir evcil hayvana bakmak büyük bir sorumluluktur.

1.	
2.	
3.	

**5.3** Bu konu cümlesini takip edebilecek üç destekleyici ayrıntı yazın.

Doğum gününü kutlamanın birçok yolu var.

1.	
2.	
3.	

## IO1 Example - ACE Youth Yaratıcı Sektör Girişimcilik Müfredatı

### ENT2 – Girişimcilik Müfredatı – Fırsatları Belirleme

#### Section 1 - Giriş

##### Fırsatları Belirleme Nedir?

Fırsatları Belirleme, bir fırsatı belirleme, değerlendirme ve ardından harekete geçme eylemidir. Fırsatları Belirleme, bir beceri olarak, hayal gücü ve sosyal, kültürel ve ekonomik ortamı keşfederek değer yaratma fırsatlarını belirleme yeteneği ile ilgilidir. Başarı, karşılanması gereken ihtiyaçları ve zorlukları belirlememizi ve değer yaratmak için fırsatlar yaratmak için yeni bağlantılar kurmamızı gerektirir.



**“Değer yaratma fırsatlarını belirlemek için hayal gücünüzü ve yeteneklerinizi kullan!”**

(EntreComp: Girişimcilik Yetkinlik Çerçevesi, 2016 p. 12)

**Fırsat arama** olarak da bilinen bir fırsatı tanımak, bir girişimci için temel bir beceridir. Herhangi bir fikri veya akla gelen ilk fikri seçmek, girişimciyi başarıya götürmez çünkü talep veya ilgi olmayabilir. Başarılı girişimciler, ilginç bir fikrin beklediği 'piyasada bir boşluk' bulmaya çalışacaklar! Örneğin, bir sorunu tanımlayabilir ve yenilikçi bir çözüm düşünmeye çalışabilirler.

Bir girişimci olarak bir fırsatı nasıl fark edebilirsiniz?

- Bir girişimci olarak sizin için neyin önemli olduğunu belirleyin: Neye önem veriyorsunuz? Hangi yerel sorunlar sizi endişelendiriyor?
- Bulduğunuz bölgede halihazırda nelerin yapıldığını öğrenin. Neyin eksik olduğunu görün ve



oradan bir fikir geliştirin.

- İletişim anahtardır! Bir fikre yol açabileceğinden yerel işletmeler, okullar ve aile üyeleriyle ilgi alanları hakkında konuşun. Başka birinin çalışmasına ve fikirlerine merak ve nezaket gösterin.
- Sosyal medya, fırsatları bulmak için bir hediye: Katılabileceğiniz yerel bir genç girişimcilik Facebook grubu var mı?

Bu adımlardan geçmek, umarım sizi motive eden ve heyecanlandıran bir fırsatla karşılaşmanıza yardımcı olur! Ve henüz bu fırsatı bulamadıysanız, aramaya devam edin. Olumlu ve meraklı kalmak, iyi bir girişimci olmanın anahtarıdır. İyi bir fırsat bulmak, genellikle piyasada bir boşluk bulabilmekle olur.

**“Piyasadaki boşluk, henüz mevcut olmayan bir şeyi yapmak ve satmak için bir fırsattır.”**  
(Marketbusinessnews.com, 2020)

**Fırsat Taraması** olarak bilinen bir fırsatı analiz etmek bir sonraki aşamadır.

Bu aşamadaki odak noktası, fırsatı daha fazla araştırmaktır. Bu adım, girişimcilerin bir fırsatı yakından değerlendirmesine ve gerçek fizibilitesi hakkında düşünmesine izin verdiği için önemlidir. Bir girişimci, fırsatın peşinden gitmeye değer olup olmadığını buradan belirleyebilir.

**Fırsat Üzerinde Hareket Etmek** Son adım, fırsat yakalama olarak bilinen fırsat üzerinde hareket etmektir. Bu adım, sonunda bir fikre bağlanmak ve onu takip etmekle ilgilidir!

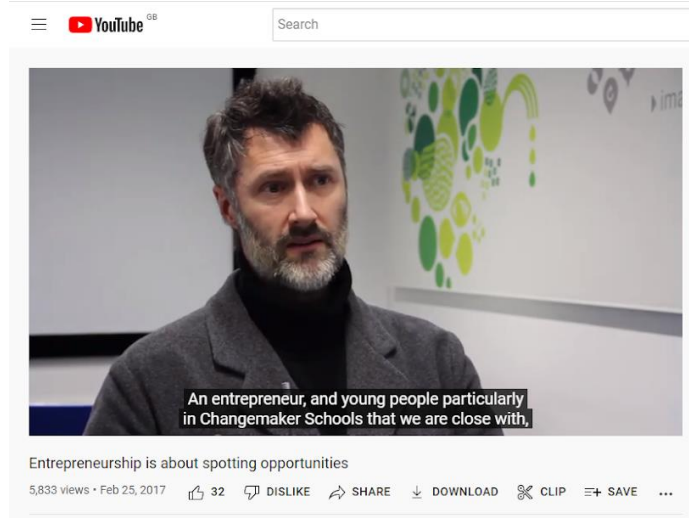
**Bir fırsata girişme olasılığı** göz korkutucu olabilir, ancak fırsat tarama aşamasında tamamlanan çalışma, korkunun bir kısmını hazırlamalı ve ortadan kaldırmalıdır. Fırsatı yakalamanın tek yolu onu yapmaktır!

Aşağıdaki soruyu düşünün ve cevaplayın:

**Bir girişimci neden fırsatları değerlendirmelidir?**

Aşağıdaki cevaplara bakın.

- Fikirleri düşünmek için
- Sorunlara çözüm bulmak için
- Yenilikçi olmak için



Bağlantı için - <https://www.youtube.com/watch?v=LctfWCH5j0w>

## Bölüm 2

Alıştırma 1 – Yaşayanlar Adası	Kaynaklar
<p>Bu aktivite bireysel ve küçük gruplar halinde çalışmayı içerecektir. Birlikte oturacakları alana ihtiyaçları olacak ve bir grup tartışmasına ve etkinliğine katılacaklar.</p> <p>Eğitmen, aşağıdaki senaryo ile tüm grubu oluşturacaktır: "Uçağınız ıssız bir adaya düştü ve mahsur kaldınız, grubunuzun diğer takımın hayatta kalması için ihtiyaç duyacağını düşündüğünüz en faydalı 10 öğeyi seçmesi ve önem sırasına koyması gerekiyor".</p> <p>Eğitmen şimdi her gruba potansiyel olarak faydalı 20 öğenin bir listesini sağlayacaktır.</p> <p>Liste bunları içermelidir (ancak tercih edilirse başkalarını da ekleyin)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Tıraş Aynası</li><li>• Bidon Petrol</li><li>• Su kabı</li><li>• Kuru gıda poşetleri</li><li>• Plastik levha</li><li>• Çikolata çubukları</li><li>• Oltu</li><li>• Halat</li><li>• Katı köpük levha</li><li>• Bir Şişe Rom</li><li>• Köpekbalığı kovucu</li><li>• Sivrisinek ağı</li><li>• Güneş losyonu</li><li>• Maçlar</li><li>• Çoklu araç</li><li>• Radyo</li></ul>	<p>2 ayrı çalışma alanları</p> <p>Flipchart</p> <p>Katılımcı Listesi</p> <p>Üzerinde materyallerin yazılı olduğu resimli kartlar</p> <p>Not defteri ve kalemler vb</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deniz haritası</li> <li>• Dürbün</li> <li>• Termometre</li> <li>• Bandajlar</li> </ul> <p>Şimdi her grup, en yararlı olduğunu düşündükleri <b>10 maddeyi</b> tartışmak ve belirlemek için zaman ayırmalı ve diğer 10 maddeyi atmalı, grupları derinlemesine tartışmaya ve kararlarının mantığını düşünmeye teşvik etmeye çalışmalıdır. Gruptaki her kişi tartışmada söz sahibi olmalıdır. Ve grup ayrıca ıssız adalarının neye benzediğine dair kısa bir açıklama yazmalıdır.</p> <p>Öğrencilere adanın kısa, yaratıcı bir tanımını sağlayın. Mesela adanın tatlı suya uzun mesafe ve konumda olduğundan, tehlikeli hayvanların yaşamadığından, köpekbalıklarının yer aldığı ve etrafta bir sürü taze yiyeceğin olduğu, yaz aylarında böcekler vb.haşeratın olduğundan bahsedebilirsiniz.</p>	
<p><b>Eğitmen için İpuçları</b></p>	
<p>Kar topu etkinliği ile başlayın</p> <p>Listeye bakmak için katılımcılarınızı çiftlere ayırın.</p> <p>Çiftleri öğelere öncelik vermeye ve neden o öğeyi seçeceklerini açıklamaya teşvik edin ve çiftlerin birbirlerinin fikirlerini görmelerine izin vermemeye çalışın.</p> <p>Flipchart'ı kullanarak her bir çift için en yararlı 10 öğeyi kaydedin ve bir tablo kullanarak seçimlerini açıklamaya davet edin.</p> <p>Dört kişilik bir grup oluşturmak için iki çifti birleştirin ve seçenekleri</p>	<p>5 dakika</p> <p>30 dakika</p> <p>Her biri için 5 dakika</p> <p>20 dakika</p> <p>Grup başına 5-10</p>

<p>birleştirin ve eşleştirilmiş gruplar arasında nedenleriyle birlikte seçim yapın.</p> <p>Dört kişilik grupların daha sonra gözden geçirilmiş ilk on seçeneği sunmalarına ve daha geniş gruba açıklamalarına imkan tanıyın.</p> <p>Grup tercihleri arasındaki benzerliklere ve farklılıklara bakmak için son bir tartişma, faydalı bir oturumu bitirme etkinliği olacaktır.</p>	<p>dakika</p> <p>Grup başına 5-10 dakika</p>
<p><b>Alıştırma 2 – Çözümler ve Stratejiler</b></p>	<p><b>Kaynaklar</b></p>
<p>Bireylerin günlük olarak karşılaştıkları bir "sorunu" belirlemeleri. Bu fiziksel bir engel, kötü bir alışkanlık veya onları her gün gördüklerinde derinden mutsuz eden bir şey olabilir.</p> <p>Küçük gruplar halinde (2 - 4) katılımcılar daha sonra birlikte çalışacak ve aynı zamanda 'günlük' yaşamları ve çevrelerindeki dünya hakkında da düşüneneceklerdir.</p> <p>Küçük gruplar daha sonra sorunlarını not edecek ve kendi küçük gruplarında tartişacaklar. Her katılımcı gruplardaki diğerlerini dinleyecek, empati kuracak ve kendi sorununu diğerleriyle paylaşacaktır.</p> <p>Flipchart kağıdı alınarak konu tablo formatında not edilmeli ve grup üyeleri objektif bir bakış açısıyla çözüm ve stratejiler önermelidir. Hiçbir fikir reddedilmemeli ve katılımcılara eşit süre tanınmalıdır.</p> <p>Grup daha sonra kayıtlı sorunlarını, paylaşılan fikirleri, çözümleri ve bunları bir tablo formatında ele almak için stratejileri sunmalıdır.</p>	<p>Her grup için kalem ve kağıt</p> <p>Büyük veya Flip chart kağıdı</p> <p>Oturumları kaydetmek için kağıt tahtası veya beyaz tahta üzerinde hazırlanmış bir masa</p>

<p>Büyük bir kağıt parçası olarak konu not edilmeli ve ardından diğer grup üyeleri objektif bir bakış açısıyla çözüm ve stratejiler önermelidir. Hiçbir fikir reddedilmemeli ve katılımcılara eşit süre tanınmalıdır.</p> <p>Grup daha sonra, ortak fikirleri, çözümleri ve bunları ele almak için stratejiler ile birlikte aday gösterdikleri sorunları birlikte sunmalıdır. O zaman alıştırmamızın anahtarı, çözümleri bir bütün olarak ele almak ve bunları uygulanabilir iş veya girişimcilik fırsatlarına dönüştürmek için potansiyeli paylaşmaktır.</p> <p>Daha geniş grup tartışması, tüm katılımcıların düşüncelerini paylaşabilmeleri ve faaliyetler üzerinde düşünebilmeleri ve hatta bir iş planı vb. geliştirmek için uzatma alıştırmaları oluşturabilmeleri için yapılandırılmalıdır.</p>	
--	--

<b>Eğitmen için İpuçları</b>	
<p>Büyük bir grubu 2 veya 4 katılımcıdan oluşan daha küçük gruplara ayırın.</p> <p>Gruplar meşgul olduğu sürece rehberlik süreleri esnek olabilir.</p> <p>Basit bir sorunu belirleyemeyen gruplara rehberlik edin (ör. çevresel atık, zayıf yerel ulaşım, kötü WiFi, telefon sinyalinin olmaması, konut sıkıntısı)</p> <p>Grup tartışmasını teşvik etmek, tüm katılımcıların etkinliği tam olarak anlamalarını ve her grubun “sorunları” ve “çözümleri” üzerinde düşünmelerini sağlayacaktır. Bu alıştırmamızın, çevrenizdeki dünyadaki</p>	<p>5 dakika</p> <p>Sorunu belirlemek ve açıklamak için 5 dakika</p> <p>Grubun çözümleri tartışması için 30 dakika bekleyin</p> <p>Daha geniş tartışma 1 saate kadar olabilir</p>

fırsatları belirlemeye yönelik daha geniş girişimcilik becerisini teşvik edeceği umulmaktadır.

Bu alıştırmmanın, çevrenizdeki dünyadaki fırsatları belirlemeye yönelik daha geniş girişimcilik becerisini teşvik etmesi umulur ve oturum, bir iş için en iyi potansiyel fırsat hakkında bir tartışma ve kararla sonuçlanır.

### Bölüm 3 – Vaka Çalışması (bir örnek)

Her gruptan/çiftten yerel girişimcileri araştırmak için biraz zaman harcamasını isteyin. Bunu gazeteleri, sosyal medyayı kullanarak veya aileleriyle tartışarak vs. yapabilirler.

Her grup / çift, hayran oldukları veya ilham verici buldukları bir girişimci bulmaya çalışmalıdır (aile üyeleri, yerel sosyal girişimciler veya sadece başarılı yerel insanlar olabilir)



Şimdi her gruptan/çiftten, bireyin girişimci olmak için attığı adım adım süreci içeren, seçtikleri girişimci hakkında derinlemesine bir vaka çalışması oluşturmaları istenecektir. Bu, yoldaki tüm başarıları ve başarısızlıkları, fikirlerini nasıl geliştirdiklerini, hedeflerine ulaşmak için kimlerle çalıştıklarını ve kurumsal fikirlerini nasıl planladıklarını içermelidir.

Mümkünse yerel girişimciyle görüşerek konuyu ve bu pozisyona nasıl geldiklerini, çalışma hayatlarındaki fırsatları nasıl tespit ettiklerini ve diğer tavsiyeleri açıklayabilirler.

Her grup, seçtikleri yerel girişimci hakkında bir sunum yapacak, bu, bireyi neden seçtiklerini, neden onlara hayran olduklarını ve girişimcinin mesleki yolculuklarına başlayan genç insanlara sunduğu tavsiyeleri içermelidir.



## IO1 - ACE Youth Yaratıcı Sektör Girişimcilik Müfredatı

### ENT3 – Girişimcilik Eğitimi – Motivasyon ve Azim

#### Bölüm 1 – Giriş

İnsanların hedeflerine ulaşmasına veya üzerinde çalışmasına yardımcı olan enerji ve coşkuyla dolu bir zihin halidir . Sizi belirli hedefinize doğru çalışmaya iten şeyin ne olduğunu anlamak çok önemlidir. Günlük yaşamda önemlidir, ancak iş ve yönetimde bile gereklidir.



İnsanların nasıl motive edilebileceğine dair pek çok dal vardır, ancak en önemli iki tanesi vardır: dışsal faktörler ve içsel faktörler. Dış etkenlerle, insanlar sıkı çalışma için ikramiye veya bir iş yapılmazsa yaptırımlarla motive olurlar. İçsel faktörlerle insanlar, patronunuzu memnun etme veya kişisel hedeflere ulaşma arzusu gibi insan ihtiyaçlarını karşılama arzusuyla motive olurlar. Ancak insanların çoğu, dışsal ve içsel faktörlerin bir kombinasyonu tarafından motive edilir.

Motivasyonu artırmanın en iyi araçları ödüller, güven, tanınma, kariyer gelişimi ve amaçtır.

## Bölüm 2

### Alıştırma 1

### Kaynaklar

Öğrencilerden yapmayı sevdikleri veya en çok zevk aldıkları şeyler hakkında düşüncelerini isteyin ve bunları yazın.

Kağıt, kalemler

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

Şimdi onlardan yaşam hedefleriniz hakkında düşüncelerini ve bunları yazmalarını isteyin.

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

Şimdi öğrencilerden önceki iki tabloyu birleştirmelerini isteyin. Hedeflerini yazın, sonra sevdikleri etkinlikleri yazın ve bu etkinliklerin hedeflerine ulaşmalarına nasıl yardımcı

olabileceğini ve onlara nasıl motivasyon kazandırabileceğini düşünün.

Hedeflerin	Sevdiğin Faaliyetler	Aktiviteler sizi nasıl motive eder?

**Bu tablo, görevlerinizi veya hedeflerinizi gerçekleştirmek için ekstra motivasyona ihtiyaç duyduğunuzda size yardımcı olacaktır.**

### Eğitmen için İpuçları

Bu tablolar, öğrencilere görevlerini veya hedeflerini gerçekleştirmek için ekstra motivasyona ihtiyaç duyduklarında yardımcı olmalıdır. Katılımcıların masaları bitirmeleri gerektiği kadar sürmesine izin verin. Katılımcılar 3 ila 7 aktivite ve hedef yazmalıdırlar.

Bu aktivite 1-1,5 saate kadar sürer

Alıştırma 2	Kaynaklar
<p data-bbox="126 296 402 327"><b>Gelecek ve hedefler</b></p> <p data-bbox="126 344 906 380">Öğrencilere tüm bu soruları kendilerine sormalarını söyleyin.</p> <ul data-bbox="224 436 1198 1297" style="list-style-type: none"><li>• Bu hedef sizin için hangi değeri temsil ediyor?</li><li>• Başarını nasıl kutlayacaksın?</li><li>• Bunun dünyaya katkısı nasıl olurdu?</li><li>• Peki bu hedef neyi temsil ettiğinizi gösteriyor?</li><li>• Seni devam ettiren ne?</li><li>• Bunda seni ne heyecanlandırıyor?</li><li>• Peki ya bu hedef amacınıza uyuyor mu?</li><li>• Bunun hangi kısmı hayalleriniz ile ilgili?</li><li>• Hedeflerinize ulaşmak için tüm zamanınız, enerjiniz ve paranız olsaydı ne yapardınız?</li><li>• Bu senin için neden önemli?</li><li>• Neyi deneyimlemek istiyorsun?</li><li>• Ne işe yarar?</li><li>• Buna bakmanın başka bir yolu nedir?</li><li>• Devam etmenize yardımcı olması için bunu nasıl yeniden çerçeveleyebilirsiniz?</li><li>• Motivasyon ve azmi nasıl göstereceksiniz?</li></ul> <p data-bbox="126 1367 500 1398"><b>Motivasyon ve meditasyon</b></p> <p data-bbox="126 1415 1198 1696">Meditasyon yapmak, hedefinize ulaşmak için motivasyonu artırmaya ve sürdürmeye yardımcı olabilir. Meditasyon konsantrasyona yardımcı olur ve daha uzun süre odaklanmamızı sağlar. Her gün en az 10 dakika meditasyon yapmayı deneyin. İnternette birçok uygulamalı meditasyon bulabilir veya size en uygun kişisel yansımayı tasarlayabilirsiniz. En önemli şey zihninizi temizlemek ve hedefinize odaklanmaktır.</p>	
<p data-bbox="688 1759 935 1797"><b>Eğitmen İpuçları</b></p>	

Bu, yalnızca katılımcıların motivasyonunu artırmaya değil, aynı zamanda hedeflerine ulaşmalarına ve becerilerini geliştirmelerine de yardımcı olabilir. 10-15 dakika meditasyon yapmayı denemelerine izin verin.

Bu aktivite 1 saate kadar sürer.

## Bölüm 3 – Vaka Çalışması

### Metni okuyun ve soruları cevaplayın. Motive Edici Bir Çalışma Yeri: Zappos Örneği

2010'da Fortune dergisinin “Çalışılacak En İyi 100 Şirket ” listesinde Zappos 15. sırada yer almıştı. Yeni çalışanlara beş haftalık bir eğitim kursu ve eğer istemezlerse bu beş hafta boyunca herhangi bir noktada 2000 \$ alma seçeneği sunmuşlardı. Ancak kursiyerlerin sadece %1'i bu teklifi kabul etmişti. Bunun nedeni, Zappos'un motivasyonu teşvik eden ve dahil eden bir ortam yaratmasıydı. Şirket , çalışanların iş deneyimlerinden bekledikleri kendini gerçekleştirme ihtiyacını karşılamaktadır. Zappos'ta işler de farklı şekilde yapılandırılmıştır. Örneğin, müşteri hizmetleri temsilcilerinin bir telefon görüşmesi için harcadıkları sürenin bir sınırı yoktur. Onlardan kurtulmaya çalışmak yerine, diğer uçtaki bireylerle kişisel bağlantılar kurmaya teşvik edilirler. Zappos'un 1300'den fazla çalışanı olmasına rağmen, başarı hedefleri, üyelik veya sadece çalışma ortamlarından keyif alma gibi ihtiyaçlarını karşılamaya çalışırlar.



**İş yerinizde sizi ne motive eder?**

**Ofisinizde olumlu bir mikro iklim oluşturmaya nasıl çalışırsınız?**

Daha fazla okuma için:

<https://positivepsychology.com/motivation-tools-worksheets-activities/>

<https://positivepsychology.com/motivation-theories-psychology/>

<https://www.breathr.com/en-gb/blog/topic/employee-engagement/what-are-motivation-theories>

[https://saylordotorg.github.io/text\\_organizational-behavior-v1.1/s09-theories-of-motivation.html](https://saylordotorg.github.io/text_organizational-behavior-v1.1/s09-theories-of-motivation.html)

## IO1 - ACE Youth Yaratıcı Sektör Girişimcilik Müfredatı

### ENT4 – Girişimcilik Eğitimi – Yaratıcı Oyun

#### Bölüm 1 – Giriş

Luke Hohmann tarafından geliştirilen Yaratıcı Oyunlar, müşterilerin yaratıcı sürece tamamen dahil olduğu ve doğrudan müşterilerden, potansiyel müşterilerden ve diğerlerinden verilerin toplanmasını sağlayan birincil pazar araştırması için tasarlandı.



Bilişsel ve zihinsel bilimlere dayanan Yaratıcı Oyunları, insanları beyinlerini zihin haritalarından ve çağrışımlarından kurtaracak şekilde meşgul eder, özgürce ilişki kurmalarına ve alışılmadık ve değerli şekillerde yeni fikirler yaratmalarına olanak tanır.



Beyin belirli bir şekilde düşünmek için iyi donanımlıdır, ancak bu kısıtlamalar oyunlarla aşılabılır.

## Bölüm 2 – 4 Alıştırma

### Alıştırma 1

#### Oyunun Amacı:

İşler plana göre gitmediğinde, bakış açımızı değiştirmenin iki yolu vardır. Biri, neyin yanlış olduğunu görmezden gelmek diğeri ise yalnızca olumlulara odaklanmaktır. Durum düşük beklentilerinizi aştığında muhtemelen daha iyi bir tutuma yol açsa da, bu teknik sizi bilişsel uyumsuzluğunuza neden olan olumsuz yönlerle baş başa bırakır. Zihniyetinizi değiştirmek, yalnızca durumu iyileştirmenin imkansız olduğu durumlarda faydalıdır ki bu genellikle böyle değildir. Bununla birlikte, hayatımızın gidişatını gerçekten değiştirmenin en faydalı yolu, durumu değiştirmektir.

**Oyuncu Sayısı:** 5 – 8

**Oyun Süresi:** 1 saat

#### Nasıl oynanır:

1. Toplantınızdan önce büyük bir posterin veya beyaz tahtanın ortasına bir yıldız çizin. Yıldızın ortasına odaklandığınız konuyu yazın (ör. X Projesi, Konferans, Günlük program). Yıldızın etrafına, ekibinizle tartışmak istediğiniz konunun farklı yönlerini yazın (ör. reklamlar, grafikler, iletişim, işlevler).
2. Toplantının başında katılımcularınıza bolca kalem ve yapışkanlı not dağıtın (2 farklı renk)
3. 5 – 10 dakika boyunca, oyuncularınıza yıldızın etrafında yazdığınız yönler hakkında beğendiklerini yazmasını sağlayın. Fikirlerini yalnızca bir yapışkan not kağıdına yazmalarını söyleyin.
4. Oyunculardan sonraki 5 – 10 dakika boyunca her bir açıdan hoşlanmadıklarını, sadece



yapışkan notun diğer rengine yazmalarını isteyin.

5. Herkes fikirlerini yazmayı bitirdiğinde, her bir katılımcının notlarını sunmasını ve tablodaki ilgili yönlerin altına göndermesini sağlayın. Sonuçların daha kolay anlaşılmasını sağlamak için tüm "beğenileri" ve "beğenmeyenleri" birlikte kümeleyin.

6. Tüm notlar gönderildiğinde, fikirlerin projenizi nasıl geliştirileceğini belirlemek için işbirliği yapın. Ne değiştirilebilir? Herhangi bir "beğenmeme" özelliğini ortadan kaldırarak projenizi iyileştirebilir misiniz? Katılımcıları, sundukları sorunlara çözümler bulmaya teşvik edin.

## Strateji

Bu oyun büyük değişikliklere neden olabilir, bu nedenle herkesin herhangi bir "beğenmeme" durumunu ortadan kaldırmak için hangi değişikliklerin yapılacağı konusunda net olduğundan emin olun. Sosyal kaytarmayı önlemek ve değişikliklerin gerçekten yapılmasını sağlamak için insanlara belirli görevler vermeyi düşünün.

Bu oyunu projenizle ilgili herkesle oynayabilirsiniz. Müşterilere, ürün veya hizmetinizin farklı yönleriyle ilgili neyi beğendiklerini/sevmediklerini sorun. Veya ilişkinizin plana göre gidip gitmediğini belirlemek için kilit ortaklarınızla işbirliği yapın. Bu aktivite ihtiyaçlarınıza göre uyarlanabilir ve herhangi bir hedef kitle için özelleştirilebilir.

## Alıştırma 2

### Oyunun Amacı:

Yenilik, işleri yönlendirir; onsuz, şirketler durağan kalacak ve rekabet edemeyeceklerdir. İster ürünlerimizi değiştirirken ister yenilerini yaratırken, gelişmelerden yararlanmaktayız. Tyner Blain LLC'nin Başkanı Scott Sehlhorst, "Ürün Yöneticileri ve İnovasyon" makalesinde mevcut veya potansiyel buluşları kullanarak müşterilerin sorunlarını çözen yeni fikirler oluşturmanın bir yolunu gösterdi. Scott'ın stratejisi, ekiplerin müşteri ihtiyaçlarını belirlemesine ve ele almasına yardımcı olan Innovation Generator oyununu ortaya çıkarmasıydı.

**Oyuncu Sayısı:** 5 – 8

**Oyunun Süresi:** 1 saat

**Nasıl oynanır:**

1. Oyuncularınıza post-it ve işaretçi vererek başlayın. Büyük bir beyaz tahtaya veya postere üç sütun çizin ve bunları aşağıdaki gibi etiketleyin:

A. Müşterilerin Sorunları

B. Buluş/Değer

C. Yenilik

2. Oyunculardan pazarınızdaki müşterilerin yaşayabileceği sorunları düşünmelerini isteyin. Tüm fikirlerini yapışkan notlara yazıp ilk sütuna yerleştirdikten sonra, sorunların şirketiniz için ne anlama geldiğini tartışın.

3. Şirketinizin sahip olduğu veya yaratabileceği yaklaşık beş icat seçmek için grup olarak çalışın. Bunları farklı renkteki post-italere yazın ve ikinci sütuna koyun. Oyuncularınızdan, mevcut amaçları dışında bu icatların sahip olduğu değerleri keşfetmelerini ve ikinci sütundaki buluş notları etrafında fikirlerini göndermelerini isteyin. Bu değerlerin ilk bölümde belirtilen sorunları nasıl çözebileceğini düşünün. Bunu yapmak, ekibinizin yeniliklerinin paydaşlarınızın ihtiyaçlarını karşılamaya odaklanmasını sağlar.

4. Son olarak, buluşları ikinci sütundaki değerleriyle birleştirerek yeni yenilikler geliştirmek için işbirliği yapın

**Strateji:**

Birinci sütundaki notlara değinen yeniliklere odaklanın. Bu, alıştırmanın size müşterilerin ihtiyaçlarına cevap veren faydalı bilgiler bırakmasını sağlayacaktır.

### Alıştırma 3

#### Oyunun Amacı:

Tyner Blain LLC'nin Başkanı Scott Sehlhorst, paydaşlarınızı belirleyerek ürününüzün geliştirilmesine rehberlik etmek için ustaca bir yol geliştirmiştir. Ürününüzün karşılaması gereken gereksinimler çerçevesini belirlemeden önce, en önemli kısım kullanıcılarınızı tanımanız gerekir. Bunu yapmak, yalnızca insanların gerçekte ne kullanacaklarına dayalı olarak değişikliklere öncelik vermenizi sağlamakla kalmaz, aynı zamanda ihtiyaçlarını karşılayarak sadık müşteriler oluşturma fırsatı da sunar. Bununla birlikte, kimliği belirsiz birçok kullanıcı, sisteme (ürüne) daha yakın olanlarla bağlantılar yoluyla dolaylı olarak paydaş alanınıza dahil edildiğinden, bunu söylemek yapmaktan daha kolay olmaktadır. Scott'ın "Paydaş Analizi Nasıl Görselleştirilir" başlıklı makalesindeki Soğan Diyagramına dayanan Müşteri Merkezli ile müşterilerinizin faaliyet gösterdiği ekosistemin katmanlarını geriye alabilir ve sistemin çıktılarından yararlananları ortaya çıkarabilirsiniz. Ürününüzü başarılı kılmak için gerekli gereksinimleri size sağlayabilecek paydaşları belirlemek için bu oyunu oynayın.

**Oyuncu Sayısı:** 5 – 8

**Oyun Süresi:** 1 saat

#### Nasıl Oynanır:

1. Oyuncularınıza yapışkan notlar ve kalemler vererek başlayın. Büyük bir poster veya beyaz tahta üzerine dört eşmerkezli daire çizin ve bunları aşağıdaki gibi etiketleyin:

- En İçteki: Ürün (ör. Haşere Kontrol Yazılımı)
- Sistem – doğrudan paydaşlar (ör. Yönetici)
- İçeren sistem – sistemle doğrudan etkileşime girmeseler bile sistemin paydaşları (örn. Servis teknisyeni)
- Daha Geniş Çevre – çevre dışındaki paydaşlar (ör. Tedarikçiler, müşteriler)

2. Her alana ait kişileri belirlemek için ekip olarak çalışın. Bu, kutunun dışında düşünmenizi gerektirir (ya da daire de denebilir), çünkü her kullanıcının kişiliği ekosistemdeki diğer birçok kişiye bağlı olacaktır.

### Strateji:

Daha fazla organizasyon için, kimin kiminle iletişim kurduğunu belirlemek için kişiler arasında oklar çizebilirsiniz; bunu yapmak, sistemden kaynaklanan ilişkilerin karmaşasını ortaya çıkaracak ve ürünün çıktısını kullanan uzak müşterilere dikkat çekecektir.

### Alıştırma 4

Merrill Covey Matrix'i anında çevrimiçi oynayabilirsiniz! Innovationgames.com sitesindeki resme tıklayarak anında oyun başlayacaktır. Burada bu görüntü "oyun tahtası" olarak kullanılacaktır. Bu çizelge, yüz yüze sürümle aynı şekilde düzenlenmiştir ve ikinci hücre, size önemini hatırlatmak için sarı renkte vurgulanmıştır. Bununla birlikte, post-it notları yerine, oyuncuların çizelgeye sürükleyip görevleri temsil etmek için tanımlayabilecekleri iki farklı simge olacaktır:

- Yeşil kareler – dikkat gerektiren öncelikli görevler
- Kızıl Meydan – küçültme/ortadan kaldırma görevleri

Tüm hareketler her katılımcı tarafından gerçek zamanlı olarak görülebilir, böylece herkes simgelerin konumlarını ve açıklamalarını düzenleyebilir. Ayrıca, entegre sohbet özelliği, sizin ve oyuncularınızın en verimli yapılacaklar listesini oluşturmak için işbirliği yapmanıza olanak tanır.

**Süre:** 1 saat

### Strateji:

Yetkilendirme, zaman yönetiminin ayrılmaz bir parçasıdır. Herkesin her öge üzerinde birlikte çalışacağını varsaymak yerine, sosyal kayırmayı önlemek için görevler

vermelisiniz. Bu şekilde, insanlar belirli öğelerden daha fazla sorumlu hissedecekler ve bunları daha verimli bir şekilde gerçekleştireceklerdir.

İkinci hücredeki öğeleri ihmal etmenin ne kadar kolay olduğu göz önüne alındığında, yukarıdaki resimlerde görüldüğü gibi, önemini göstermek için bölgeyi farklı bir renkle vurgulamanız veya çevrelemeniz önerilir. Her haftanın başında, bu gerekli görevler üzerinde çalışmak için zaman ayırın.

Daha küçük listelere bölerek uzun, göz korkutucu yapılacaklar listesi oluşturmaktan kaçının. Örneğin, her kişi için bir görev sayfası veya her gün veya hafta için bir grup listesi oluşturmayı düşünün.

### Anahtar Noktalar:

Hepimiz yapılacaklar listemizi hazırlamakla meşgulken, bunu düşündüğümüz kadar verimli bir şekilde yapamayabiliriz. Görevlerinizin amacını ve değerini belirlemek ve zaman kaybını en aza indirmek veya ortadan kaldırmak için Merrill Covey Matrix'i oynayın. Verimsiz yoğun işlerden kaçınmak ve hedefinize verimli bir şekilde ulaşmak için önceden plan yapın.

**Kaynaklar:** <https://gamestorming.com/tag/innovation-games/>

## Bölüm 3 – Vaka Çalışması

**Sea Hero Quest** oyunculara Alzheimer Hastalığı belirtilerini tespit edebilecek şekilde tasarlanmış bir VR oyunudur. Oyun, nihai hedeflerine ulaşmak için bir dizi kontrol noktasından geçen ve bir tekneyi kontrol eden oyunculara sahiptir. Bununla birlikte, kontrol noktaları yalnızca yolculuğun başlangıcında oyuncuya gösterilen bir haritada gösterildiğinden hafıza burada devreye giriyor.



Noktaları gözlemledikten sonra, kontrol noktalarının nerede olduğuna dair hafızalarına güvenmeleri gerekir. Oyun, geleneksel tıbbi testlerin tespit edemediği Geria ve/veya Alzheimer'dan birleşik bir ekip tarafından geliştirildi. Pek çok Deutsche Telekom, Glitchers (bir oyun stüdyosu) ve Avrupa'daki çeşitli üniversiteler. Geleneksel tıbbi testlerin tespit edemediği demans ve/veya Alzheimer hastalığının erken semptomlarının belirlenmesine olanak sağladı.



### References:

<https://blog.prototypr.io/gaming-innovation-that-has-real-world-consequences-1b43733792dd>

## IO1 - ACE Youth Yaratıcı Sektör Girişimcilik Müfredatı

### ENT5 Girişimcilik Eğitimi – Risk Alma & İç girişimcilik

#### Bölüm 1 – Giriş

İç girişimcilik, mevcut bir şirket içindeki girişimcilik olarak tanımlanır.

Büyük veya yerleşik bir organizasyon içinde oluşturulan yeni işletmeleri veya girişimleri ifade eder.



İç girişimcilik, yeni bir fırsattan yararlanmak ve ekonomik değer yaratmak için mevcut bir organizasyon içinde yeni bir girişim geliştirme uygulamasıdır. İç girişimcilik, yöneticilerin işlerini yenilemelerine ve canlandırmalarına, yenilik yapmalarına ve genel iş performanslarını geliştirmelerine yardımcı olur.

Girişimci, bir iş modelini yönetmeyi ve riskleri almayı taahhüt eder. Çağımızda, bir girişimci, araştırma ve geliştirme ile ilgilenir ve agresif bir şekilde fırsatlar arayan bir yenilik avcısı olarak tanımlanır; bu fırsatları somut pazarlanabilir fikirlere dönüştürür; katma değer yaratır; bu fikirleri uygulamak için azami çabayı gösterir, değerlendirir ve ilgili riskleri üstlenir; ve hasat zamanında ekinleri toplar. Bilgiyle ilgili risklerin sonuçları başlangıçta belirsiz olabilir, ancak sonunda yıkıcı etkileri finansal sonuçlara yansır.

Bilgi riski, ağa dahil olan herhangi bir tarafın operasyonel veya stratejik faydasını azaltabilecek bilginin tanımlanması, depolanması veya korunması ile bağlantılı bir olaydan kaynaklanan herhangi bir kayıp olasılığı olarak tanımlanır.

## Bölüm 2

<b>Alıştırma 1 – Genç girişimciler için başarı hikayeleri</b>	<b>Kaynaklar</b>
<p>3-4 kişilik küçük gruplar oluşturun. Genç girişimcilerin başarı öykülerinden 2 tanesini gözden geçirin.</p> <p>Bağlantının altındaki sorulara yanıt olarak not alın. Görüşlerinizi gruptaki diğer kişilerle tartışın. ( 20 dakika)</p> <p>Grubun görüşlerini herkesle paylaşmak için grubun bir sözcüsünü seçin.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Gruplar birbirlerine gençlerin başarı hikayesini anlatırlar.</li><li>2. Sizce bu gencin başarılı olması için hangi becerilere ve yeteneklere ihtiyaç vardı?</li><li>3. "Büyük girişimcilik fikri" neydi?</li><li>4. Bu genç, fikri ve işiyle rekabet etmeyi nasıl başardı?</li><li>5. Bu kişi risk aldı mı? ("Evet" ise, ne gibi riskler var? "Hayır" ise, neden böyle düşündüğünüzü açıklayın?) (40dk)</li></ol>	<p>Group 1: <a href="#">hikaye 1</a> <a href="#">hikaye 2</a></p> <p>Group 2: <a href="#">hikaye 1</a> <a href="#">hikaye 2</a></p> <p>Group 3: <a href="#">hikaye 1</a> <a href="#">hikaye 2</a></p> <p>Group 4: <a href="#">hikaye 1</a> <a href="#">hikaye 2</a></p>
<b>Eğitmen için İpuçları</b>	
<p>Tartışılan hikayelerin sonunda, herkesten kendileri hakkında düşüncelerini ve en çok hangi hikayeyi ilişkilendirdiklerini düşüncelerini isteyin. Oturum başına grup başına bir hikayeye odaklanın. Her iki hikayeyi de kullanırsanız, çok uzun sürebilir. İkinci hikaye kendi kendine öğrenme etkinliği veya daha sonraki oturumlar için verilebilir.</p>	<p>Tüm aktivite 60 dakika sürer</p>



<b>Alıştırma 2 – İşe Alım</b>	<b>Resources</b>
<p>Yeni çalışan arayan hevesli bir yönetmensiniz. Mülakat yapılması planlanan birkaç aday var ve siz adayları gözden geçiriyorsunuz. Elinizde sadece adayların fotoğrafları var ve bir ilk izlenim oluşturuyorsunuz.</p> <p>Aday fotoğraflarını inceleyin ve gördüğünüz her aday için tabloya düşüncenizi yazın. (20 Dakika)</p>	<p>Beyaz tahta.</p> <p>Gençlerin resimleri</p>
<b>Eğitmen için İpuçları</b>	
<p>Beyaz tahtada bir tablo yapın ve onu 5 sütuna ve birkaç satıra bölün (öğrencilere kaç aday sunmaya karar verdiğinizize bağlı olarak). Her sütun bir soru içermelidir:</p> <p><b>Sütun 1: Aday</b></p> <p><b>Sütun 2: Onu işe alır mıydınız?</b></p> <p><b>Sütun 3: Neden evet/ Neden hayır?</b></p> <p><b>Sütun 4: Onu hangi pozisyonda görüyorsunuz?</b></p> <p><b>Sütun 5: Onu işe alırsanız bir şeyi değiştirmesini tavsiye eder misiniz?</b></p> <p>Öğrencilere, adayların fotoğraflarına dikkatlice bakmaları ve nasıl ilerleyeceklerini düşünmeleri için zaman verin. (20 Dakika)</p> <p>Öğrenciler görüşlerini tabloya yazdıktan sonra, yanlış seçim yapma risklerini grup içinde tartışın. (20 Dakika)</p>	<p>Bu faaliyet 40 dakika sürmektedir.</p>

## Alıştırma 3 – İyi Uygulama

### SOSYAL İÇERMEYLE İLGİLİ SOSYAL İNOVASYON

Ice Open Ltd., çikolata üretimi ve spor etkinlikleri yönetimi ana faaliyetleri ile Bulgaristan'da kayıtlı bir sosyal girişimdir.



Kuruluşundan bu yana şirket, çeşitli engel türlerine sahip kişileri desteklemekte ve istihdam etmekte ve yardım kampanyaları yürütmektedir.

Stanimira Chocolate House, Bulgaristan'da iyi bilinen bir çikolata markasıdır. Plevne Dostluk Maratonu ve 1000 Balkan Yardım Kampanyası, Ice Open Ltd'nin son 7 yılda düzenlediği hayır amaçlı spor etkinlikleridir.



**8th PLEVEN  
FRIENDSHIP  
MARATHON  
2022**

Sosyal girişimin misyonu, sosyal ekonomideki hassas gruplardan insanlar için sürdürülebilir istihdam sağlamaktır.

2021'de Çalışma ve Sosyal Politika Bakanlığı, 17 Aralık 2021'de yedincisi düzenlenen Yıllık Ulusal Sosyal İnovasyon Ödülü yarışmasında 11 sosyal girişimi ödüllendirdi. Ice - Open Ltd, sosyal girişim çikolata evi "Stanimira" ile "Sosyal içerme ile ilgili sosyal yenilik" kategorisinde kazanan girişim oldu.

Referans: <https://eyesopen-bg.com>

## IO1 Example - ACE Youth Yaratıcılık Sektörü Girişimcilik Müfredatı

### ENT6 – Girişimcilik Eğitimi Finansal Okuryazarlık, Planlama ve Yönetim

#### Bölüm 1 – Giriş

Finansalları yönetmek, herhangi bir işletmenin iyi çalışmasını sağlamak için önemli bir faaliyettir. Bu sadece para ve nakit akışının planlanması ve yönetimini değil, hepsinden önemlisi, bir işletmenin kaynak ve varlıklarının planlanması ve ihtiyacı ve bunların etkin bir şekilde kullanılmasını sağlamaktır.



Bu modülde, gerçek ve gelecekteki işi yürütmek için kaynakları nasıl tahmin edeceğinizi, planlayacağınızı ve takip edeceğinizi öğreteceğiz.

Bu aktivite, özellikle yöneticileri “şimdi ve burada” perspektifine fazla odaklanan ve dolayısıyla büyük resmi kaybeden küçük işletmelerde bazen hafife alınmaktadır.

İyi bir finansal yönetim, işletmenizin kaynak sıkıntısından kaçınmasına ve bunu önlemesine ve işinizi sorunsuz bir şekilde yürütmenize olanak tanır.

Size bu temel faaliyete gerçekçi bir bakış açısı kazandırabilecek sadece teoriyi değil, aynı zamanda gerçek vakaları da sağlayacağız.

PYKH yöntemi, modülümüz için temel araç olacaktır:

- P – Planla: İyi bir plan yapmak, iyi bir yönetimin ilk adımıdır.
- Y – Yap: Planınızı uygulamak ve kilometre taşlarına saygı duymak.
- K – Kontrol et: Başarılarınızı takip edin ve herhangi bir uyumsuzluğu analiz edin
- H – Harekete Geç: Planınızı yolunda tutmak için uygun önlemleri alın

## Bölüm 2 – Alıştırmalar

Alıştırma 1 – PYKH	Kaynaklar
<p>İzleyiciler, her biri 5 üyeden oluşan takımlara ayrılır. Her takımın bir "verici" + dört "alıcısı" vardır. Kartlar içinde:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Her kartın bir "değeri" vardır – as 1, iki 2, ... kral 10</li><li>• Kartlar ters çevrilir (kimse bir sonraki kartın hangisi olduğunu göremez)</li><li>• Veren, bir sonraki kartın hangi alıcıya verileceğine, göstermeden önce karar verir.</li><li>• Amaç, dağıtım bittiğinde tüm alıcıların eşit miktarda "değer"e sahip olmasıdır.</li></ul> <p>Bu alıştırma dört adımdan oluşur:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>a) Her takım dağıtımın nasıl organize edileceğine ve verenin hangi kurallara uyması gerektiğine karar verir.</li><li>b) İlk dağıtım sonuçların yansıması – eşit / eşit olmayan dağılım ve bunun nasıl iyileştirileceğidir.</li><li>c) İkinci dağıtım:</li></ol> <p>Sonunda, tüm gruplar, eğitmen tarafından öğretilen deneyimlerini ve izlenimlerini paylaşırlar.</p>	Poker kartları destesi (44 kart)
<b>Trainer Tips</b>	
Katılımcılarınızı 5 kişilik küçük gruplara bir verici + dört alıcı olarak ayırın: Her takım kartların dağıtımını nasıl organize edeceklerini tartışmalıdır.	10 dakika 10 dakika

Eğitmen "git" dediğinde, her veren kart destesinin tamamını her alıcıya dağıtmaya başlar.	5 dakika
Dağıtım sona erdiğinde, her takım dağıtımlarının ne kadar eşit / eşitsiz olduğunu kontrol etmeli ve nasıl daha iyi hale getirileceğine karar vermelidir.	20 dakika
Her takım "karşı önlemleri" tamamladığında, her güverte karıştırılır ve yeni bir dağıtım başlar.	5 dakika
Sonunda, tüm takımlar arasında bir kapanış, eğitmenler tarafından yönlendirilir.	10 dakika

Alıştırma 2 – Ofis Tadilatı	Kaynaklar
<p><b>DURUM 1</b></p> <p>Her ekip, alfabetik olarak sıralanan aşağıdaki faaliyetleri göz önünde bulundurarak eski bir ofisi yenileme planını geliştirmelidir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tavan ve zemin yenileme / onarım, 1.000 €, 2 hafta</li> <li>• Elektrik tesisatı, 1.000 €, 2 hafta</li> <li>• Isıtma sistemi kurulumu, 3.000 €, 2 hafta</li> <li>• Yeni mobilya montajı, 5.000 €, 2 hafta</li> <li>• Eski mobilyaların elden çıkarılması, 500 €, 1 hafta</li> <li>• Duvar boyama, 1.000 €, 2 hafta</li> <li>• Duvarların yenilenmesi / onarımı, 1.000 €, 2 hafta</li> <li>• Su boru hattı montajı, 2.000 €, 1 ay</li> </ul> <p>Her takım bir aktivite planı geliştirmeli ve şunları değerlendirmelidir:</p> <p>a) Tüm aktivite ne kadar sürecek</p>	<p>Farklı renlerde kağıtlar, kalemler</p>

<p>b) Bir finansal plan – ne kadar, ne zamana kadar</p> <p>Alıştırmayı tamamladıktan sonra, her bir planın artılarını ve eksilerini analiz etmek için tüm takımlar arasında bir tartışma yapılmalıdır.</p> <p><b>DURUM 2</b></p> <p>Kurulumdan sonra su boru hattının onarılması gerekiyorsa ne olur?</p>	
<p><b>Eğitmen ipuçları</b></p>	
<p>Büyük bir grubu 3 veya 4 katılımcıdan oluşan daha küçük gruplara ayırın</p>	<p>5 dakika</p>
<p>Bu alıştırmanın içeriğini ve amaşlarını açıklayın</p>	<p>5 dakika</p>
<p>Eğitmen “git” dediğinde her takım kendi aktivite planını ve finansal planını geliştirir.</p>	<p>20 dakika</p>
<p>Özetleyin – her ekip çıktılarını açıklar ve diğerleri geri bildirimde bulunur ve tavsiyelerde bulunur.</p>	<p>20 dakika</p>
<p>2.Durum için aktiviteyi tamamen tekrarlayın (ekiplere bölünmeyin) ve üzerinde anlaşılan herhangi bir adımı yorumlayın</p>	<p>10 dakika</p>

## Bölüm 3 – Vaka Çalışması

Alternatif enerji alanında faaliyet gösteren bir şirket, Rusya'da mühendislik, tedarik ve inşaat (MTİ) sözleşmeleri kapsamında bir üretim gerçekleştirdi. Şirketin mali yönetimi genel merkezde merkezileştirildi, Rusya'da ise sadece operasyonel personel mevcuttu. Rusya'da gelişmiş mali kontrol fonksiyonlarının olmaması, genel merkezin Rusya'daki faaliyetlerine ilişkin operasyonel mali verilerin ve güvenilir tahminlerin alınması konusunda engeller yarattı.



Şirket, önemli bütçeler ve sabit gelirlerle çalışırken, süreçler dinamik olarak yürütülecek ve bu nedenle esneklik ve hızlı yanıtlar gerektirdi. Buna göre, bütçeler sürekli izleme gerektiriyordu ve proje süresince periyodik olarak ayarlanmalıydı. Rusya'daki ticari faaliyetlerden elde edilen gelirler yabancı para birimindeydi ancak çoğu tedarikçi sözleşmesinde olduğu gibi ruble olarak ödeniyordu. Bu nedenle, potansiyel olarak yüksek olan döviz (YP) oranlarındaki farklar, kârlar üzerinde etkili olabilirdi. Projeler sırasında banka hesaplarında önemli ciro ve bakiyeler etkin nakit yönetimi gerektiriyordu. Kısacası şirket, dövizin neden olduğu potansiyel kayıpların azaltılması da dahil olmak üzere iyi düzenlenmiş finansal yönetim ve proje kontrolüne ihtiyaç duyuyordu.

SCHNEIDER GROUP, proje kontrolü, nakit yönetimi (haftalık nakit akışı), kur risklerinin doğal korunması ve cari muhasebe dış kaynak kullanımı dahil olmak üzere finansal yönetim için karmaşık bir çözüm önerdi. Gerekli finansal analiz, nakit yönetimi ve daha sonraki kararlar için ilgili tavsiyeler de dahil olmak üzere mevcut pozisyonun izlenmesi ile düzenli olarak yerel finansal yönetim gerçekleştirdiler.



## SONUÇ

Gerektiğinde mevcut olan operasyonel raporlar da dahil olmak üzere, finansal projelerle ilgili gerekli finansal bilgiler ve düzenli durum güncellemeleri, daha fazla karar vermek için iyi bir temel sağladı ve müşterinin etkili önlemler almasını ve buna göre yanıt vermesini sağladı. Dikkatli ve profesyonel planlama, mali tavsiye ve KDV, kâr vergisi ve diğer zorunlu ödemeler için tahminler, tüm iş süreçlerinin ve mali sonuçların planlanmasına izin verdi. Etkin nakit yönetimi ve riskten korunma, finansal hedeflere ulaşıldığından emin oldu.



## IO1 - ACE Youth Yaratıcı Sektör Girişimcilik Müfredatı

### ENT7 – Kültürel ve Yaratıcı Eğitim – Sürdürülebilir Düşünme

#### Bölüm 1 - Giriş

Bugün Dünya'da yaklaşık sekiz milyar insan yaşıyor. Yarıdan çoğumuz şehirlerde yaşıyor ve çalışıyoruz.

Hayatı daha rahat ve zengin kılmak için toplum, sürdürülebilir yönetim adı verilen bir yaklaşım yaratmıştır. Bu, iklim, gezegen, organizasyonlar ve- yaşamınız için olumlu bir geleceğe yol açacaktır.



Ancak elbette, “çağdaş dünyadaki sosyal, çevresel ve ekonomik değişim ve zorluklarla etkin bir şekilde ilgilenme kapasitesi” olan düşüncede sürdürülebilirlikle başlar. Bunlar, örneğin şunları içerir: iklim değişikliği; gıda ve su güvenliği; insan ve işçi hakları”.

## Bölüm 2

Alıştırma 1 – Perspektif Ağacı	Kaynaklar
<p>Flipchart kağıdına bir ağaç çizin.</p> <p>Her katılımcıya üç renkten oluşan yapışkan notlar verin ve onlardan iş fikriniz üzerinde yaklaşık (10 dakika) düşüncelerini isteyin.</p> <p>Aşağıdaki soruları kendileri cevaplasınlar:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ürününüz çevre dostu mu? (Eğer değilse - nasıl böyle olabilir?)</li><li>• Ürününüz diğer insanlara nasıl yardımcı oluyor?</li><li>• Hangi ek değeri var?</li><li>• Acilen ne iyileştirilmelidir?</li><li>• Ürünün olası hedefi nedir?</li></ul> <p>Kendi sorularınızı da eklemekten çekinmeyin.</p> <p>Bundan sonra, renkli yapışkan notlardan birine yazmalarını ve genel olarak daha sürdürülebilir hale gelmesi için üründe nelerin iyileştirilmesi gerektiğini belirtmelerini isteyin.</p> <p>Bu notları ağacın köklerine koyun.</p> <p>Onlara dezavantaj veya tehdit demiyoruz; biz onlara fırsat diyoruz! (10 dk)</p> <p>İkinci renk gerçekliği temsil eder- Burada sadece gerçekleri dahil edin. Ürününüzün veya işletme yönetiminizin neden halihazırda sürdürülebilir</p>	<p>Flipchart, renkli yapışkan notlar, kalemler vb.</p>

<p>olduğunu düşünüyorsunuz?</p> <p>Bu notlar ağaç gövdesine gidebilir (10 dk).</p> <p>Üçüncü renk- ideal ürününüzün rengidir. (10 dk)</p> <p>Açık zemin tartışması aracılığıyla, elinizdeki resme hep birlikte yansıtın.</p>	
<p><b>Eğitmen için İpuçları</b></p>	
<p>Grup üyeleri birbirini tanımıyorsa, bu aktiviteye başlamadan önce kısa bir buz kırıcı yapılması önerilir.</p> <p>Katılımcıların anlayabilmeleri için yansıtma sürecini kolaylaştırın. Bu aktivitenin amacı, onların düşünme biçimlerini sürdürülebilir bir şekilde düzenlemektir.</p>	<p>Bu aktivite bir saat sürmektedir.</p>

<p><b>Alıştırma 2 – Sistem Eşleme</b></p>	<p><b>Kaynaklar</b></p>
<p>Sistem haritalama, ekibinizin somut ve eyleme geçirilebilir olma yönündeki düşüncesini artırmak için mükemmel bir yöntemdir.</p> <p>Bu alıştırmada, öğrencilerinizden bir ürünün kendi sistem haritasını oluşturmalarını isteyecek ve destekleyeceksiniz.</p> <p>Ekip içinde daha kapsamlı ve radikal fikirler için bir sistem haritası üzerinde beyin fırtınası yapın.</p>	<p>Keyifli salon müziği, her katılımcı/katılımcı grubu için (aynı ürünü temsil ediyorlarsa) flipchart kağıdı, kurşun kalem, keçeli kalem vb.</p>

Her katılımcıdan kendi tercihlerine göre kazanan fikirleri seçmesini yaşam döngüsü değerlendirmesine (veya başka bir nicel metriğe) ve iş stratejinize dayalı öncelikler belirlemesini isteyin.

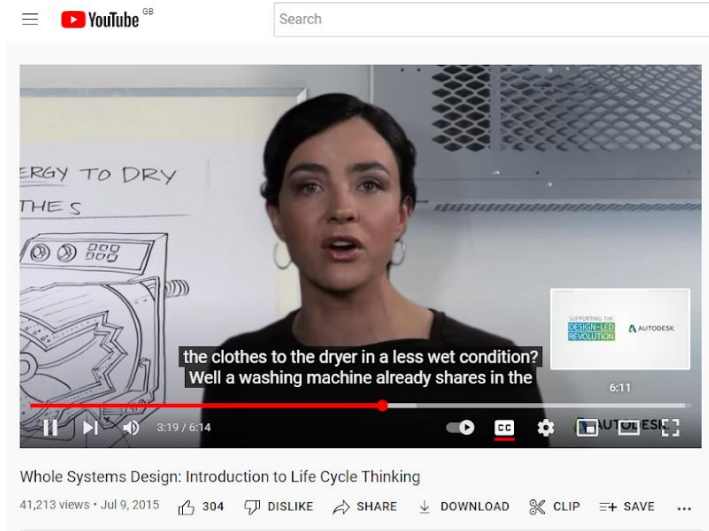
Her katılımcıya/katılımcı grubuna (aynı ürünü temsil ediyorsa) flipchart kağıdı verin; salon müziğini açın; onlara kendi sistem haritalamaları üzerinde sakince çalışmak için 1 saatleri olduğunu söyleyin.

Bir saat sonra katılımcılar haritalarını sunacaklardır.

### Eğitmen için ipuçları

Sistem düşüncesi, kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılarken ürününüzü daha sürdürülebilir hale getirebilir.

Sistem eşlemeyle ilgili video, bu iş başında atölye fikrini anlamanıza yardımcı olacaktır:



Bu aktivite 2 saat kadar sürecektir.

Bağlantı - <https://www.youtube.com/watch?v=7mC9xaJC2dQ&t=198s>

Beyin fırtınası, çalışma sürecinin ayrılmaz bir parçasıdır. Katılımcıların kafasında ne kadar çok umut verici yaklaşımın saklandığına şaşıracaksınız. Katılımcıları fikirlerini ifade etmeye teşvik edin.

<b>Alıştırma 3 – Tinker Oyuncak Mücadelesi</b>	<b>Kaynaklar</b>
<p>Meslektaşlarınız 5 veya 6 kişilik gruplara ayrılır. Görev, tamirci oyuncaklarla en yüksek ayakta duran yapıyı planlamak ve inşa etmektir.</p> <p>İlk olarak, her grubun tartışmak ve planlamak için 10 dakikası vardır. Nesnelere manipüle edilebilir. Ancak ekip üyeleri bu aşamada bir strateji oluşturmaya veya yazmaya başlayamaz.</p> <p>Bundan sonra, her grubun ekibiyle yapıyı oluşturmak için beş dakikası vardır, ancak birbirlerine sözlü ipuçları veremezler (jestlere izin verilir). Zorluk sona erdiğinde, katılımcılardan grup için neyin işe yaradığı, her bir kişinin hangi rolü üstlendiği ve çeşitli aşamalarda nasıl hissettikleri hakkında bilgi almalarını isteyin.</p>	Tinker oyuncakları
<b>Eğitmen için ipuçları</b>	
<p>Silikon Vadisi Uluslararası Okulu öğretmeni Phillippe Dietz, “Sizin bir fikriniz varsa ve benim bir fikrim varsa ve bu fikir alışverişinde bulunursak, o zaman her birimizin iki fikri olacaktır” diyor.</p> <p>Bu, aktivite yaklaşımının daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacaktır.</p>	1 saat

### Bölüm 3 - Vaka Çalışması

#### Sürdürülebilirliğin liderleri Levi's & Co.

Sürdürülebilirlik sadece dokunulabilir bir şey değil, bizim düşüncelerimizdir. Budistler "aklını temizle" derler. Bu durumun sürdürülebilirlikle kesinlikle bir ilişkisi bulunmaktadır. Bir marka olarak Levi, iş başarısı için mükemmel bir vaka çalışmasıdır. Sürdürülebilir denim modasının Levi's'ten daha fazla tanınan bir amblemi var mı?



Levi Strauss & Co.'nun sürdürülebilirlik konusundaki sicili, çevresel ve sosyal performansa öncelik vermenin uzun vadeli finansal başarıyı desteklediğini göstermiştir.

Şirket 1873'te bir patent aldı. Kaliforniya'da altına hücum sırasında satışlar önemli bir dönüş yaptı. Fremont Caddesi'ndeki Davis tarafından yönetilen küçük bir fabrikada bir odadan çalışmaya devam ettikleri için ürünlerine olan talep şirket için çok büyük hale geldi. Bu nedenle fabrika 4 yıl çalıştıktan sonra genişleme kararı aldı. 1886'da Levi kıyafetlerinin gücünü sembolize etmek için "iki atlı" deri yamayı kullandılar ve bugüne kadar şirket önemini artırmaya devam etmektedir.

Düşünün, şirket anlamını bile bilmeden sürdürülebilirliğe önem veriyor. Levi's & Co'nun kurucuları hem Yahudi mülteci ailelerin temsilcileridir hem de dini, eğitimsel gelişim ve sosyal amaçlara yönelik bağışlar yapıyorlardı.



Son on beş yılda, küresel giyim tüketimi iki katına çıktı. Ve Levi Strauss & Co., sürdürülebilir modanın arkasında önemli bir güç oldu ve yıllarca sürdürülebilir giysiler üretti. Son dört mali çeyrekte, Levi's satışlarını her seferinde analistlerin beklentilerini yenerek artırmaya devam etti. Son iki yılda, küresel bir "Daha İyi Satın Alın, Daha Uzun Giyin" pazarlama kampanyasıyla müşterileri, daha az ama daha dayanıklı ürünler satın alarak giyim seçimleri konusunda daha bilinçli olmaya teşvik etmeye başladı.

Levi's Jeans bu fikri simgelemekte olup, uzun süre dayanabilen en sağlam giysilerden biri olduğunu kanıtlamaktadır. Ancak şirket bununla da kalmadı. Başkan yardımcısı Paul Dillinger'e göre, günümüzde denimi sürdürülebilir kılmakla ilgilenmektedir.

Ayrıca işçiler için sağlık, çalışma ve güvenlik standartlarını başlattılar. Daha kısa çalışma haftası sistemini uyguladılar ve herhangi bir çalışanı işten çıkarmamalarını sağladılar. Ayrıca yerli ortaklar ve çalışanlar için tam tıbbi desteğe sahiplerdi. Diğer küresel şirketler hızlı moda bağlamını takip ederken, Levi's başka bir yol seçti - ve bu onları farklı kıldı!

Levi's ürünleriyle ilgili bir diğer önemli şey, tüketicilere çamaşırlarını yıkarken ve kuruturken gezegen üzerindeki etkilerini azaltmalarını hatırlatan bir "bakım etiketi"ne sahip olmalarıdır. Diğerleri arasında, fabrikalarında çevresel gerekliliği uygulayan ilk markaydı. Ürünlerinin yaşam döngüsü değerlendirmesini yaptılar ve markanın ekolojik ayak izini azaltmanın yeni yollarını keşfettiler.

Bazı markalar, nasıl başladıklarını ve onlara ilgi odağını neyin getirdiğini unutma eğilimindedir. Bazıları, küçültülmüş bir üretim maliyetiyle daha fazla kişiye satmak için büyüdükçe kaliteden bile ödün vermekte. Levi's için durum böyle değil.





ŽINIŲ KODAS



ДРУЖЕСТВО

Знание

СОФИЯ



POSTAL 3



submeet  
incontrarsi per crescere



VitaEducation



2020-3-TR01-KA205-097137

[www.aceyouth.eu](http://www.aceyouth.eu)



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