



# Verzlumo ugdymo programa

Lektoriaus knyga

# 50+

### Projekto duomenys

Europos Sąjungos INTERREG V-A Lietuvos ir Lenkijos bendradarbiavimo programos lėšomis finansuojamas projektas LT-PL-4R-289

### Projekto pavadinimas

„Verslo tiltai – išdrįsk žengti pirmą žingsnį“

### Projekto įgyvendintojai

Varėnos savivaldybė (Lietuva) ir Elko gmina (Lenkija)

### Programos rengėjas

VšĮ „Lietuvos Junior Achievement“

Verslumas suvokiamas kaip gebėjimas aktyviai ir drąsiai veikiant sukurti ekonominę arba socialinę naujovę ir kūrybiškai ją realizuoti rinkoje pasitelkiant savitą asmens mąstyseną. Verslumo ugdymo(-si) programa parengta taip, kad projekte dalyvaujantys asmenys mokytųsi spręsti socialines, kultūrinės ir ekonomines problemas, būtų skatinami kurti ir įgyvendinti novatoriškas verslo ir/ar socialines idėjas. Programoje realizuojamas integruotas teorinis ir praktinės veiklos studijų turinys, vyrauja projektinis ir patirtinis mokymas(sis). Programa yra daugiasluoksni- veiklos suplanuotos taip, kad projekto dalyviai įgytų ne tik teorinių žinių bei praktinių įgūdžių, tačiau būtų ugdomos ir jų kompetencijos naudojant įtraukiojo ugdymo metodus per praktines veiklas. Dalyvavimas projekte bei mokymuose pagal parengtą programą ugdys verslumo, iniciatyvumo, kūrybiškumo, lyderystės, komunikavimo ir kitas kompetencijas. Projekto dalyviai ugdysis bendruosius gebėjimus bei vertybines nuostatas. Įgytos žinios ir gebėjimai, padedantys suprasti socialinę aplinką, sėkmingai joje veikti bei orientuotis rinkoje leis ateityje drąsiai žengti į verslo pasaulį, tuo pačiu mažinti regionų atskirtį- didinti užimtumą bei mažinti nedarbą.

Verslumo ugdymo programą parengė VšĮ Lietuvos Junior Achievement komanda- verslumo ugdymo lyderiai Lietuvoje.

# Įvadas

---

Įgyvendinant projektą „Verslo tiltai- išdrįsk žengti pirmą žingsnį“ numatoma padaryti esminį proveržį abipus sienos esančių kaimiškųjų savivaldybių teritorijose, išskirtinai Varėnos r. savivaldybėje ir Elko gminėje, sudarant prielaidas tvariam ir kokybiškam užimtumui padidinti, nedarbui sumažinti, įtraukiant vietos bendruomenes į bendrą veiklą, stiprinančias bendruomenės narių verslumo gebėjimus.

Šios verslumo programos tikslas- ugdyti versliai mąstančią asmenybę, gebančią novatoriškai ir savarankiškai veikti, kurti verslo idėjas ir pasiūlyti jų įgyvendinimo sprendimus. Verslumo ugdymo programos turėtų tapti „tiltais“ į jau veikiančias Lietuvoje ir Lenkijoje verslumo ugdymo programas, suteikti pirminių žinių apie verslo pradžią vietos bendruomenėms, paskatinti išdrįsti žengti pirmą žingsnį savo verslo link, sudaryti prielaidas naudotis jau egzistuojančiais verslo instrumentais.

Didžiausia problema, kuri užkerta kelią kurti verslą- nepasitikėjimu savo galimybėmis ir gebėjimais tai daryti. Vis dar mažai žmonių, ypač brandesniame amžiuje iš tikrųjų ryžtasi kurti verslą ar bent jau įsivaizduoja, kad tai gali būti reali galimybė. Vyresni žmonės gali atrasti galimybių dirbti sau, nes verslą reikėtų suvokti plačiau- nebūtina jį sieti su globalių, greitai augančių ir į milijoninius pelnus pretenduojančių startuolių kūrimu. Brandesnio amžiaus žmonėms pakankamai sudėtinga rasti naują darbą. Ši verslumo ugdymo programa, skirta 50+ amžiaus projekto dalyviams, suteiks žinių, įgūdžių bei gebėjimų verslo pradžiai. Didelis dėmesys programoje skiriamas problemų identifikavimui savo bendruomenėje bei pokyčio kūrimui per verslumo ugdymą.

Siekama projekto tikslinėms grupėms, o ateityje ir visiems vietos gyventojams, sudaryti sąlygas verslo bendruomenių kūrimui, bendradarbiavimui, bendravimui, patirčių pasidalinimui.

Verslumo ugdymo programa įgyvendinama atliekant užduotis grupėje bei individualiai. Programoje taikomos simuliacijos (realaus verslo imitavimas), improvizacijų elementai, analizių ir tyrimų atlikimas, dalijimasis patirtimi, konkursai. Ypatingas dėmesys skiriamas grįžtamajam ryšiui, kuris suteiks galimybę tobulinti programą.

Veiklose naudojamos informacinės komunikacinės technologijos: virtualios aplinkos, viešieji skaitmeniniai ištekliai, socialiniai tinklai, ir kt.

# Turinys

---

Programos anotacija	1
Įvadas	2
<b>Vertybės versle ir karjeroje</b>	4
<b>Socialinis verslas ir socialinė atsakomybė</b>	6
<b>Ar aš esu verslus (-i)?</b>	9
<b>Motyvacija ir savimotyvacija</b>	14
<b>Kūrybiškumas</b>	17
<b>Komandinis darbas</b>	19
<b>Lyderystė</b>	23
<b>Laiko planavimas</b>	28
<b>Verslo idėjos generavimas ir dizaino mąstymo metodika</b>	32
<b>Verslo planas</b>	38
<b>Canvas verslo drobė ir kliento poreikiai</b>	44
<b>Komunikacija ir rinkodara</b>	49
<b>Stacionari, mobili ir e-prekyba</b>	52
<b>Verslo formos</b>	55
<b>Verslo finansiniai šaltiniai</b>	56
Pabaigos žodis	57

# Vertybės versle ir karjeroje

Turinys	Metodas	Priemonės	Laikas
1. Susipažinimas. Projekto bei veiklų pristatymas	Pristatymas		10 min.
2. Vertybės	Dėstymas	Skaidrės	10 min.
3. Vertybės gyvenime ir versle	Savianalizė	Lapeliai, rašikliai	15 min.
4. Aptarimas ir refleksija	Diskusija		10 min.

## Uždaviniai

- Supažindinti su vertybės sąvoka bei priminti vertybių svarbą šiuolaikiniame pasaulyje.
- Padėti suvokti vertybių pažinimo svarbą priimant sprendimus.
- Aptarti veiklas bei skatinti suteikti grįžtamąjį ryšį.

## Metodai

Temos pristatymas demonstruojant, individualus darbas, derybos, grįžtamasis ryšys.

## Reikalingos priemonės

Kompiuteris, projektorius, konferencinė lenta su popieriumi, rašymo priemonės (markeriai, flomasteriai), dalijami lapeliai.

## Trukmė

1 akademinė valanda (45 min.)

## I. Susipažinimas ir projekto bei veiklų pristatymas

Susirinkus, pirmiausiai visi dalyviai kviečiami prisistatyti, pasakant:

- Savo vardą ir ko tikisi dalyvaudami šiame projekte (lektoriui dalyvių lūkesčius rekomenduojama užsirašyti).

Kai visi prisistato ir išsako savo lūkesčius, lektorius pristato koks tai projektas yra, ko juo siekiama, kokių rezultatų tikimasi (galima naudoti informaciją, kuri pateikta įžangoje). Taip pat lektorius trumpai pristato visą programos planą – kokios temos bus, kiek laiko kiekvienai iš jų skirta bei kokios užduotys laukia dalyvių.

Jei dalyviams kyla klausimų – į juos atsakoma.

## II. Kas yra vertybės ir kodėl jos yra visa ko pamatas?

Lektorius pristato teorinę dalį iš paskaitos skaidrių.

### III. Užduotis „Vertybės gyvenime ir versle“

- Projekto dalyviams išdalinami paruošti sukarpyti lapeliai arba lipnūs lapeliai (kiekvienam 10–15).
- Didžiosiomis raidėmis ant lapelių jie surašo vertybes, kurios jiems yra svarbios (dalyviai turėtų surašyti iki 20 vertybių).
- Kai visi surašo vertybes, lektorius paprašo visus lapelius suskirstyti į dvi krūveles: mažiau svarbios ir labiau svarbios vertybės.
- Tuomet paprašoma „labiausiai svarbių“ vertybių krūvelę dar kartą išdalinti į mažiau svarbių ir labiau svarbių vertybių krūveles.

Užduotis kartojama tol, kol pas kiekvieną dalyvį lieka tik viena kortelė. Lektorius paprašo dalyvių pasižymėti, kokia vertybė liko.

- Tuomet visos vertybių kortelės vėl sudedamos į vieną krūvelę.
- Ant tuščio lapelio kiekvienas dalyvis užsirašo žodį „verslas“ ir pasideda priešais save.
- Tuomet pakartoja užduotį su vertybių kortelėmis, tik dabar galvoja apie verslą: kokios vertybės pačios svarbiausios versle.

Užduotis kartojama tol, kol pas kiekvieną dalyvį lieka tik viena kortelė. Lektorius paprašo dalyvių pasižymėti, kokia vertybė liko.

### IV. Po užduoties atlikimo, projekto dalyvių prašoma pasidalinti grįžtamuju ryšiu, užduodant klausimus

1. Kokia vertybės kortelė liko atliekant užduotį pirmąjį kartą?
2. Kaip ši vertybė pasireiškia Jūsų gyvenime?
3. Kokia vertybės kortelė liko pati svarbiausia atliekant antrąją užduoties dalį?
4. Kaip ši vertybė galėtų atsispindėti versle?
5. Kokius žinote vertybėmis grįsto verslo pavyzdžius savo aplinkoje? Iš kokių veiksmų suprantate, kad verslas turi vertybinį pamatą?

# Socialinis verslas ir socialinė atsakomybė

Turinys	Metodas	Priemonės	Laikas
1. Socialinė atsakomybė. Socialinis verslas	Dėstymas	Skaidrės	15 min.
2. Kūrybinė užduotis „Kuriame socialinį verslą“	Darbas porose	Dideli konferencinės lentos lapai, rašikliai	30 min.
3. Idėjos tikrinimas			15 min.
4. Socialinio verslo idėjų pristatymas	Pristatymai Diskusijos	Projektorius, kompiuteris	20 min.
5. Apibendrinimas. Išvados	Idėjos pristatymas–pitch'as		10 min.

## Uždaviniai

1. Supažindinti su socialinio verslo ir socialinės atsakomybės sąvokomis.
2. Aptarti socialinio verslo ir socialinės atsakomybės poveikį.
3. Per praktinę veiklą skatinti suprasti socialinio verslo kūrimo specifiką.

## Metodai

Temos pristatymas demonstruojant, grupinis grupinis kūrybinis darbas ir rezultatų pristatymas.

## Reikalingos priemonės

Kompiuteris, projektorius, konferencinė lenta su popieriumi, rašymo priemonės (markeriai, flomasteriai).

## Trukmė

2 akademinė valanda (90 min.)

## I. Socialinė atsakomybė ir socialinis verslas

Socialinės atsakomybės bei socialinio verslo palyginimas. Socialinio aspekto svarba versle. Socialinio verslo kūrimo ypatumai. Lektorius pristato teorinę dalį iš paskaitos skaidrių.

## II. Kūrybinė užduotis „Kuriame socialinį verslą“ savo bendruomenėje

- Dalyviai susiskirsto poromis.
- Lektorius ant lentos ar skaidrėje parodo projekto dalyviams gaires, pagal kurias turės būti atlikta.

### Sekanti užduotis

- Identifikuokite problemą bendruomenėje, kurią reikėtų spręsti. Kokią problemą spręsite?
- Išsiginokite kam reikalinga paslauga. Kas Jūsų tikslinė grupė – „klientai“ (tie kurių problema spręsite)?
- Koks bus Jūsų produktas arba paslauga? Aprašykite.
- Kas mokės už šią paslaugą ar produktą? Kaip gausite pajamas?
- Kas bus Jūsų darbuotojai?

- Kaip bus paskirstomas pelnas?
- Kokio pokyčio tikėtės? Kaip žinosite, kad Jums pasisekė pasiekti tikslą?

Komandos gali naudotis prieduose esančia lentele.

### **III. Socialinio verslo idėjos tikrinimas**

Kiekviena komanda išsirenka po lyderį, kuris eidamas per kitas komandas pristatinės socialinio verslo idėją. Kitų komandų nariai išsakys grįžtamąjį ryšį – ar tokia socialinė problema bendruomenėje aktuali ar ne. Grįžę į komandas lyderiai suteiks visą gautą grįžtamąjį ryšį ir komanda galės spręsti ar koreguoti idėją ar ne.

### **IV. Socialinio verslo idėjos pristatymai**

Projekto dalyviai pristato sukurtą socialinio verslo idėją. Komandai pristatymui skiriama po 2–3 min.

## Priedas 1

### Komanda:

Problema, kurią spręsite	Aprašykite socialinę aktualią problemą, kurią spręsite kurdami socialinį verslą.	
Tikslinė grupė – klientai	Klientų grupės, kurias norite pasiekti. Kokiam asmeniui ar asmenų grupei kuriate vertę? Kokie klientai yra svarbiausi? Ypatybės: masinis produktas; nišinis produktas; specialūs poreikiai ir pan.	
Kuriamas produktas/paslauga	Tai siūlomos paslaugos ar produktai, kuriantys vertę klientui. Vertės pasiūlymas yra priežastis, kodėl klientas renkasi šią įmonę, o ne kitą. Kokią vertę suteikiu savo klientui? Kokią kliento problemą ar dilemą sprendžiu? Ypatybės: naujovė; individualumas; dizainas; išlaidų mažinimas; rizikos mažinimas; pasiekiamumas; patogumas ir pan.	
Darbuotojai	Kas bus Jūsų darbuotojai? Kokiomis savybėmis jie pasižymi? Kokį atlyginimą jie gaus?	
Pajamos	Pinigai, kuriuos klientas mokės už produktą/paslaugą. Kiek ir iš ko uždirbsiu? Kaip pajamos iš šios veiklos prisidės prie bendrų pajamų (jei pajamos gaunamos iš įvairių šaltinių)? Apmokėjimo už gautą vertę tipai: produkto / paslaugos pardavimas; naudojimosi / metinis / aptarnavimo mokestis; reklama ir pan.	
Pokytis, kurio sieksite	Įvardinkite pamatuojamą rezultatą, kurio sieksite socialinio verslo pagalba. Kaip pasikeis situacija, dėl kurios ir pradėjote verslą, norėdami ją išspręsti.	

# Ar aš esu verslus(-i)?

Turinys	Metodas	Priemonės	Laikas
1. Testas „Verslo ryklis“. Rezultatų aptarimas.	Atliekamas individualus testas	Kompiuteriai, telefonai, lipnūs lapeliai, rašymo priemonės	20 min.
2. Kas yra verslumas?	Dėstymas	Skaidrės	10 min.
3. Idealaus verslininko savybių rinkinys	Grupinis darbas ir pristatymai	Lipnūs lapeliai, didelis konferencinės lentos lapas su paruoštu trafaretu	15 min.
4. Verslumas – verslininkas – verslas	Grupinis darbas ir pristatymai	Paruošti šablonai	30 min.
5. Aptarimas	Refleksija		15 min.

## Uždaviniai

1. Skatinti dalyvius labiau pasitikėti savimi.
2. Padėti identifikuoti savo savybes, kurias jie turi ir kurios gali būti naudingos versle.
3. Skatinti diskutuoti apie savybes, kurias turėtų turėti sėkmingas verslininkas.

## Metodai

Savianalizės testas, grupinis darbas, diskusijos, pristatymas.

## Reikalingos priemonės

Testui atlikti reikalingi kompiuteriai arba telefonai, kompiuteris lektoriui, projektorius, konferencinė lenta su popieriumi, rašymo priemonės (markeriai, flomasteriai), lipnūs lapeliai, rašikliai.

## Trukmė

2 akademinės valandos (90 min.)

## I. Testas „Verslo ryklis“

<http://www.euroguidance.lt/karjeros-planavimas/renuosi-karjeros-kelia/testai/testas-verslo-ryklis>

<http://www.euroguidance.lt/en/career-guidance/career-management-tools/tests>

- Dalyviai atlikę testą susipažįsta su jo rezultatais.
- Ant lipnių lapelių surašo, kokių savybių jie turi, kurios yra būtinos verslininkui.
- Kiekvienas pristato gautus rezultatus.

## II. Kas yra verslumas?

Lektorius pristato teorinę paskaitos dalį.

## III. Idealaus verslininko savybių rinkinys

- Projekto dalyviai suskirstomi 4–5 grupėmis (traukia 4–5 rūšių spalvotus lapelius).
- Į grupinį darbą pasiima savo testo lapelius, ant kurių surašė visas savo, kaip verslininko savybes.

- Kiekvienas grupės narys savo lapelius suklijuoja ant didelio grupei skirto konferencinės lentos lapo, grupuodami jas į kategorijas: asmeninės savybės, vertybės, darbui komandoje reikalingos savybės, lyderio savybės. Konferencinės lentos lapą galima paruošti pagal pateiktą pavyzdį.
- Grupės nariai tarpusavyje diskutuodami nusprendžia ir kiekvienos kategorijos srityje palieka tik po 3 pačias svarbiausias savybes.

#### IV. Užduotis „Verslumas – verslininkas – verslas“

- Projekto dalyviai susiskirsto grupėmis po 3–4.
- Projekto dalyviams išdalinami A4 formato lapai, kuriuose yra paruoštas, atspausdintas užduoties šablonas (lentelė). Taip pat sąrašas savybių, kurios yra svarbios žmogui, užsiimančiam verslu, dalyviai gali naudotis internetu ir susirasti reikalingos papildomos informacijos.

### Aš esu verslus(-i)!

#### Asmeninės savybės



#### Lyderio savybės



#### Darbui komandoje reikalingos savybės



#### Vertybės



- Dalyviai pasitarę grupėse išsirenka vieną iš jų aplinkoje veikiančių verslų, išdiskutuoja bei pasitaria, kokios aplinkybės padėjo tam verslui susikurti, kokios asmeninės įkūrėjo ar vadovo savybės lemia to verslo sėkmę, ir kaip ta sėkmė atsispindi versle.
- Užduoties tikslas – identifikuoti verslo sėkmės kriterijus, išskirti asmenines verslininko savybes, kurios yra įvardijamos kaip žmogaus verslumas, bei išskirti kriterijus, kurie lemia verslo sėkmę. Ši užduotis padės projekto dalyviams atskirti verslo bei verslumo sąvokas bei suprasti, kad verslumas yra ugdomas ir visko galima išmokti.
- Atlikus užduotį komandos pristato savo darbo rezultatus. Lektorius jau turi pasiruošęs šabloną ant konferencinės lentos, kuriame sužymi tik dalyvių identifikuotas aplinkybes, savybes ir požymius. Dalyviams vardinant, jis juos užrašo atitinkame stulpelyje. Besikartojantys variantai nerašomi.

## V. Aptarimas ir refleksija

Visiems pristačius savo darbus, vyksta trumpas aptarimas: atsakoma į klausimus: kokios aplinkybės yra palankios verslo kūrimui, kokiomis savybėmis turi pasižymėti žmogus, kuris nori tapti verslininku (kas lemia verslumą) ir kokie požymiai rodo, kad vystomas verslas yra sėkmingas.



## Priedas

Jei projekto dalyviams sekasi sunkiai pildyti lentelę, galima pateikti verslininko savybių sąrašą:

- kūrybingumas
- nepriklausomybė
- nusistatymas
- ryžtingumas
- pasitikėjimas savimi
- tikėjimas savo galimybėmis
- novatoriškumas
- noras rizikuoti
- tikslo siekimas
- iniciatyvumas
- atkaklumas
- noras pasiekti teigiamus rezultatus
- sugebėjimas motyvuoti
- gebėjimas nukreipti ir vesti kitus
- noras padėti
- atviro bendravimo įgūdžiai
- gebėjimas daryti įtaką kitiems
- vizija
- gebėjimas mokytis iš patyrimų ir nesėkmių
- pasiruošimas nuožmiai konkurencijai
- noras būti geresniu ir efektyvesniu nei konkurentas
- noras ir sugebėjimas nuolatos mokytis
- gebėjimas pritaikyti kitų patirtį
- organizaciniai gebėjimai
- gebėjimas dirbti kartu
- suvokimas, kad kitų sėkmė atneša sėkmę ir tau

# Motyvacija ir savimotyvacija

Turinys	Metodas	Priemonės	Laikas
1. Motyvacija. Savimotyvacija	Dėstymas	Skaidrės	10 min.
2. Savęs pažinimo užduotis „Motyvacija–demotyvacija“	Individualus darbas	A4 formato lapai su paruoštu šablonu, rašikliai.	10 min.
3. Rekomendacijos	Analitinė užduotis	Užpildyti šablonai, rašikliai, lipnūs lapeliai.	15 min.
4. Rekomendacijų aptarimas	Aptarimas		10 min.
5. Kaip save motyvuoti?	Individuali kūrybinė analitinė užduotis	A4 formato lapai, žirklys, rašikliai	30 min.
6. Atliktų užduočių aptarimas	Refleksija		15 min.

## Uždaviniai

1. Aptarti kuo svarbi motyvacija ir savimotyvacija.
2. Ugdyti motyvaciją ir savimotyvaciją.
3. Padėti įsisąmoninti savo asmenybę ir jos augimo galimybes.
4. Aptarti veiklas bei skatinti suteikti grįžtamąjį ryšį.

## Metodai

Individualus darbas, dėstymas, refleksija, analitinės užduotys.

## Trukmė

2 akademinės valandos (90 min.)

## I. Lektoriaus paskaita

Lektorius pristato teorinę dalį iš paskaitos skaidrių.

## II. Savęs pažinimo užduotis „Motyvacija–demotyvacija“.

Dalyviams išdalinami paruošti šablonai ant A4 formato lapų ir jų paprašoma, kad kiekvienas pagalvotų bei užrašytų juos motyvuojančius ir demotyvuojančius veiksnius kasdienybėje

Kas mane motyvuoja?	Kas mane demotyvuoja?
<i>Geros muzikos klausymas</i>	<i>Atidėliojimas</i>

### III. Kūrybinė užduotis „Rekomendacijos“

- Lektorius surenka visus lapus, kuriuose dalyviai surašė žmones motyvuojančius ir demotyvuojančius veiksnius.
- Lapus sumaišo ir padalina taip, kad kiekvienas dalyvis gautų kito atliktą darbą.
- Gavę lenteles, dalyviai įsijaučia į analitiko vaidmenį: perskaitę motyvuojančius ir demotyvuojančius veiksnius, jie apčioje lentelės teikia rekomendacijas žmogui, kaip elgtis kasdienybėje, kad jis taptų labiau motyvuotas arba skatintų savimotyvaciją.

Pavyzdžiui:

Kas mane motyvuoja?	Kas mane demotyvuoja?
Geros muzikos klausymas	Atidėliojimas

*Rekomenduoju, prieš atliekant nemalonių darbų bent 10 min. paklausti savo mėgstamos muzikos.*

*Pačius nemaloniausius darbus atlikti pirmiausiai ir pan.*

### IV. Rekomendacijų aptarimas

Surašius rekomendacijas lapai grąžinami jų savininkams. Kiekvienas dalyvis reflektuoja į savo lape matomas rekomendacijas. Pasidalina įžvalgomis.

### V. Kūrybinė analitinė užduotis „Kaip save motyvuoti?“

- Kiekvienas dalyvis gauna po du A4 formato lapus.
- Lektorius paprašo dalyvių pagalvoti ir viename lape stulpeliu surašyti tikslus, kuriuos dalyviai norėtų pasiekti.
- Tuomet imamas kitas lapas, kurį dalyviai pasideda gulsčiai. Lektorius paprašo dalyvių lape nubrėžti atkarpą, nuo pradžios lapo iki galo, su pradžios ir pabaigos taškais. Dalyviams užduodamas klausimas: „kaip jie galvoja, iki kiek metų jie

jie gyvens? Tas skaičius užrašomas tiesės pabaigoje. (pvz. 87)

- Lektorius konstatuoja faktą, kad prieš kiekvieną dalyvį yra jo gyvenimo atkarpa ir paprašo joje sužymėti pačius svarbiausius gyvenimo momentus ir ties tomis vietomis parašyti skaičių – kiek dalyviui buvo metų kai tai įvyko.
- Dalyvių paprašoma pažymėti atkarpoje šiandien dienos tašką. Tuomet lektorius paprašo paimti žirkles ir iškirpti visą gyvenimo tiesę. Kai dalyviai tai padaro – lektorius dalyvių paprašo nukirpti tiesę ties šiandienos žyma ir rankoje pasilikti tik tą atkarpos gabalėlį, kuris liko nuo šiandien iki tiesės galo.
- Tuomet paprašoma dalyvių toje atkarpoje sužymėti kada dalyviai planuoja pasiekti tikslus, kuriuos užsirašė savo kitame lape ir atvirkščiai, prie kiekvieno tikslo užsirašyti skaičių iš atkarpos, kada tie tikslai bus pasiekiami.
- Prie kiekvieno tikslo dalyvis užsirašo, kokius 3 pagrindinius žingsnius jis ruošiasi atlikti, kad pasiektų tikslą ir kada (skaičiais) tie žingsniai bus atlikti.
- Prie kiekvieno žingsnio dalyvių paprašoma užrašyti, kad labiausiai motyvuoja tuos žingsnius atlikti.



### VI. Atliktų užduočių aptarimas

1. Kas atliekant šiandienos užduotis buvo lengva, o kas sunku?
2. Jei yra norinčių – kviečiami pasidalinti savo tikslais ir motyvacija, kurią jie užrašė.
3. Vienu sakiniu pasakykite, ką išsinešate iš šiandien dienos užsiėmimo?



# Kūrybiškumas

Turinys	Metodas	Priemonės	Laikas
1. Kas yra kūrybiškumas?	Dėstymas	Skaidrės	10 min.
2. Kūrybinė užduotis „Neįtikėtinos istorijos“	Improvizacija	Lipnūs lapeliai, talpa jiems, rašikliai	20 min.
3. Kūrybinė užduotis „Taškas“	Improvizacija Pristatymai	A4 formato lapai, markeriai	10 min. 15 min.
5. Aptarimas ir refleksija	„Tyliųjų grindų“ metodas	Rašikliai, konferencinės lentos lapai	10 min.

## Uždaviniai

- Supažindinti su kūrybiškumo sąvoka.
- Ugdyti kūrybiškumą, skatinant užduotis atlikti kūrybiškai.
- Aptarti veiklas bei skatinti suteikti grįžtamąjį ryšį.

## Metodai

Temos pristatymas demonstruojant, pristatymai, improvizacijos, kūrybinis darbas, individualus darbas.

## Reikalingos priemonės

Kompiuteris, projektorius, konferencinė lenta su popieriumi, rašymo priemonės (markeriai, flomasteriai), lipnūs spalvoti lapeliai, talpa lapeliams (indas/ maišelis /kepurė), A4 formato lapai.

## Trukmė

2 akademinės valandos (90 min.)

## I. Kas yra kūrybiškumas?

Lektorius pristato teorinę dalį iš paskaitos skaidrių.

## II. Kūrybinė užduotis „Neįtikėtinos istorijos“

- Projekto dalyviams išdalinama po 3 lipnius lapelius.
- Ant kiekvieno iš jų, didžiosiomis raidėmis jie parašo po 1 žodį.
- Lapelį perlenkia ir įmeta į tam paruoštą talpą.
- Projekto dalyviai sustoja ratu ir kiekvienas iš jų išsitraukia po 1 lapelį.
- Lektorius pradeda pasakojimą: „Užvakar vakareėjau gatve. Ir tai ką aš pamačiau - mane gerokai nustebino. Jūs įsivaizduojate??? Viduryje gatvės aš pamačiau...“
- Pirmasis dalyvis perskaito tai kas parašyta jo lapelyje. Pvz.: katę. Ir tęsia pasakojimą pridėdamas savo sakinio pradžią, kurią baigia kitas dalyvis, perskaitydamas tai kas parašyta ant jo lapelio. Istorija tęsiama tol, kol visi perskaito savo lapelius. (dalyviai skaito paeiliui ratu).
- Tuomet projekto dalyviai išsitraukia po 2 lapelius. Ir nuo pirmą istoriją pabaigusiojo dalyvio pradėdama kurti ta pati istorija, tik dabar į savo sakinį kiekvienas turi įterpti po 2 išsitrauktus žodžius. „Užvakar vakareėjau gatve. Ir tai ką“

aš pamačiau– mane gerokai nustebino. Jūs įsivaizduojate?? Vidurį gavėns aš pamačiau...“; „Automobilį ir knygą“.

Po užduoties atlikimo, dalyvių prašoma pasidalinti grįžtamuojų ryšiu, užduodant klausimus:

- *Kuo nustebino ši užduotis?*
- *Kas buvo lengva ir kas sunku?*
- *Kas labiausiai sužavėjo?*
- *Ar tikėjotės tokio rezultato?*

### III. Užduotis „Taškas“

- Kiekvienas dalyvis pasiima po A4 formato lapą ir savo mėgstamos spalvos markerį.
- Visiems dalyviams skiriama ta pati užduotis: „Viduryje lapo nupieškite tašką“.
- Kai dalyviai nupiešia tašką – lektorius skelbia kitą užduotį: įsivaizduokite, kad turite pakankamai pinigų verslo pradžia ir įkūrėte įmonę. Pradėdami tašką, nupieškite savo įmonės logotipą.
- Nupiešus logotipus, dalyviai pristato logotipą, ką jis vaizduoja ir papasakoja, koks tai būtų verslas.

### IV. Tyliųjų grindų metodas

- Ant grindų išdėliojami 4 dideli konferencinės lentos lapai.
- Visa grupė besimokančiųjų suskirstomi į 4 grupes.
- Kiekvienas turi rašiklį (geriausia markeris).
- Prie kiekvieno lapo sutupia po vieną skirtingą grupę (po 4–5 vaikus).
- Svarbiausia taisyklė – atliekant užduotį negalima išleisti jokio garso.
- Grupės keičiasi vietomis (pasislenka pagal laikrodžio rodyklę prie kito lapo) lektoriui suplojus rankomis (kas 2 min).
- Dalyviai turi parašyti savo atsakymus ant kiekvieno iš lapų.

- Pirmasis lapas: „KOKIA TAVO IDĖJA BUVO PATI GERIAUSIA PER VISĄ TAVO GYVENIMĄ?“

- Antrasis lapas: „KOKIOS TAVO SAVYBĖS ĮRODO, JOG TU ESI KŪRYBIŠKAS ŽMOGUS?“

- Trečiasis lapas: „KŪRYBIŠKUMAS DAŽNIAUSIAI MANE APLANKO, KAI...“

- Ketvirtasis lapas: „ MOKSLAS. SŪRIS. JUOKAS. – APIE KĄ ČIA?“

Tyloje atlikus užduotį, lapai kabinami ant lentos ir garsiai perskaitomi atsakymai. Pateikiamos apibendrintos išvados, kad kiekvieną iš mūsų aplanko geros idėjos, kad kiekvienas turime savybių, kurios priklauso kūrybiškiems žmonėms, kad kiekvienas galime rasti vietą, kur kūrybiškumas mus „ištinka“....

Paskutinė užduotis skirta parodyti kaip skirtingai visi suprantame tą pačią trijų žodžių kombinaciją, bei kiek daug potencialo kiekviename iš mūsų yra. Ir kokių gražių idėjų kiltų, toliau vystant ir gilinantis į paskutinės užduoties atsakymą: jei paklaustumėte – o kodėl taip manai?

Galima prašyti projekto dalyvių pareflekтуoti, pasidalinti įspūdžiais apie šios temos aktualumą, naudingumą, ką jie išmoko, kuri užduotis labiausiai patiko, ką reikėtų patobulinti.

# Komandinis darbas

Turinys	Metodas	Priemonės	Laikas
1. Temos pristatymas	Dėstymas	Skaidrės	10 min.
2. Komandinio darbo požymių identifikavimas	Diskusija grupėse Pristatymas	Konferencinės lentos lapai, rašikliai	25 min. 10 min.
3. Skraidančio aparato gamyba	Kūrybinė užduotis komandoje Grupinių darbų pristatymas ir vertinimas	Klijai, žirklys, 20 vnt. A4 formato lapų, lipni juostelė (kiekvienai komandai)	35 min.
4. Refleksija		Projektorius, lipnūs lapeliai, konferencinė lenta, markeriai, rašymo priemonės.	10 min.

## Uždaviniai

1. Pristatyti komandinio darbo sampratą bei esmines charakteristikas.
2. Išskirti efektyvaus ir neefektyvaus komandinio darbo veiksnius.
3. Įvertinti komandinio darbo svarbą atliekant kūrybinę užduotį, identifikuoti stipriąsias bei tobulintinas puses.

## Metodai

Temos pristatymas, vaizdo įrašų peržiūra bei analizė, diskusijos, kūrybinis darbas komandomis, darbų vertinimas, refleksija.

## Reikalingos priemonės

Konferencinės lentos lapai, rašikliai, projektorius, garso kolonėlės, kompiuteris, telefonai, žaislinis automobilis (didesnio svorio), lipnūs lapeliai. **Kiekvienai komandai:** klijai, žirklys, 20 vnt. A4 formato lapų, lipni juostelė.

## Skirstymo į grupes būdai

Komandiniam darbui gali patys pasirinkti su kuo labiausiai norėtų dirbti (lektorius turi stebėti, kad neliktų atstumtų, be komandos likusių dalyvių).

## Trukmė

2 akademinės valandos (90 min.)

## I. Komandinis darbas

Lektorius pristato teorinę dalį iš paskaitos skaidrių.

## II. Komandinio darbo požymių identifikavimas

- Projekto dalyviai susiskirsto grupėmis po 3–4.
- Pateikiama užduotis: komandose kiekvienas dalyvis pasidalina savo patirtimis – kokiose komandose teko būti ir atlikti užduotis, bei kokius požymius galima išskirti, kurie rodo, jog komandinis darbas yra efektyvus, o kokie rodo, jog neefektyvus.
- Komandos užpildytas lenteles pristato kitoms komandoms.
- Lektorius apibendrina ko reikėtų vengti komandoje, norint joje dirbti efektyviai.

<b>Neefektyvus komandos darbas</b>	<b>Efektyvus komandos darbas</b>
<i>Yra vienas aiškus lyderis, kuris atsako už visos grupės darbo rezultatus.</i>	<i>Lyderio funkcijas ir atsakomybę už rezultatus pasiskirsto visi komandos nariai.</i>
<i>Tikslai atitinka bendrus organizacijos tikslus, jie nėra išskirtiniai.</i>	<i>Turi išskirtinius, komandą vienijančius tikslus.</i>
<i>Laimėjimai – individualaus darbo rezultatas.</i>	<i>Laimėjimai = individualaus darbo rezultatas + visos komandos darbo rezultatas.</i>
<i>Svarbiausia – individuali atsakomybė.</i>	<i>Svarbiausia – individuali ir visos komandos atsakomybė.</i>
<i>Vertinamas ir atlyginamas individualus darbas.</i>	<i>Vertinamas ir atlyginamas komandos darbas ir individualios pastangos atliekant komandinę užduotį.</i>
<i>Grupės susitikimai ilgi ir dažniausiai neproduktyvūs.</i>	<i>Komandos susitikimuose iš karto pereinama prie esmės, sprendžiamos problemos.</i>
<i>Po susitikimų nusprendžiama, kas atliks darbus.</i>	<i>Komandoje kiekvienas prisiima tam tikrą vaidmenį ir užduotį atlieka pagal pomėgius ir sugebėjimus.</i>
<i>Grupė laikosi visuomeninių normų, įstatymų, kurių laikosi ne todėl, kad nori, o todėl, kad reikia.</i>	<i>Komanda turi savo vidinį kodeksą (nerašytas elgesio taisykles).</i>

### III. Skraidančio aparato gamyba

- Dalyviai suskirstomi po 3 komandoje. Jiems duodamas vienodas priemonių skaičius:

klėjai, žirkklės, 20 vnt. A4 formato lapų, lipni juostelė. Komandos gauna užduotį: per skirtą laiką sukurti skraidantį aparatą.

- Komandinius darbus vertina lektorius. Komandos su vertinimo kriterijais supažindinamos prieš pradėdant atlikti užduotį. Kriterijai

užduoties atlikimo metu, turėtų būti matomi (galima naudoti projektorių arba atspausdinti vertinimo kriterijus kiekvienai komandai). Vertinimo kriterijai nurodyti Priede 5.

- Lektorius prieina prie kiekvienos komandos ir įvertina jų komandinio darbo rezultatus.
- Ypatingas dėmesys skiriamas komandinio darbo sėkmę ir nesėkmę lemiančių aplinkybių identifikavimui.

### IV. Refleksija

Dalyviai kviečiami ant lipnių lapelių surašyti ką išsineša iš šiandienos užsiėmimo ir perskaityti. Vėliau lapeliai suklijuojami ant bendro konferencinės lentos lapo. Galima diskusija (jei lieka papildomo laiko).



## Priedas 5

### Vertinimo kriterijų lentelė

#### Komandos pavadinimas:

Kriterijai	Galimi balai	Komandos balai
Aparatas skrenda	30	
Gamybai panaudotos bent 6 skirtingos priemonės	15	
Aparatas nuskrido daugiau nei 3 m	20	
Komanda įvardija 5 aplinkybes, kurios padėjo komandoje siekti rezultato	15	
Komanda įvardija 3 aplinkybes, kurias reikėtų tobulinti komandoje	15	
Komanda įvardija kur tokį aparatą būtų galima pritaikyti	20	
Aparatas yra dekoruotas, papuoštas	10	
	<b>Viso balų:</b>	

# Lyderystė

Turinys	Metodas	Priemonės	Laikas
1. Lyderystė	Paskaita	Kompiuteris, projektorius, skaidrės	10 min.
2. Lyderystės apraiškos	Vaizdo medžiagos analizė ir pristatymas	Kompiuteris, projektorius, telefonai, konferencinės lentos, rašikliai	25 min.
3. Refleksija	Aptarimas	Lipnūs lapeliai, konferencinė lenta, rašikliai	10 min.
4. Lyderystė komandoje	Vaidmenų žaidimas	Kortelių, projektorius, kompiuteris	30 min.
5. Refleksija	Analizė ir aptarimas		15 min.

## Uždaviniai

1. Padėti dalyviams suprasti, kas jiems asmeniškai yra lyderystė.
2. Įsivardinti svarbiausiais lyderio savybes.
3. Išgryninti, pastiprinti asmenines savybes ir gebėti tikslingiau panaudoti tai komunikacijoje su skirtingomis asmenybėmis.

## Metodai

Temos pristatymas, vaizdo įrašų peržiūra bei analizė, diskusijos, kūrybinė užduotis vaidmenimis, refleksija.

## Reikalingos priemonės

Konferencinės lentos lapai, rašikliai, projektorius, garso kolonėlės, kompiuteris, telefonai.

## Skirstymo į grupes būdai

Grupės gali būti formuojamos užduodant įvairius klausimus, pvz. susiskirstykite į grupes pagal tai, kokia spalva šiandien vyrauja Jūsų aprangoje; susiskirstykite į grupes pagal tai, kokią muziką mėgstate ir pan. Kai dalyviai patys išsiskirsto, lektorius gali pakoreguoti grupių sudėtį, kad grupėse būtų po lygiai dalyvių.

## Trukmė

2 akademinės valandos (90 min.)

## I. Lyderystė

Lektorius pristato teorinę dalį iš paskaitos skaidrių.

## II. Lyderystės apraiškos

- Visi dalyviai peržiūri filmukus:

[https://www.youtube.com/watch?v=\\_80juH1AF5I](https://www.youtube.com/watch?v=_80juH1AF5I)

<https://www.youtube.com/watch?v=PWmhl6rzVpM>

<https://www.youtube.com/watch?v=e2VtgfIHqww>

<https://www.youtube.com/watch?v=b79JjBoKPFQ>

<https://www.youtube.com/watch?v=VsEmbqbM0U4>

- Po peržiūros projekto dalyviai suskirstom grupėmis po 4–5 (priklausomai nuo grupės dydžio).

Pateikiama užduotis: dar kartą peržiūrėti po vieną video ir po kiekvieno, komandos padiskutavę tarpusavyje, užpildo lentelę, nurodytą Priede 6.

- Komandos užpildytas lenteles pristato kitoms komandoms.

- Lektorius apibendrina kas užtikrina asmeninę lyderystę, lyderystę komandoje bei bendraujant su klientais (lentelėje pateikti atsakymai, ką projekto dalyviai turėtų akcentuoti, pristatydami savo užpildytas lenteles).

<b>Kas užtikrina asmeninę lyderystę?</b>	<b>Kas užtikrina lyderystę komandoje?</b>	<b>Kas užtikrina lyderystę bendraujant su klientais?</b>
<i>Savęs motyvavimas, siekti savo tikslų</i>	<i>Bendravimo įgūdžiai</i>	<i>Jūsų komunikacija, kuri turi užtikrinti klientą jaustis gerai bet koku atveju</i>
<i>Pasiekti savo potencialo maksimumą</i>	<i>Asmeniniai charakterio bruožai ir savybės</i>	<i>Kliento išsakytos nuomonės pakartojimas garsiai, parodant, kad jūs sutinkate su jo nuomone</i>
<i>Sąmoningumas</i>	<i>Komunikacija su kitais žmonėmis ir tarpasmeniniai santykiai</i>	<i>Pirmiausiai leisti klientui išsakyti ko jam reikėtų, prieš pasiūlant savo sprendimą</i>
<i>Žinojimas kas esu ir dėl ko esu</i>	<i>Buvimas savimi, išsakant savo nuomonę pagarbiai ir nuoširdžiai</i>	<i>Garsiai įvardinti jo išsakytų poreikių privalumus ir trūkumus</i>
<i>Ilgalaikės vizijos ir perspektyvos matymas</i>	<i>Paaiškinant komandos nariams, kodėl tam tikri dalykai yra svarbūs ir kaip tai padės siekti bendrų tikslų</i>	<i>Rasti bendrą sutarimą, tenkinantį kliento ir jūsų poreikius</i>
<i>Priima sprendimus, kurie pagrįsti asmeninėmis vertybinėmis nuostatomis, o ne kitų žmonių nuomone</i>	<i>Gebėjimas išklausti ir priimti bei apsvaistyti kitokių kolegų nuomonę</i>	<i>Gebėjimas atsiprašyti už nesusipratimus bei klaidas</i>
<i>Autentiškumas ir originalumas</i>	<i>Visuomet priimti atsakomybę už savo priimtus sprendimus</i>	<i>Suvokimas, kad klientas yra jūsų verslo variklis, be kurio verslas tiesiog sustotų</i>
<i>Atsakymai į tris klausimus: Kas aš esu? Kaip aš galiu sukurti pokytį? Kokia mano gyvenimo vizija?</i>	<i>Naudoti tinkamus metodus darbui komandoje, kurie yra visiems suprantami</i>	<i>Pagalba klientui net ir po to, kai jis jau atsiskaitė su jumis už suteiktą paslaugą ar prekę</i>
<i>Savo karjeros galimybių identifikavimas ir tobulėjimas</i>	<i>Kolegos vaidmens identifikavimas komandoje ir užduočių skyrimas pagal tai, ką jis geriausiai galėtų padaryti</i>	
<i>Pasitikėjimas ir veikimas</i>	<i>Gebėjimas identifikuoti komandos nariu, kurie kuria ir kurie griaua</i>	
<i>Kūrybiškumas ir inovatyvumas</i>		

### III. Refleksija

Dalyviams užduodamas klausimas: ką naujo apie lyderystę šiandien sužinojote? Dalyviai savo atsakymą gali užrašyti ant lipnių lapelių, garsiai perskaityti be jokių papildomų komentarų ir užklijuoti ant bendro didelio konferencinės lentos lapo.

### IV. Vaidmenų žaidima

Lektorius pristato vaidmenų žaidimo metodą: jis skirtas pajauti, ką reiškia būti kito žmogaus kailyje, kaip jis jaučiasi, kai mūsų elgesys vienaip ar kitaip įtakoja komandos darbą, sprendimų priėmimą. Šis metodas padeda labiau suprasti kitaip besielgiančius komandos narius, atpažinti komandos narių „vaidmenis“, juos įvardinti bei nebijoti apie tai atvirai pasikalbėti.

Pristatomos vaidmenų žaidimo kortelės. Perskaitomi visi vaidmenys ir aptariamas kiekvienas iš jų.

Paklausama, ar atsirastų norinčių traukti korteles. Pirmenybė suteikiama tiems, kurie nori. Jei norinčių neatsiranda – traukiami burtai. Visi tie, kurie lieka be kortelių tampa stebėtojais, kurių užduotis yra identifikuoti pristatytus vaidmenis bei argumentuoti, kodėl jie taip galvoja.

Ištraukęs kortelę vaidmenų žaidime dalyvaujantis asmuo jos niekam nerodo, neatskleidžia kokį vaidmenį vaidins. Perskaito visą informaciją esančią kortelėje ir stengiasi žaidime atlikti nurodytą vaidmenį, imituodamas kortelėje aprašytą elgesį.

Stebėtojai įžvalgas fiksuoja raštu.

Bendras aptarimas vykdomas po to, kai visi projekto dalyviai būna suvaidinę bent vieną vaidmenį.

#### Vaidmenys

Tylenis, laikrodininkas, aktyvistas, vadovas, lyderis, inovatorius, patarėjas, nelaimingasis, kontrolierius.

**Situacija**, kurią vaidmenis turinti komanda, privalo išspręsti per 5 min.:

„Esate verslą kurianti komanda. Jūsų verslo plėtrai, trūksta 100 000 EUR. Kreipėtės į banką, kuris pateikė atsakymą, kad gali Jums paskolinti

tik 75 000 EUR. Turite nuspręsti, ko atsisakysite iš biudžeto.

Jūsų planas panaudoti 100 000 EUR buvo toks: 20 000 kroviniui automobiliui, 15 000 atlyginimams naujiems darbuotojams, 35 000 gamybos procesą pagreitinsiančioms staklėms, 20 000 gamybos patalpų remontui, 10 000 gamybai reikalingoms priemonėms įsigyti“.

#### Užduotis

Raskite bendrą sprendimą.

Vienai komandai sužaidus vaidmenų žaidimą, dalyviai keičiasi: tiek kurie ne vaidino – traukia korteles, tie kurie vaidino – tampa stebėtojais. Tie kurie yra stebėtojai – pildo lenteles.

### V. Refleksija

Refleksijos metu aptariamos visos komandos iš eilės. Pirmiausiai savo įžvalgas pateikia stebėtojai – ką jie užfiksavo, jie identifikuoja kas kokį vaidmenį galėjo užimti. Savo atsakymus argumentuoja.

Tuomet reflektuoja vaidinusi komanda: kiekvienas pasisako kokį vaidmenį buvo burtų keliu ištraukęs, kaip jautėsi jį vaidindamas, kas komandoje jam labiausiai padėjo, kas labiausiai trukdė.

Aptarimas vyksta tol, kol aptariamos visos komandos.

Kiekvieno projekto dalyvio paklausama, koks vaidmuo dažniausiai vyrauja jo elgesyje, kai dirbama komandoje ir kodėl jis taip galvoja. Taip pat užduodamas klausimas – o koks vaidmuo jį labiausiai žavi, kokiame vaidmenyje norėtų būti ir kodėl?

Lektorius užduoda visiems dalyviams klausimą – kuo lyderis skiriasi nuo kitų?



## Tylenis

Jūs esate gabus, savo srities profesionalas, tačiau nedirbate išsakyti savo nuomonės, todėl dažniausiai tylite. Jus sunku prakalbinti, Jūs su viskuo sutinkate, nors viduje suprantate, kad kiti žino ir geba mažiau ir Jūsų nuomonė palengvintų procesus.

## Laikrodininkas

Jums svarbiausia, kad komandoje viskas vyktų taip, kaip suplanuota. Nuolat sekate laiką ir kas kelias minutes primenate, kad turite viską suspėti padaryti laiku. Įvardijate kiek laiko komandai dar liko atlikti užduotį.

## Aktyvistas

Jūs nesate visų sričių žinovas, tačiau Jums atrodo, kad Jūs viską galite. Visuomet siūlotės viską padaryti, nuolat reiškiate savo nuomonę, kartais kalbate visiškai ne į temą. Pastebite, kad kiti vengia su jumis bendrauti, nes aplink užgožiate visus.

## Vadovas

Jūs esate komandos vadovas. Siekiate savo tikslų visais įmanomais būdais. Nurodinėjate įsakmiu tonu, ką kas turi padaryti, kas už ką turi prisiimti atsakomybę ir pan. Jums nelabai rūpi kitų nuomonė, svarbiausia, kad Jūsų išskelti tikslai turi būti pasiekti.

## Lyderis

Jūs esate lyderis, kuris linkęs išklausyti kiekvieno nuomonės, skatinti ją išsakyti. Jums svarbiausia, kad visi komandos nariai būtų lygiaverčiai ir pateiktų savo poziciją analizuojamu klausimu. Esate linkęs padrąsinti, paskatinti, spręsti klančius nesutarimus.

## Inovatorius

Jums svarbiausia kuo įdomesnis sprendimo būdas, nesigilinate ar jis padės pasiekti išsikeltų tikslų. „Kuo neįprasčiau, kuo įdomiau, kuo labiau stebinančiau“ - Jūsų gyvenimo moto! Siūlote įvairiausias „crazy“ idėjas.

## Patarėjas

Jūs visiems stengiatės patarti: ką kas turėtų sakyti, ką kas turėtų daryti, kaip reikėtų elgtis ir pan. Svarbiausia Jums, kad būtumėte pastebėtas, nes galvojate, kad žinote daugiausiai ir turite teisę visiems „kišti“ savo nuomonę.

## Kontrolierius

Jūs stengiatės visus ir viską kontroliuoti. Klausiate dažniausiai nesusijusių klausimų, kurie yra skirti žmonių kontrolei palaikyti. Jūsų pagrindinis tikslas viską apie visus žinoti: kur kas buvo, kas už ką atsakingas, kodėl pasakė vienaip ar kitaip. Mėgstate apkalbėti.

## Nelaimingasis

Jūs esate viskuo nepatenkintas: Jums nepatinka ši komanda, jums nepatinka užduotys, kurias turite atlikti, jus erzina viskas palink. Jūs pastoviai blogos nuotaikos. Jūsų mėgstamiausia frazė - „Kas čia per nesąmonė, vis tiek nieko gero neišeis“.

# Laiko planavimas

Turinys	Metodas	Priemonės	Laikas
1. Filmuko peržiūra bei aptarimas	Savianalizė Diskusija	Projektorius, kompiuteris, dalomoji medžiaga dalyviams, rašikliai	20 min.
2. Laiko planavimo aspektai	Dėstymas	Skaidrės, kompiuteris, projektorius	10 min.
3. Aptarimas ir refleksija	Diskusija		15 min.
4. Individuali užduotis „Laiko planavimas“	Individuali laiko planavimo užduotis	Dalomoji medžiaga kiekvienam dalyviui, rašikliai, tuščias A4 formato lapas, lipnūs lapeliai, konferencinė lenta	20 min.
5. Minčių žemėlapis „Verslo kūrimas“	Darbas grupėje	Dideli konferencinės lentos lapai kiekvienai komandai, spalvoti markeriai	20 min.
6. Refleksija	Apibendrinimas		5 min.

## Uždaviniai

1. Savianalizės pagalba padėti suprasti laiko planavimo ir valdymo reikšmę savo tikslų siekimiui.
2. Gebėti prioretizuoti užduotis bei veiklas pagal Eizenhauerio metodą.
3. Aptarti veiklas bei skatinti suteikti grįžtamąjį ryšį.

## Metodai

Temos pristatymas demonstruojant, individualus darbas, derybos, grįžtamasis ryšys.

## Reikalingos priemonės

Kompiuteris, projektorius, konferencinė lenta su popieriumi, rašymo priemonės (markeriai, flomasteriai), dalijami lapeliai.

## Trukmė

2 akademinės valandos (90 min.)

## I. Filmuko peržiūra ir aptarimas

Prieš filmuko peržiūrą dalyviams išdalinamas lapas su atspausdinta lentele. Projekto dalyvių paprašoma užpildyti pirmąją lentelės dalį „Kaip elgiuosi įprastai“. Įvardinti sau pačias svarbiausias veiklas ir surašyti kam skiriame daugiausiai, o kam mažiausiai laiko, mažėjimo tvarka.

Dalyviams paleidžiamas filmukas:

[https://www.youtube.com/watch?v=F5JL\\_6nsgaM](https://www.youtube.com/watch?v=F5JL_6nsgaM)

Po peržiūros kiekvieno dalyvio paprašoma užpildyti antrąją lentelės dalį „Kaip norėčiau paskirstyt savo laiką“ vadovaujantis ta pačia logika – nuo didžiausių laiko sąnaudų iki mažiausių

## Lektoriui

YouTube filmuko pagrindinė mintis – mes turėtume savo laiką pradėti planuoti nuo pačių svarbiausių mums dalykų, o mažiausiai svarbius palikti pabaigai. Tik tuomet, kai atlikti patys svarbiausi darbai, galima daryti tuos, kurie yra

mažiausiai svarbūs. Planuojant laiką ir dienotvarkę, svarbiausia visas veiklas susirašyti prioritetų tvarka – nuo svarbiausio.

Dideli akmenys – patys svarbiausi dalykai, kurie jums leidžia siekti jūsų užsibrėžtų tikslų;

Akmenukai – mažiau svarbūs;

Smėlis – dar mažiau svarbūs;

Vanduo – mažiausiai svarbūs dalykai, kuriuos darydamas jauti malonumą, tačiau jie nepadedą siekti užsibrėžtų tikslų.

## II. Svarbiausi laiko planavimo aspektai

Lektorius pristato teorinę dalį iš paskaitos skaidrių.

## III. Aptarimas ir refleksija

Visų dalyvių prašoma pasiimti užpildytą lentelę, peržvelgti ją, o lektorius užduoda klausimus:

1. Kam skirate daugiausiai laiko, o kam mažiausiai?
2. Kas pasikeitė Jūsų lentelėje, peržiūrėjus filmuką?
3. Kaip galvojate, ką turite padaryti, kad permainos kurių norite taptų realybe?

## IV. Individuali užduotis „Laiko planavimas“

- Dalyviai paprašomi surašyti 20 darbų, kuriuos jau turėjo (pa(si)žadėję) – turi ar turėtų atlikti per artimiausią mėnesio laikotarpį.
- Dalyviams išdalinama po 1 lapą su atspausdinta laiko planavimo lentele pagal Eizenhauerio metodą.
- Dalyvių prašoma tuos darbus surašyti į pateiktą lentelę, išskirstant juos pagal Eizenhauerio metodologiją.

Po užduoties atlikimo, dalyvių prašoma pasidalinti grįžtamuju ryšiu, užduodant klausimus:

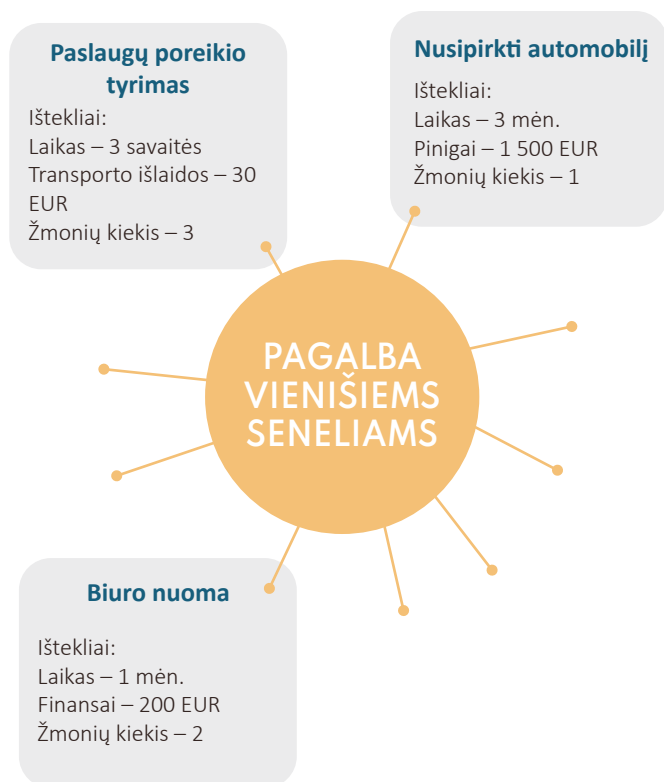
1. Kokie darbai turi būti atlikti pirmiausiai ir kodėl?

2. Kodėl kartais mūsų darbai neatliekami laiku? Kokios priežastys tai lemia?

3. Kas nutinka, kai žmogus nesilaiko sau ar kitiems duotų pažadų?

## V. Grupinė užduotis „Minčių žemėlapis“

- Dalyviai suskirstomi grupėmis po 4. Kiekviena grupė gauna po didelį konferencinės lentos lapą ir spalvotų markerių rinkinį (flomasterių).
- Lektorius pristato užduotį: sugalvokite verslo idėją, kurią įgyvendinsite savo bendruomenėje per pusę metų.
- Jums reikia apskaičiuoti išteklių poreikį, tame tarpe ir laiko. Visos komandos lapo viduryje užsirašykite verslo idėją. Apsibrėžkite. Iš šios frazės braukydami spindulius užrašykite pagrindinius žingsnius, kuriuos turite padaryti, o prie jų – kokių ir kiek išteklių Jums reikės.
- Nupiešę minčių žemėlapi, dalyviai dar kartą pasinaudoja Eizenhauerio laiko planavimo matrica ir visus žingsnius surašo į pateiktą lentelę bei šalia kiekvieno pažymi per kiek laiko tai gali būti įgyvendinta.
- Žingsniai kurie užrašomi lentelės dalyje „Nesvarbu – neskubu“ apsvairstomi dar kartą – ar tikrai jie turi būti atlikti?



- Kiekviena komanda pristato savo minčių žemėlapij bei pakomentuoja užpildytą Eisenhowerio matricą:

- *Kurie darbai yra patys svarbiausi ir kodėl?*
- *Kurie darbai reikalauja daugiausiai laiko sąnaudų ir kodėl?*
- *Kiek žmogiškųjų išteklių reikėtų, jei norėtumėte viską atlikti laiku?*
- *Kiek finansinių išteklių reikėtų verslo pradžiai? Kas padėtų sumažinti tų išteklių poreikį?*

## VI. Refleksija

Dalyvių paprašoma vienu žodžiu apibūdinti tai, ką svarbiausio sužinojo apie laiko planavimą.

## Priedas 7

### Prioritetų lentelė

	Prieš filmuko peržiūrą Kaip elgiuosi įprastai	Po filmuko peržiūros Kaip norėčiau paskirstyti savo laiką
Daugiausia laiko skiriu:		<b>Akmenys:</b>
Mažiau laiko skiriu:		<b>Maži akmenukai:</b>
Mažai savo laiko skiriu:		<b>Smėlis:</b>
Mažiausiai laiko skiriu:		<b>Vanduo:</b>

## Priedas 8

Laiko planavimo lentelė pagal Eizenhauerj.

	SKUBU	NESKUBU
SVARBU	1.	1.
	2.	2.
	3.	3.
	4.	4.
	5.	5.
NESVARBU	1.	1.
	2.	2.
	3.	3.
	4.	4.
	5.	5.

# Verslo idėjos generavimas ir dizaino mąstymo metodika

Turinys	Metodas	Priemonės	Laikas
1. Kaip generuojama verslo idėja?	Dėstymas	Projektorius, kompiuteris, skaidrės	10 min.
2. Problemų identifikavimo dirbtuvės	Darbas grupėse Pristatymai		25 min. 10 min.
3. Dizaino mąstymo metodika	Paskaita ir filmuko peržiūra	Skaidrės, kompiuteris, projektorius	10 min.
4. Problemos identifikavimas, taikant IBM modelį	Grupinis darbas Analizė	Konferencinės lentos lapai, markeriai	25 min.
5. Refleksija	Diskusija		5 min.
6. IBM modelio taikymas, ieškant sprendimų	Grupinis darbas	Konferencinės lentos lapai, markeriai	30 min.
7. IBM modelio pristatymas	Pristatymai		15 min.

## Uždaviniai

- Susipažinti su dizaino mąstymo metodika.
- Išmokyti praktiškai taikyti dizaino mąstymo metodiką ir IBM modelį identifikuojant problemą bei ieškant sprendimo būdų.
- Gebėti analizuoti mokslinius straipsnius ir surinkti įrodymus, pagrįstus mokslu.

## Metodai

Temos pristatymas demonstruojant, darbas grupėse, mokslinės literatūros analizė, vaidmenų žaidimas, atlikto darbo pristatymas.

## Reikalingos priemonės

Kompiuteris, projektorius, konferencinė lenta su popieriumi, rašymo priemonės (markeriai, flomasteriai).

## Trukmė

3 akademinės valandos (135 min.)

### I. Kaip generuojama verslo idėja?

Lektorius pristato teorinę dalį iš paskaitos skaidrių.

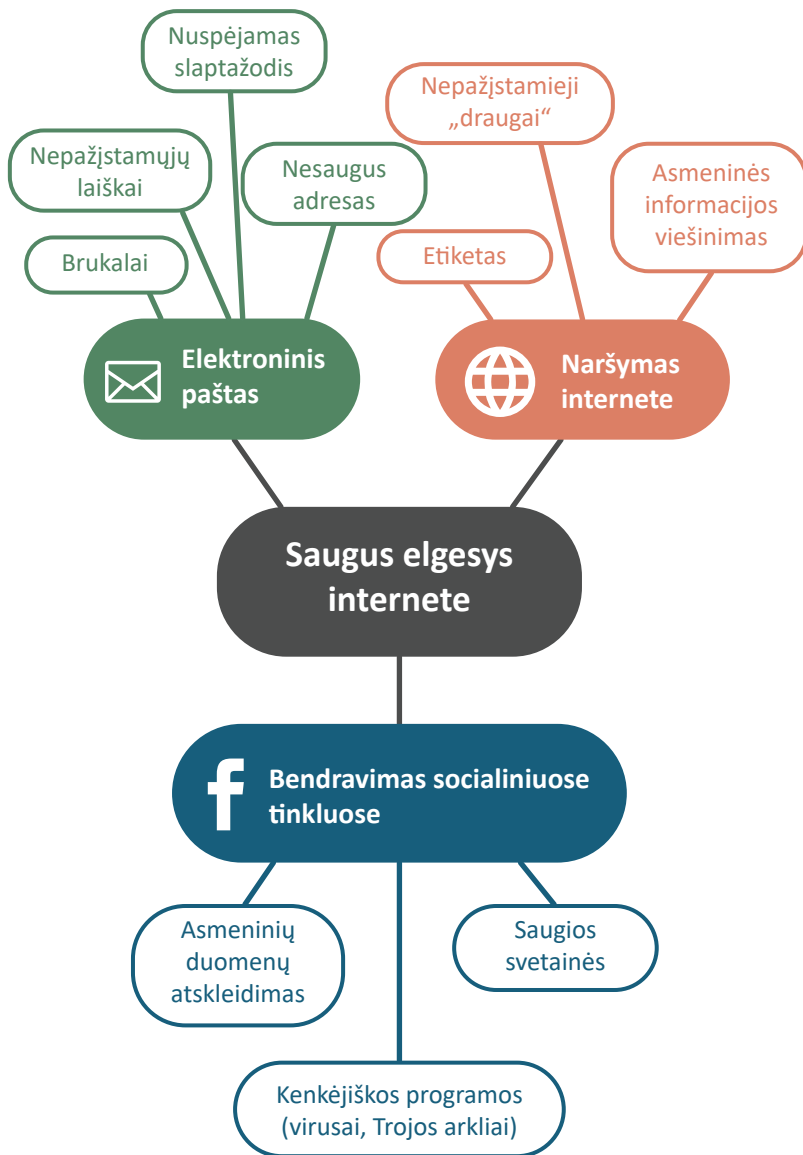
### II. Problemos identifikavimas

Projekto dalyviai kviečiami susiskirstyti į grupes, kuriose jie toliau dirbuosis kurdami verslo modelį. Suskirsčius į grupes, projekto dalyviams duodama po 1 konferencinei lentai skirtą didelį lapą, markerių ir skiriama užduotis:

- Identifikuoti bent 5 spręstinas problemas, su kuriomis susiduria bendruomenė.
- Aptarti visas identifikuotas problemas ir išsirinkti vieną (kurią būtų galima realiai išspręsti).
- Sukurti norimos išspręsti problemos minčių žemėlapij, jį suskaidyti mažesniais dalimis.

- Išsirinkti kurią konkrečiai dalį, bandysite spręsti.
- Dalyviams pateikiamas minčių žemėlapis pavyzdys. Paaiškinama, kad labai dažnai įvardintos problemos yra labai plačios – jas būtina suskaidyti kiek įmanoma smulkiau ir tuomet pasirinkti spręsti vieną iš smulkesnių dalių.
- Dalyviams gali būti pateikiamos prieduose esančios lentelės, kuriose galima struktūruotai susidėlioti žingsnius, koku būdu bus sprendžiama problema.

Pavyzdys „Identifikuojamos problemos minčių žemėlapis“



### III. Problemos minčių žemėlapių pristatymas

Komandos pristato savo sukurtus minčių žemėlapius ir įvardija problemą, kurią pasirinko spręsti.

Kiti dalyviai užduoda klausimus, suteikia grįžtamąjį ryšį.

### IV. Dizaino mąstymo metodika

Lektoriaus paskaita su skaidrėmis.

Filmuko peržiūra:

<https://www.youtube.com/watch?v=a7sEoEvT8l8>

Filmuke yra pristatoma kas tai yra dizaino mąstysena. Dizaino mąstysena susideda iš esminių dalykų, tokių kaip:

- Problemos identifikavimas (problema, kuri yra aktuali bendruomenei);
- Problemos sprendimo būdų paieška. Sprendimo būdas gali būti pasirinktas toks, kurio dar niekada niekas netaikė arba tobulinamas jau egzistuojantis.

Dizaino mąstysenos metodika yra orientuota į kliento poreikius, atsižvelgiant į problemos kontekstą, klientą supančią kultūrą – matoma visuma.

Dizaino mąstysenos modelis paremtas tiesioginiu stebėjimu ir kokybiniais duomenimis, kurie sukuria empatišką požiūrį į klientą, turintį problemą, kurią mes stengiamės išspręsti.

Ieškant sprendimo kuriami prototipai, kurie eigoje gali būti tobulinami, kol tenkina klientą ir jis yra pasiruošęs už prekę ar paslaugą sumokėti pinigus.

Esminiai trys žingsniai, taikant dizaino mąstymo metodiką yra: idėja – prototipavimas – bandymas. Šis ciklas yra uždaras ir nuolat kartojamas, kol sukuriamas klientui tinkamas produktas.

Naudojant šią metodiką yra išlaisvinamas kūrybiškumas ir surandami geresni, inovatyvūs sprendimai. Dirbant pagal šią metodiką, ypatingai skatinamas bendradarbiavimas.

## V. Problemos identifikavimas taikant IBM modelį

- Dalyviai dirba tomis pačiomis grupėmis, kuriose pasirinko spręstiną problemą.
- Diskutuodami, paklausdami realių bendruomenės narius bei naudodamiesi internetu, stengdamiesi surasti problemos pagrindimą, komandos atsako į klausimus:

- *Kas įrodo, kad problema yra aktuali?*
- *Kiek žmonių ir kur dažniausiai susiduria su šia problema?*
- *Kodėl šią problemą būtina spręsti?*
- *Kokios pasekmės bus, jei problema bus nesprendžiama?*
- *Kita informacija, kuri gali būti aktuali, kalbant apie šią problemą.*

## VI. Refleksija

Komandos pasidalina pasiektais rezultatais: ar pasikeitė problemos, kurią jie pasirinko formuluotė? Kokį grįžtamąjį ryšį gavo iš bendruomenės narių? Kokios papildomos informacijos, įrodančios problemos aktualumą, pavyko rasti.

## VII. IBM modelio taikymas ieškant problemos sprendimo

- Dalyviai savo komandoje identifikuoja skirtingas grupes, kurios galėtų būti suinteresuotos jų pasirinktos problemos sprendimų paieška. Pvz. Jei pasirinkta problema žmonių psichinė sveikata, tuomet suinteresuotos grupės galėtų būti: bendruomenės nariai, draugai, bendradarbiai, giminaičiai ir t.t. Jei pasirinkta problema – aplinkos tarša, tuomet suinteresuotos grupės galėtų būti: bendruomenė, verslo atstovai, valdžia ir panašiai.
- Grupėje kiekvienas dalyvis pasirenka kurią suinteresuotą grupę atstovaus ir išsako, kokio pokyčio tikėtusi būdamas toje pozicijoje. Visus laukiamus pokyčius, iš skirtingų pozicijų projekto dalyviai užsirašo ant lapo ir ieško bendro problemos sprendimo, kuris patenkintų skirtingų grupių išsakytą pokyčio poreikį.

- Naudodamiesi IBM design thinking metodika, dalyviai ieško vieningo problemos sprendimo būdo, pereidami visas modelio dalis.
- Atlikusi užduotį, kiekviena grupė vieną asmenį paskiria į „ekspertų komisiją“, o kitą narį į „realių klientų grupę“.

## VIII. IBM modelių pristatymai

Lektorius suformuojama ekspertų komisiją ir realių klientų grupę.

Nariai likę komandose pristato savo darbą:

- Identifikuoja problemą,
- Pagrindžia ją rasta mokslinė informacija,
- Pateikia suinteresuotų grupių įžvalgas,
- Pristato pasirinktą problemos sprendimo būdą.

### Ekspertų komisija

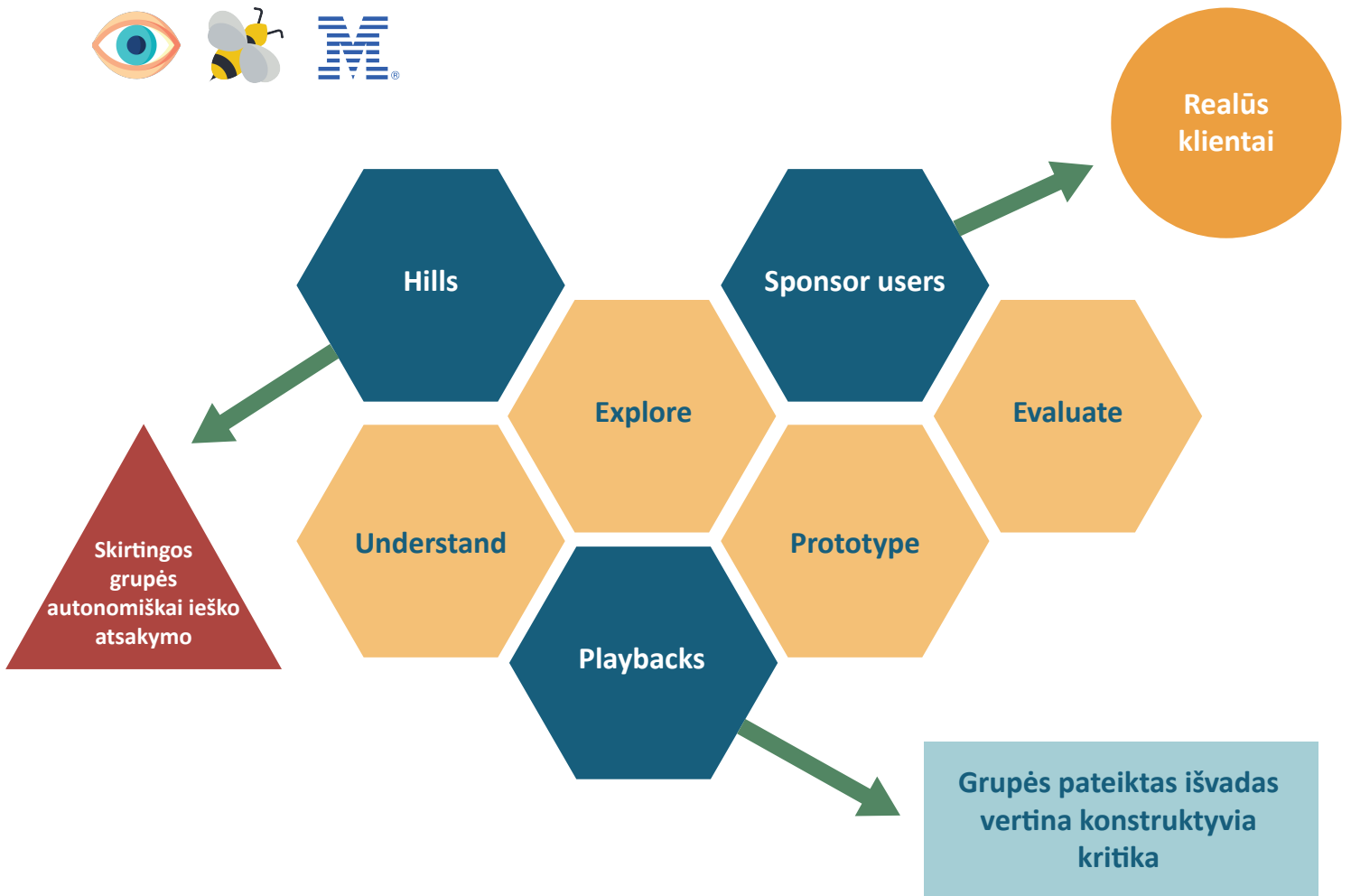
Užduoda klausimus kiekvienai grupei po pristatymo bei suteikia konstruktyvų grįžtamąjį ryšį: ar problema aktuali, ką reikėtų patobulinti, ar pasirinktas problemos sprendimo būdas yra optimalus.

### Realių klientų grupė

Klausydami pristatymo, įsijaučia į realaus kliento vaidmenį ir pateikia savo įžvalgas.

## Priedas 9

## IBM Modelis



## Priedas 10

### Problemos sprendimo būdų lentelė

Komandos pavadinimas:

Identifikuota problema:

#### Sprendimai

Sprendimo būdas	Kaip tai padarysite?	Ko jums reikėtų, kad galėtumėte tai padaryti?	Rezultatas

## Problemos sprendimo būdų lentelės pildymo pavyzdys

**Komandos pavadinimas:** Komanda 1

Identifikuota problema: Mokykloje nerušiuojamos atliekos

### Sprendimai

Sprendimo būdas	Kaip tai padarysite?	Ko jums reikėtų, kad galėtumėte tai padaryti?	Rezultatas
1. Pastatyti mokykloje atskiras šiukšliadėžes	Suburti bendraminčių komandą.	Paskelbti mokykloje apie iniciatyvą ir pakviesti prisijungti visus norinčius. Suorganizuoti organizacinės grupės susirinkimą Pasidaryti veiksmų planą Pasiskirstyti atsakomybėmis	95 proc. atliekų yra surušiuojama Dalyviai tampa motyvuoti kurti pokytį Atsiranda glaudesnis santykis su mokyklos administracija Dalyviai ugdomi verslumo kompetencijas
	Išdiskutuoti problemą su mokinių taryba		
	Inicijuoti susitikimą su mokyklos administracija		
	Ieškoti finansavimo galimybių		
2. Šviesti mokinius apie rušiuojamumą			
3. Paskelbti konkursą „Atsakingiausia klasė“			

# Verslo planas

Turinys	Metodas	Priemonės	Laikas
1. Kas yra verslo planas?	Dėstymas, vaizdo medžiagos peržiūra	Kompiuteris, projektorius, skaidrės	25 min.
2. Verslo planas – ką jau turime?	Kūrybinis darbas grupėse	Dideli konferencinės lentos lapai, markeriai, kompiuteriai	20 min.
3. Verslo plano rašymas	Darbas grupėse	Kompiuteriai	45 min.

## Uždaviniai

1. Supažindinti su verslo plano rašymo pagrindinėmis dalimis.
2. Skatinti kritiškai mąstyti.

## Metodai

Temos pristatymas demonstruojant, darbas grupėse, konsultavimas.

## Reikalingos priemonės

Kompiuteris, projektorius, konferencinė lenta su popieriumi, rašymo priemonės (markeriai, flomasteriai).

## Trukmė

2 akademinės valandos (90 min.)

## I. Kas yra verslo planas?

Lektorius pristato teorinę dalį iš paskaitos skaidrių.

Vaizdo medžiagos peržiūra:

<https://www.youtube.com/watch?v=ZEMbKzy7FD8>

Vaizdo medžiagoje atskleidžiami pagrindiniai verslo plano rašymo aspektai:

- Verslo planą galima pradėti rašyti tuomet, kai turite tik idėją – tam nebūtini pinigai, nebūtina turėti specialių įgūdžių ir gebėjimų – viso to galima išmokti eigoje;
- Verslo planas suteikia aiškumo – sudėlioja viską į lentynėles, todėl pasidaro daug aiškiau, kas yra svarbu – ką po ko daryti ir pan. Verslo plane atsiranda tikslai, į kuriuos žiūrint dėliojamas visas planas, padedantis numatyti kaip to galima pasiekti.

Rašant verslo planą svarbiausi yra ne plano sudėtingumas ar paprastumas, tačiau aiškumas ir praktiškai įgyvendinami veiksmai. Nereikia išsigąsti, kad rašant verslo planą ne į visus pateiktus klausimus galite iškart atsakyti – tai yra normalu. Verslo plano rašymas tam ir skirtas, kad pagalvotumėte apie visus dalykus prieš atidarydami verslą. Taip pat rašant verslo planą gali kilti daugiau papildomų klausimų į kuriuos rekomenduojama atsakyti. Verslo plano rašymas tam ir skirtas – pasižiūrėti į klausimus ir atsakymus „iš viršaus“ bei ieškoti atsakymų ten, kur kol kas jų neturite.

Verslo plano rašymas turi 6 pagrindines dalis, kurias rekomenduojama rašyti ant atskirų lapų, o tik tuomet sujungti į vieną bendrą dokumentą. Skirtingiems lapams galite sukurti pavadinimus: apžvalga, žinutė, rinkodara, produktas, gamyba ir pristatymas, tikslai.

## Lentelės pildymo instrukcija

### Apžvalga

Šioje dalyje turėtumėte aprašyti ką jūsų verslas darys, koks bus verslo modelis. Čia taip pat rašomas įmonės pavadinimas, aprašoma verslo struktūra bei vieta, kurioje vystysite savo verslą. Taip pat šioje dalyje svarbu įrašyti įmonės misiją ir viziją. Taip pat svarbu numatyti, kas ką darys ir už ką bus atsakingas vystant verslą. Pagrindinės sritys, kurias būtina paliesti yra marketingas ir pardavimai, procesai ir finansai.

### Žinutė

Šioje dalyje labai svarbu išsigryninti žinutę, kurią jūs norite perduoti savo pirkėjams. Taip pat šioje dalyje reikia išsigryninti: kas yra jūsų potencialūs klientai, kaip jūs pateksite į jų gyvenimus ir kaip jūs padėsite jiems išspręsti problemą bei pasiekti rezultatą, kurio jie tikisi. Turėtumėte apmąstyti, kodėl pirkėjai pasirinks būtent jus, o ne konkurentus. Šioje dalyje galima sudėlioti prioritetizuotus žingsnius (nuo svarbiausio iki mažiausiai svarbaus), kaip žingsnis po žingsnio vis tai ką užsirašėte bus realiai įgyvendinta.

### Rinkodara ir pardavimai

Pirmiausiai turėtumėte identifikuoti tikslingą pirkėjų grupę – demografinius (pirkėjo pajamos, gyvenamoji teritorija, amžius) rodiklius ir psichografinį (interesai, norai, baimės) pirkėjo portretą. Taip pat svarbu numatyti tikslingą klientų grupės dydį ir kaip jis bus pasiektas (kur tie klientai yra). Jei sunkiai sekasi atsakyti į klausimus apie potencialų klientą, šioje stadijoje tikslinga atlikti klientų poreikio tyrimą ir išsiaiškinti, kokiam klientui vis tik aktualus jūsų kuriamas produktas, kur jis jį pirkty ir pan. Šioje dalyje reikia numatyti kaip klientai sužinos apie jūsų prekės ženklą, kaip ir kur jie jį matys, koku būdu bus užmezgamas kontaktas bei kaip savo idėją parduosite.

### Produktas/paslauga

Šioje dalyje rekomenduojama imti tik vieną produktą, kuris yra pagrindinis. Galite gaminti ir parduoti įvairiausių produktų, tačiau turite identifikuoti patį pagrindinį, kuriuo remiantis bus kuriama žinutė vartotojui. Sukūrus gerą vieno produkto aprašymą aplink kurį, kaip apie pagrindinį sūksis visa įmonės komunikacija, bus lengviau į rinką įvesti kitus produktus. Reikėtų apsirašyti kas tai per produktas bei kokio rezultato jį pardavus mes tikimės. Reikėtų atkreipti dėmesį, kad pats produktas nesukuria rezultato – jį sukuria tai, kad jūs įmonė jį parduoda. Svarbu identifikuoti, kaip pasikeičia produktą nusipirkusio kliento gyvenimas, kokį pokytį produktas sukuria. Tokiu pačiu principu galima aprašyti ir kitus produktus, kuriuos jūsų įmonė ruošiasi parduoti.

### Gamyba ir pristatymas

Apie šią dalį vaizdo medžiagoje nekalbama – ji praleista, tačiau šioje dalyje labai svarbu identifikuoti kaip pristatysite klientui prekę: ar kursite e–parduotuvę ar klientas galės produktą ar paslaugą nusipirkti tik lokaliajame vietoje. Gamybos dalyje svarbu atsakyti į klausimus: kur gaminsite, kiek kainuos vieno produkto pagaminimas, iš ko gaminsite, kur gausite gamybai reikalingų medžiagų.

### Tikslai, kurių siekiate

Tikslai turėtų būti numatyti į ateitį, t.y. jūs juos turite projektuoti tam tikram ateinančiam laikotarpiui, kuris gali būti nuo metų iki kelerių. Šioje dalyje rekomenduojama nusimatyti kokius pardavimus planuojate, kokios bus jūsų bendrosios pajamos, pelnas, skaičius klientų, kuriems jūs padėsite ir skaičius tų, kuriuos jūsų žinutė pasieks. Taip pat svarbu numatyti verslo vystymosi perspektyvą. Tikslai turėtų būti pamatuojami, aiškūs ir su laiko terminais iki kada tai turėtų būti pasiekta.

## **II. Verslo planas – ką jau turime?**

Dalyviai dirba tose pačiose grupėse, kuriose dirbo prie verslo idėjos generavimo.

Peržiūrėję verslo idėjos generavimo mokymų praktinę medžiagą, kurią jau turi, užpildo verslo plano lentelę tose vietose, kurios aiškios iš praeitų mokymų.

## **III. Verslo plano rašymas**

Dalyviai dirbdami grupėse, pildo verslo plano lentelę, kuri pateikta prieduose, bandydami pagrįsti išsigrynintos verslo idėjos pelningumą. Lektorius, esant poreikiui, konsultuoja dalyvius.

## Priedas II

### Verslo planas

**Komandos nariai:**

---

**Įmonės pavadinimas:**

---

**Misija:**

---

**Vizija:**

---

**Vertybės:**

---

**Jūsų įmonės istorija:**

---

**Kokią problemą sprendžiate? Kokią žinutę norite perduoti savo klientams?**

---

**Aprašykite Jūsų kuriamą produktą ar paslaugą.**

---

**Kas yra Jūsų konkurentai? Kiek jų yra rinkoje, į kurią taikotės? Kodėl klientas rinksis Jus?**

---

**Kas yra Jūsų klientai? Aprašykite potencialaus kliento paveikslą.**

---

**Su kokiais kliūtimis galite susidurti žengdami į rinką? Kaip tai spręsite?**

Problema	Sprendimo būdai

**Produkto/ paslaugos savikaina. Suskaičiuokite, kas sudarys Jūsų kuriamo produkto/paslaugos savikainą.**

Dedamosios dalys	Suma
Viso (1 vieneto savikaina):	

**Kokia bus produkto kaina pirkėjui? Pagrįskite skaičiavimais. Kiek procentų galutinės kainos sudaro antkainis?**

**Kiek lėšų reikės verslo pradžiai. Pagrįskite skaičiavimais. Iš kur planuojate gauti investicijas? Kaip ir per kokį laikotarpį jas grąžinsite?**

**Kaip pasieksite savo klientą? Kaip jis apie Jus sužinos?**

**Kokios pardavimų apimtys sieksite? Kiek turite parduoti, kad verslas būtų pelningas? Paskaičiuokite.**

**Kaip bus valdoma Jūsų įmonė? Kiek žmonių planuojate įdarbinti ir kokiose pareigybėse?**

**Kita, investuotojams svarbi informacija**

## Priedas 12

---

**Apžvalga**

---

**Žinutė**

---

**Rinkodara ir pardavimai**

---

**Produktas/paslauga**

---

**Gamyba ir pristatymas**

---

**Tikslai, kurių siekiate**

---

## Canvas verslo drobė ir kliento poreikiai

Turinys	Metodas	Priemonės	Laikas
1. Canvas verslo modelio pristatymas	Dėstymas, vaizdo medžiagos peržiūra	Kompiuteris, projektorius, skaidrės	15 min.
2. Canvas drobės pildymas	Kūrybinis darbas grupėse	Konferencinės lentos lapai, markeriai, kompiuteriai	30 min.
3. Kliento poreikių drobė	Kūrybinis darbas grupėse	Konferencinės lentos lapai, markeriai, kompiuteriai	45 min.
4. Komandų darbų pristatymas	Pristatymai	kompiuteriai	35 min.
5. Refleksija	Darbas grupėse		10 min.

### Uždaviniai

1. Supažindinti su Canvas klientų poreikių verslo drobėmis.
2. Ugdyti analitinį mąstymą.
3. Skatinti suteikti grįžtamąjį ryšį.

### Metodai

Temos pristatymas demonstruojant, darbas grupėse, konsultavimas.

### Reikalingos priemonės

Kompiuteris, projektorius, konferencinė lenta su popieriumi, rašymo priemonės (markeriai, flomasteriai).

### Trukmė

3 akademinės valandos (135 min.)

### I. Canvas modelio pristatymas

Lektorius pristato teorinę dalį iš paskaitos skaidrių.

### II. Canvas drobės pildymas

Projekto dalyviai dirba tose pačiose grupėse, kuriose dirbo prie verslo idėjos generavimo.

Peržiūrėję verslo idėjos generavimo mokymų praktinę medžiagą, kurią jau turi, užpildo verslo plano lentelę tose vietose, kurios aiškios iš praeitų mokymų. Lektorius pademonstruoja verslo drobių pavyzdžius. Akcentuojama, kad drobę reikėtų pildyti kuo išsamiau. Canvas drobė pildoma atsakant į papildomus klausimus, kurie yra pateikiami kartu su verslo drobe.

### III. Canvas empatijos drobės pildymas

Projekto dalyviai dirba tose pačiose grupėse, kuriose dirbo prie verslo idėjos generavimo.

Lektorius pademonstruoja verslo drobių pavyzdžius. Akcentuojama, kad drobę reikėtų pildyti kuo išsamiau. Canvas empatijos drobė pildoma atsakant į papildomus klausimus, kurie yra pateikiami kartu su verslo drobe.

## IV. Verslo drobių pristatymai

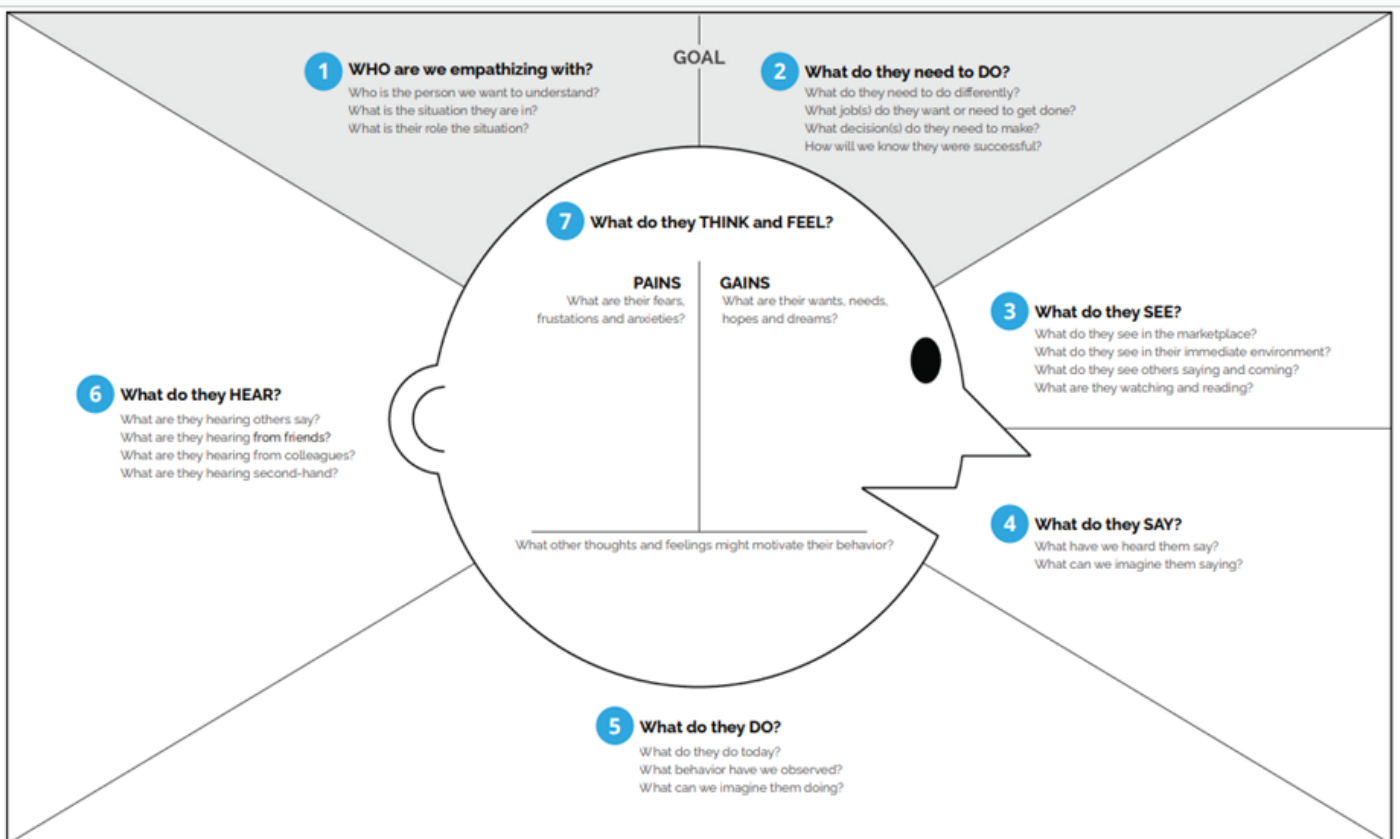
Komandos pristato savo paruoštas Canvas bei kliento poreikių drobes. Stebintys kolegos po pristatymo užduoda klausimus, suteikia grįžtamąjį ryšį.

## V. Refleksija

Refleksija dalinama į dvi dalis: pirmiausiai projekto dalyviai savo darbo grupėse atsako į tris klausimus:

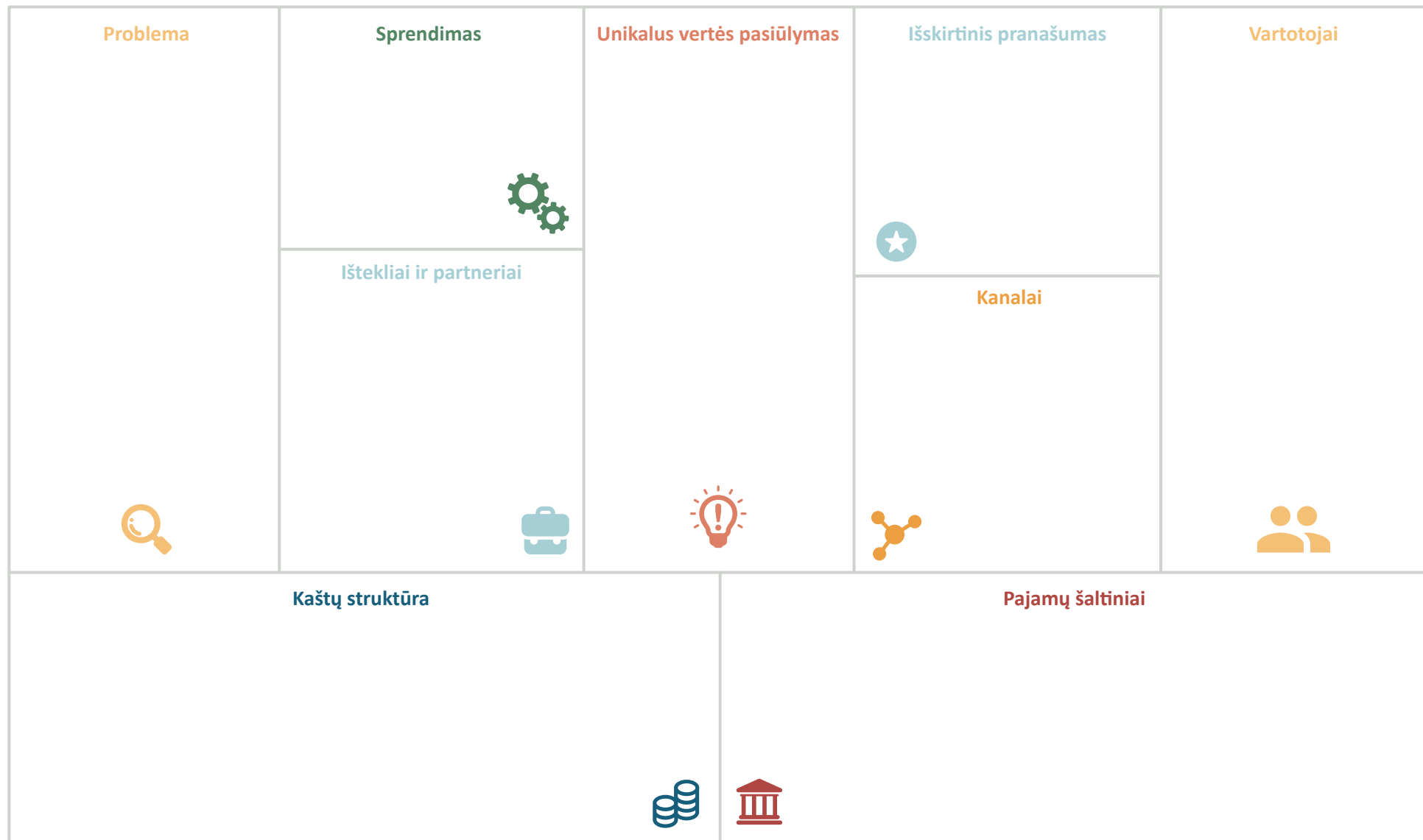
- *Ką naujo išmokau?*
- *Kokius įgūdžius ir kompetencijas patobulinau?*
- *Kokiu žodžiu komanda apibūdintų savo patirtį, dalyvaudami šituose mokymuose?*

Vienas iš komandos narių reflektuoja.



## Priedas 13

### Canvas verslo drobė



## Pagalbiniai klausimai, skirti Canvas drobei pildyti

- 1.** Vartotojai – kokiems vartotojams jūs norite išspręsti problemą? Gali būti keli vartotojų segmentai. Trumpai juos apibūdinkite.
- 2.** Problema – Jūsų pagrindinė sprendžiama problema (turėtų būti pagrįsta įrodymais (angl. evidence-based) – FAKTAIS, RINKOS TYRIMAIS, ATLIKTASKELIŲ VARTOTOJŲ INTERVIU). Parašykite, kaip dabar tą problemą sprendžia vartotojai?
- 3.** Sprendimas – ką siūlote –1-2 sakiniai, kaip jūs spręsite vartotojų problemą.
- 4.** Pajamų šaltiniai – iš ko uždirbsite? Kaip uždirbsite?
- 5.** Kanalai – kaip vartotojai sužinos apie Jūsų genialų sprendimą?
- 6.** Išteklių ir partneriai – kokius išteklius jau turite idėjos realizavimui? Kokius išteklių dar trūksta idėjos realizavimui? Kokius partnerius reikėtų pritraukti?
- 7.** Išskirtinis pranašumas – kuo Jūs kitokie nei rinkos alternatyvos / konkurentai? Kodėl tai bus sunkiai nukopijuojama?
- 8.** Kaštų struktūra – iš ko susidės Jūsų išlaidos? Kiek preliminariai kainuos įgyvendinti idėją? Iš ko uždirbsite? Kaip uždirbsite?
- 9.** Unikalus vertės pasiūlymas – vienas sakinytis trumpai apibūdinantis jūsų kuriamą vertę vartotojams (turi būti įsimenama ir aišku).

## Klientų poreikių (empatijos) žemėlapis:

- 1. Su kuo** mes bandome susitapatinti? Kas yra tas žmogus, su kuriuo mes bandome susitapatinti? Kokioje situacijoje jis gyvena? Koks jo vaidmuo toje situacijoje?
- 2. Ko** jis norėtų, kad mes padarytume? Ką jis nori padaryti kitaip? Kokias problemas jis norėtų išspręsti? Kokius sprendimus jis turi priimti? Kaip mes žinome, kad jis yra sėkmingas?
- 3. Ką** jis mato? Ką jis mato rinkoje? Ką jis mato savo artimoje aplinkoje? Kaip jam atrodo ką kiti kalba ir daro? Ką jis skaito ir ką jis stebi per medią?
- 4. Ką** jis kalba? Kaip mums atrodo, ką jis galėtų kalbėti? Ką jis iš tiesų kalba?
- 5. Ką** jis veikia? Ką jis šiandien galėtų veikti? Kokį jo elgesį mes matome dažniausiai? Jei įsivaizduotume- ką jis galėtų veikti?
- 6. Ką** jis girdi? Ką jis girdi iš kitų? Ką jis girdi iš draugų? Ką jis girdi iš kolegų? Ką jis girdi iš nepažįstamų?
- 7. Ką** jis galvoja ir ką jaučia? Kokie yra jo „skauduliai“ – ko jis bijo, dėl ko jis nervinasi, kas jam gyvenime trukdo? Kokie jo poreikiai- apie ką jis svajoja, ko tikisi, ko jam reikėtų?
- 8. Kokios** kitos mintys bei jausmai galėtų jį gyvenime motyvuoti?

## Verslo drobės pildymo pavyzdys 1

Produktas: **HealthyBell**

<p><b>Problema</b></p> <p>1. Dabartinis skrandžio žiedas nemotyvuoja viršsvorio turinčius žmones mesti svorį, kadangi rezultatai matomi po ilgesnio laiko;</p> <p>2. Komplikacijos (maisto atpylimas, skrandžio erozija, stemplės išsiplėtimas);</p> <p>3. Nepatogus metodas pacientų svorio priežiūrai.</p> <p><b>Jau esančios alternatyvos</b></p> <p>Skrandžio apylankos operacija; skrandžio apjuosimo operacija; skrandžio išilginio vamzdelio suformavimo operacija; skrandžio plikacijos operacija.</p>	<p><b>Sprendimas</b></p> <p>Skrandžio žiedas su jutikliu, kuris matuoja skrandžio tūrį, perduoda duomenis klientui bei gydymo įstaigoms, saugo duomenis duomenų bazėje tolesnei analizei.</p>	<p><b>Unikalūs vertės pasiūlymas</b></p> <p>Inovatyvus; paprastas naudoti; portabilus; ilgaamžiškas; garantuotas savarankiškas gyvenimas; tikslūs skrandžio tūrio išmatavimai</p>	<p><b>Išskirtinis pranašumas</b></p> <p>Įrenginys, kuris neturi alternatyvų; paprastas programinės įrangos dizainas supaprastina naudojimą ir svorio priežiūrą; gydytojų informavimas</p>	<p><b>Vartotojai</b></p> <p>Gydymo įstaigos, kuriose atliekamos svorio mažinimo operacijos.</p>
<p><b>Kaštų struktūra</b></p> <p>App'so ir svetainės sukūrimas: 15 000 €</p> <p>Programinės įrangos priežiūra ir atnaujinimas: 500 €/mėn.</p> <p>Reklama: 500 €/mėn.</p> <p>Įrangos nuoma (išperkamoji): 1 000 €/mėn.</p> <p>Patalpų nuoma: 300 €/mėn.</p> <p>Darbuotojų atlyginimai: 10 000 €/mėn.</p> <p>Medicininis tyrimų atlikimas: 10 000 €</p> <p>Gaminio elementai: 500 €</p> <p>Įrenginio pardavimo kaina: 1 500-2 000 €</p>	<p><b>Pajamų šaltiniai</b></p> <p>Produkto pardavimai; Valstybės ir organizacijų parama; investicijos;</p> <p>Pelno marža: pradžioje 7% ; siekiamybė 15%</p>			



## Verslo drobės pildymo pavyzdys 2



# Komunikacija ir rinkodara

Turinys	Metodas	Priemonės	Laikas
1. Komunikacija ir rinkodara	Paskaita	Kompiuteris, projektorius, skaidrės	15 min.
2. Komunikacijos svarba bendravime	Kūrybinės užduotys	Telefonas, asmenukų lazda	25 min.
3. Refleksija	Aptarimas		5 min.
4. Komunikacijos ir rinkodaros plano kūrimas	Kūrybinis darbas grupėje	Konferencinės lentos lapai, markeriai, kompiuteriai	45 min.
5. Pitch'ai (konkursas)	Pristatymai	Reikalingi komisijos nariai (bent 5 žmonės)	30 min.
6. Aptarimas			15 min.

## Uždaviniai

- Supažindinti su komunikacijos ir rinkodaros svarba, kuriant verslą.
- Atliekant kūrybines užduotis, identifikuoti didžiausias komunikacijos klaidas.
- Pristatyti sukurtą verslo modelį konkurse.

## Metodai

Kūrybinės užduotys, rezultatų analizė, dėstymas, pristatymai, refleksija.

## Reikalingos priemonės

Kompiuteris, projektorius, telefonas, asmenukų lazda, konferencinės lentos lapai, markeriai.

## Skirstymo į grupes būdai

Dirba tose pačiose grupėse, kuriose kūrė verslo modelį.

## Trukmė

3 akademinės valandos (135 min.)

## I. Komunikacija ir rinkodara

Lektorius pristato teorinę dalį iš paskaitos skaidrių.

## II. Komunikacijos svarba bendravime

### I užduotis

Visi dalyviai paprašomi išeiti iš patalpos, už durų. Lektorius pasiruošia telefoną filmavimui (geriausia, kad būtų naudojama ir asmenukų lazda. Įjungus filmavimo funkciją, pakviečiamas pirmasis dalyvis į patalpą. Lektorius jam pasako tokį tekstą:

„Vakar, apie 5 valandą du draugai Petras ir Jonas išėjo kartu žvejoti. Jie žvejojo iki 9 valandos ir beveik nieko nepagavo– tik du mažus ešerius ir karpį. Nors Jonas vakare jautė nuovargį, bet džiaugėsi susitikęs su bičiuliu“.

Po to, kaip lektorius pasako tekstą, kviečiamas antrasis dalyvis, kuriam pirmasis turi pasakyti ką išgirdo. Situacija kartojasi tol, kol į patalpą ateina paskutinis dalyvis. Jis išgirsta tekstą iš prieš tai buvusio dalyvio ir pakartoja jį garsiai.

## II užduotis

Vienas iš dalyvių išvedamas iš patalpos. Lektorius jo paprašo sugalvoti 6 judesių seką. Dalyvis ją pakartoja, kad įsimintų. Lektorius su dalyviu grįžta į patalpą.

Dalyviai paprašomi sustoti eile, vienas paskui kitą už nugaros. Pasakoma, kad užduotis vyks tyloje – kalbėti negalima. Paskutinis eilėje atsistoja dalyvis, kuris demonstruos judesius. Lektorius pradeda filmuoti. Paskutinis stovintis dalyvis patapšnoja prieš jį stovinčiam dalyviui per petį ir pademonstruoja judesius 1 kartą (kartoti negalima). Dalyvis, kuris stebėjo judesius, patapšnoja prieš jį stovinčiam dalyviui per petį. Pastarajam atsikus – jis pademonstruoja judesius taip kaip prisimena. Užduotis baigiama tuomet, kai eilėje stovintis pirmasis dalyvis pademonstruoja tai, ką jam demonstravo prieš tai stovėjęs dalyvis.

## III. Refleksija

Visi dalyviai kviečiami peržiūrėti lektoriaus nufilmuotą užduočių atlikimą. Vyksta aptarimas – apie komunikaciją – kodėl dalyviai kurie paskutiniai atliko užduotį, tiek tekstą, tiek judesius pasakė ir pademonstravo visiškai ne tokius, kokius rodė pirmieji dalyviai.

Dažniausiai atliekant šią užduotį, jau antras arba trečias dalyviai pradeda iškraipyti tiek žodžius, tiek parodytus veiksmus, pridėdami kažką savo. Todėl, pasibaigus užduočiai, peržiūrint vaizdo įrašą, matosi kad pradinio ir galutinio dalyvių veiksmai ar pasakojimas absoliučiai skiriasi.

Dalyvių galima paklausti – kaip jie galvoja, kokios priežastys lemia, kad atrodytų tokia nesudėtinga ir trumpa užduotis atliekama taip?

## IV. Komunikacijos ir rinkodaros planas

Su projekto dalyviais aptariama, kam skirtas komunikacijos planas, kam – rinkodaros. Pagal pateiktus šablonus dalyvių komandoms skiriama užduotis parengti komunikacijos bei rinkodaros planus.

Komunikacijos planas skirtas sudėlioti įmonės, asmens komunikaciją viešojoje erdvėje. Komunikacijos planas apima visus komunikacijos veiksmus, tiek ryšius su visuomene, tiek reklamą, tiek renginius, tiek kitas marketingo priemones. Komunikacijos planą sudaro komunikuojamos žinutės, komunikacijos priemonės, tikslai, kainos, prognozuojamas pasiekiamumas. Komunikacijos strategija padeda pažvelgti į organizacijos įvaizdžio kūrimą tarsi iš toliau, iš paukščio skrydžio, pamatyti, kaip lengviau ir su mažesėmis išlaidomis pasiekti organizacijos tikslų. Ir žinoma, kaip ir bet kokia strategija, komunikacijos strategija turi būti gyva – negalima jos pasirašyti ir pasidėti į stalčių. Ji turi būti nuolat atnaujinama pagal besikeičiančią aplinkos ir organizacijos situaciją. Ja reikia iš tiesų vadovautis, naudotis jos principais bendradarbiaujant su kitais organizacijos skyriais. Pavyzdžiui, jeigu organizacijos vienas iš strateginių tikslų yra kurti gerą darbdavio įvaizdį, komunikacijos vienas iš strateginių tikslų turėtų padėti tai daryti. Komunikacijos strategijos tikslai negali atsirasti tarsi „iš dangaus“. Tikslai taip pat turi būti aiškūs, pamatuojami, įgyvendinami (realistiški), turėti numatytus įgyvendinimo terminus.

Įmonė, norinti išsilaikyti rinkoje ir pasiekti gerų rezultatų, turėtų sukurti nuoseklią rinkodaros priemonių taikymo sistemą.

Rinkodaros planas – tai sudėtinė įmonės strateginio plano dalis. Jis parodo, kaip ir kur bus parduoti produktai, kokių veiksmų bus imtasi, esant tam tikrai situacijai rinkoje.

Marketingo planas numato, kaip įeiti į rinkas ir naudoti marketingo programas, kurios padėtų pasiekti iškeltus tikslus. Tinkamas rinkodaros planas skatina sisteminį Jūsų įmonės veikimą ir konkurencinį pranašumą. Rinkodaros plane apibūdinama specifinė verslo rinkodaros strategija ir pateikiami konkretūs veiksmai, kurių reikia imtis, ir numatomi rezultatai. Rinkodaros planai yra įmonių planai, skirti vykdyti ir įvertinti rinkodaros pastangų rezultatus per tam tikrą laikotarpį. Veiksmingas rinkodaros planas padeda įmonei suprasti tikslinę rinką ir konkurenciją, rinkodaros sprendimų poveikį ir rezultatus, taip pat pateikia kryptį būsimoms iniciatyvoms. Negalite sukurti rinkodaros plano be rinkos tyrimų, kurie nukreiptų visas jūsų rinkodaros pastangas, suteikiant jums svarbios informacijos apie jūsų potencialius klientus (tikslinę rinką) ir jūsų produktų bei paslaugų įgyvendinamumą.

## V. Pitch'ų konkursas

Komandos dalyvauja pitch'ų konkurse, kuriame demonstruoja rezultatus, kuriuos pavyko pasiekti per šiuos mokymus. Pitch'uose demonstruojamos žinios, įgytos mokymų metu, įgytos kompetencijos ir įgūdžiai. Kiekviena komanda per 5 minutes turės pristatyti savo sukurtą verslo modelį. Komandas vertins komisija bei kitos komandos.

## Priedas 14

### Komunikacijos ir rinkodaros planai

#### Komunikacijos planas (žinomumui didinti)

Plano dalys	Priemonės, kurias taikysite	Atsakingi asmenys	Biudžetas
<i>Reklamos projektai</i>			
<i>Viešųjų ryšių projektai</i>			
<i>Renginiai</i>			

#### Rinkodaros planas (pritraukti pirkėjus bei išlaikyti esamus)

Plano dalys	Priemonės, kurias taikysite	Atsakingi asmenys	Biudžetas
<i>Pardavimo skatinimo projektai</i>			
<i>Internetinio marketingo planas</i>			
<i>Tiesioginis marketingas</i>			
<i>Lojalumo programos</i>			
<i>Socialinės akcijos</i>			

# Stacionari, mobili ir e-prekyba

Turinys	Metodas	Priemonės	Laikas
1. Stacionari, mobili ir e-prekyba	Paskaita	Kompiuteris, projektorius, skaidrės	15 min.
2. Prekybos modelio pritaikymas	Grupinis darbas	Konferencinės lentos lapai, rašikliai	20 min.
3. Pristatymai			10 min.
4. Prekių ir paslaugų pritaikymas skirtingiems pardavimo būdams.	Komandinis darbas	Paruošti šablonai	30 min.
5. Aptarimas	Pristatymai		15 min.

## Uždaviniai

- Supažindinti su stacionarios, mobilios ir e-prekybos panašumais ir skirtumais.
- Gebėti pasirinkti tinkamas prekybos formas savo prekei.

## Metodai

Analitinės užduotys, dėstymas, darbas grupėje, pristatymai, refleksija

## Reikalingos priemonės

Kompiuteris, projektorius, konferencinės lentos lapai, markeriai.

## Skirstymo į grupes būdai

Dirba tose pačiose grupėse, kuriose kūrė verslo modelį.

## Trukmė

2 akademinės valandos (90 min.)

### I. Stacionari, mobili ir e-prekyba

Lektorius pristato teorinę dalį iš paskaitos skaidrių

### II. Prekybos modelio pritaikymas

Komandos susipažinę su visai trimis prekybos būdais, analizuoja kaip galėtų įvesti į prekybą savo produktą ar paslaugą, kuris būdas būtų labiausiai tinkamas. Komandos užpildo prieduose esančią lentelę, kurioje identifikuoja skirtingų prekybos būdų plusus ir minusus savo prekei.

### III. Komandos pristato analizės rezultatus

Kitų komandų nariai gali užduoti klausimus, diskutuoti., pasiūlyti alternatyvius sprendimus.

### IV. Produktų ir paslaugų pritaikymas skirtingiems pardavimo būdams

Dalyviai susiskirsto komandomis po 3–4.

Lektorius dalyvių paprašo išsirinkti po 5 skirtingas prekes ir paslaugas.

Tuomet pristatoma užduotis: išanalizuoti, kaip pasirinktas prekes ar paslaugas būdų galima parduoti skirtingais būdais:

- Kokie būtų plusai ir minusai?
- Kaip reikėtų pasiruošti tokiai prekybai?
- Kokių papildomų išteklių reikėtų?

ir pan.

## Priedas 15

Komanda		
Prekė ar paslauga		
Prekybos būdai	Plusai	Minusai
Elektroninė prekyba		
Stacionari prekyba		
Kilnojama prekyba		
Išvados		

## Priedas 16

<b>Komanda</b>			
<b>Prekės</b>	<b>Stacionari prekyba</b>	<b>Mobili prekyba</b>	<b>E-prekyba</b>
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
<b>Paslaugos</b>	<b>Stacionari prekyba</b>	<b>Mobili prekyba</b>	<b>E-prekyba</b>
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

# Verslo formos

Turinys	Metodas	Priemonės	Laikas
1. Verslo formos – panašumai ir skirtumai. Mokesčiai	Paskaita	Kompiuteris, projektorius, skaidrės	30 min.
2. Klausimų–atsakymų sesija	Klausimai ir atsakymai		10 min.
3. Grįžtamasis ryšys	Aptarimas		5 min.

## Uždaviniai

1. Susipažinti su verslo formomis bei taikomais mokesčiais.
2. Išanalizuoti, kokia verslo forma yra tinkamiausia skirtingoms verslo idėjoms.

## Metodai

Dėstymas, pristatymas.

## Reikalingos priemonės

Kompiuteris, projektorius, konferencinė lenta.

## Trukmė

1 akademinė valanda (45 min.)

### I. Verslo formos – panašumai ir skirtumai. Mokesčiai

Lektorius pristato paskaitos teorinę dalį. Aptaria verslo formas, pristato mokestinę sistemą.

### II. Klausimų–atsakymų sesija

Dalyviai užduoda lektoriui klausimus. Jei klausimų nėra – lektorius gali užduoti klausimų dalyviams – kokia jiems verslo forma atrodo patraukliausia ir kodėl? Kokią verslo formą jie rinktųsi savo idėjos įgyvendinimui ir pan.

### III. Grįžtamasis ryšys

Lektorius dalyviams užduoda klausimą: „Vienu žodžiu įvardinkite, ką išsinešate iš šitos paskaitos?“

## Verslo finansavimo šaltiniai

Turinys	Metodas	Priemonės	Laikas
1. Verslo finansavimo šaltiniai	Paskaita	Kompiuteris, projektorius, skaidrės	15 min.
2. Verslo finansavimo šaltinių paieška	Praktinė užduotis	Kompiuteriai, telefonai	20 min.
3. Pristatymai	Aptarimas		10 min.

### Uždaviniai

1. Aptarti kokie yra pagrindiniai verslo finansavimo šaltiniai.
2. Praktiškai ieškoti verslo finansavimo galimybių.

### Metodai

Dėstymas, pristatymas.

### Reikalingos priemonės

Kompiuteris, projektorius, konferencinė lenta.

### Trukmė

1 akademinės valandos (45 min.)

### I. Verslo finansavimo šaltiniai

Lektorius pristato paskaitos teorinę dalį. Aptaria aktualius ir galimus verslo finansavimo šaltinius.

### II. Verslo finansavimo šaltinių paieška

Komandos internete ieško verslo finansavimo šaltinių savo idėjai įgyvendinti. Dalyviai internete įveda raktinius žodžius „verslo finansavimas“, „valstybės parama verslui“, „subsidijos verslui“, „ES parama verslui“ ir pan. Analizuoja informaciją.

### III. Pristatymai

Komandos pristato verslo finansavimo šaltinius, kuriuos pavyko surasti, kokią sumą įmanoma pasiskolinti ir ar tos sumos užtektų verslo idėjai ar plėtrai įgyvendinti.

## Pabaigos žodis

---

Mielas lektoriau,

Linkime sėkmės įgyvendinant verslumo ugdymo programą. Mums labai svarbios Jūsų įžvalgos tobulinant šią mokymo(si) medžiagą. Todėl, visų užsiėmimų metu, prašome ir rekomenduojame žymėtis savo pastebėjimus, pasiūlymus pradedant laiku, kuris skirtas užduotims atlikti, baigiant asmeninėmis įžvalgomis dėl mokymo(si) turinio, dalyvių reakcijų į užduotis, gebėjimą jas atlikti per skirtą laiką, papildomų temų programoje įtraukimą ir panašiai.

Projekto dalyviai savo dienoraštyje turės grįžtamojo ryšio anketą, kurią prašysime užpildyti. Apibendrintus visų dalyvių anketų duomenis tikėtumėmės gauti žemiau nurodytu kontaktu.

Jei eigoje kiltų klausimų– visuomet galite kreiptis į programos kūrėją– Lietuvos Junior Achievement. Pabaigus programos įgyvendinimą labai lauktume Jūsų grįžtamojo ryšio laisva forma, kad galėtume tobulinti mokomąją medžiagą, koreguoti ją papildant ar keičiant užduotis.

Kontaktai: [jurate@lja.lt](mailto:jurate@lja.lt)

LINKIME DIDŽIAUSIOS SĖKMĖS!



Dalyvio dienoraštis

# Verlumo ugdymo programa

# 50+

### **Projekto duomenys**

Europos Sąjungos INTERREG V-A Lietuvos ir Lenkijos bendradarbiavimo programos lėšomis finansuojamas projektas LT-PL-4R-289

### **Projekto pavadinimas**

„Verslo tiltai – išdrįsk žengti pirmą žingsnį“

### **Projekto įgyvendintojai**

Varėnos savivaldybė (Lietuva) ir Elko gmina (Lenkija)

### **Programos rengėjas**

VšĮ „Lietuvos Junior Achievement“

Verslumas suvokiamas, kaip gebėjimas aktyviai ir drąsiai veikiant sukurti ekonominę arba socialinę naujovę ir kūrybiškai ją realizuoti rinkoje pasitelkiant savitą asmens mąstyseną. Verslumo ugdymo(-si) programa parengta taip, kad projekte dalyvaujantys asmenys mokytųsi spręsti socialines, kultūrinės ir ekonominės problemas, būtų skatinami kurti ir įgyvendinti novatoriškas verslo ir/ar socialines idėjas. Programoje realizuojamas integruotas teorinis ir praktinės veiklos studijų turinys, vyrauja projektinis ir patirtinis mokymas(-is). Programa yra daugiasluoksnė, veiklos suplanuotos taip, kad projekto dalyviai įgis ne tik teorinių žinių bei praktinių įgūdžių, tačiau bus ugdomos kompetencijos naudojant įtraukiojo ugdymo metodus per praktines veiklas. Dalyvavimas projekte bei mokymuose pagal parengtą programą ugdys verslumo, iniciatyvumo, kūrybiškumo, lyderystės, komunikavimo kompetencijas.

Verslumo ugdymo programa leis pasiekti bendrus išskeltus projekto tikslus, sumažins regionų atskirtį, sudarys prielaidas užimtumui padidinti ir nedarbui sumažinti.

Verslumo ugdymo programą parengė VšĮ Lietuvos Junior Achievement komanda - verslumo ugdymo lyderiai Lietuvoje.

# Labas, mielas projekto dalyvi,

---

Tavo rankose – dienoraštis, kuris Tau padės pažinti save ir savo aplinką, tobulinti gebėjimus, įgūdžius ir kompetencijas, reikalingus ir kasdienybėje ir verslo pasaulyje.

Dienoraštis suskirstytas į 15 temų, kuriomis vyks mokymai.

Kaskart, prieš prasidedant paskaitai, užpildyk dienoraščio pirmąją lentelę, kurioje tu galėsi pasižymėti ką toje temoje jau žinai ir ko dar norėtum išmokti. Kita dienoraščio dalis, kiekvienoje temoje, skirta užrašams- pasižymėti įdomias mintis ar tai, ką pasakoja lektorius, kai pristato teorinę dalį. O paskutinioji lentelė skirta grįžtamajam ryšiui ir įvertinimui balais: kokios uždotys patiko, kokias reikėtų tobulinti, kokie būtų Tavo pasiūlymai ir panašiai.

Dienoraštyje, prie kiekvienos temos, rasi skyrelį PRIEDAI, kuriame bus sudėta visa paskaitoje reikalinga dalomoji medžiaga, naudingos nuorodos, įvairios schemas, kad būtų paprasčiau ir lengviau atlikti užduotis.

Nagrindėdamas įvairias temas, Tu suprasi, kas yra verslumas ir kodėl svarbu nuolat atnaujinti savo žinias ir gebėjimus. Susipažinsi su mokymosi būdų ir metodų įvairove, svarstysi, kaip juos galėtum pritaikyti praktikoje.

Tikimės tai paskatins Tave drąsiai žengti į verslo pasaulį ir jį užkariauti!

# Turinys

---

Programos anotacija	1
Įvadas	2
<b>Vertybės versle ir karjeroje</b>	4
<b>Socialinis verslas ir socialinė atsakomybė</b>	7
<b>Ar aš esu verslus (-i)?</b>	11
<b>Motyvacija ir savimotyvacija</b>	16
<b>Kūrybiškumas</b>	20
<b>Komandinis darbas</b>	23
<b>Lyderystė</b>	28
<b>Laiko planavimas</b>	33
<b>Verslo idėjos generavimas ir dizaino mąstymo metodika</b>	39
<b>Verslo planas</b>	45
<b>Canvas verslo drobė ir kliento poreikiai</b>	51
<b>Komunikacija ir rinkodara</b>	59
<b>Stacionari, mobili ir e-prekyba</b>	63
<b>Verslo formos</b>	68
<b>Verslo finansiniai šaltiniai</b>	71
Pabaigos žodis	74

# Vertybės versle ir karjeroje

## Uždaviniai

1. Supažindinti su vertybės sąvoka bei priminti vertybių svarbą šiuolaikiniame pasaulyje
2. Padėti suvokti vertybių pažinimo svarbą priimant sprendimus
3. Aptarti veiklas bei skatinti suteikti grįžtamąjį ryšį

## Trukmė

1 akademinė valanda (45 min.)

## Paskaitos planas

1. Susipažinimas. Projekto bei veiklų pristatymas
2. Vertybės
3. Vertybės versle ir karjeroje
4. Aptarimas ir refleksija

**1. Prieš užsiėmimą** užpildykite lentelę.

Ką aš žinau apie vertybes?

Ko aš tikiuosi iš šios paskaitos?



### 3. Grįžtamasis ryšys ir vertinimas.

Klausimai	Grįžtamasis ryšys	Vertinimas (10-puikiai, 1- labai blogai)
Ką naujo šiandien sužinojau?		
Kokios veiklos man labiausiai patiko ir kodėl?		
Kokias veiklas reikėtų tobulinti ir kaip?		
Mano įsitraukimas į veiklas (kokiose veiklose aš dalyvavau? Į kiek veiklų aš neįsitraukiau ir kokios to priežastys? Ar buvau aktyvus klausytojas/ dalyvis? Ir pan.)		

# Socialinis verslas ir socialinė atsakomybė

## Uždaviniai

1. Supažindinti su socialinio verslo ir socialinės atsakomybės sąvokomis
2. Aptarti socialinio verslo ir socialinės atsakomybės poveikį
3. Per praktinę veiklą skatinti suprasti socialinio verslo kūrimo specifiką

## Trukmė

2 akademinė valanda (90 min.)

## Paskaitos planas

1. Socialinė atsakomybė. Socialinis verslas
2. Kūrybinė užduotis „Kuriame socialinį verslą“
3. Idėjos tikrinimas
4. Socialinio verslo idėjų pristatymas
5. Apibendrinimas. Išvados

### 1. Prieš užsiėmimą užpildykite lentelę.

Ką aš žinau apie socialinį verslą ir socialinę atsakomybę?

Ko aš tikiuosi iš šios paskaitos?



### 3. Grįžtamasis ryšys ir vertinimas.

Klausimai	Grįžtamasis ryšys	Vertinimas (10-puikiai, 1- labai blogai)
Ką naujo šiandien sužinojau?		
Kokios veiklos man labiausiai patiko ir kodėl?		
Kokias veiklas reikėtų tobulinti ir kaip?		
Mano įsitraukimas į veiklas (kokiose veiklose aš dalyvavau? Į kiek veiklų aš neįsitraukiau ir kokios to priežastys? Ar buvau aktyvus klausytojas/ dalyvis? Ir pan.)		

## Priedas 1

### Komanda:

Problema, kurią spręsite	<i>Aprašykite socialinę, aktualią problemą, kurią spręsite kurdami socialinį verslą.</i>	
Tikslinė grupė, klientai	<i>Klientų grupės, kurias norite pasiekti. Kokiam asmeniui ar asmenų grupei kuriate vertę? Kokie klientai yra svarbiausi? Ypatybės: masinis produktas; nišinis produktas; specialūs poreikiai ir pan.</i>	
Kuriamas produktas / paslauga	<i>Tai siūlomos paslaugos ar produktai, kuriantys vertę klientui. Vertės pasiūlymas yra priežastis, kodėl klientas renkasi šią įmonę, o ne kitą. Kokią vertę suteikiu savo klientui? Kokią kliento problemą ar dilemą sprendžiu? Ypatybės: naujovė; individualumas; dizainas; išlaidų mažinimas; rizikos mažinimas; pasiekiamumas; patogumas ir pan.</i>	
Darbuotojai	<i>Kas bus Jūsų darbuotojai? Kokiomis savybėmis jie pasižymi? Kokį atlyginimą jie gaus?</i>	
Pajamos	<i>Pinigai, kuriuos klientas mokės už produktą/paslaugą. Kiek ir iš ko uždirbsiu? Kaip pajamos iš šios veiklos prisidės prie bendrų pajamų (jei pajamos gaunamos iš įvairių šaltinių)? Apmokėjimo už gautą vertę tipai: produkto / paslaugos pardavimas; naudojimosi / metinis / aptarnavimo mokestis; reklama ir pan.</i>	
Pokytis, kurio sieksite	<i>Įvardinkite pamatuojamą rezultatą, kurio sieksite socialinio verslo pagalba. Kaip pasikeis situacija, dėl kurios ir pradėjote verslą, norėdami ją išspręsti.</i>	

# Ar aš esu verslus(-i)?

## Uždaviniai

1. Skatinti dalyvius labiau pasitikėti savimi
2. Padėti identifikuoti savo savybes, kurias jie turi ir kurios gali būti naudingos versle
3. Skatinti diskutuoti apie savybes, kurias turėtų turėti sėkmingas verslininkas

## Paskaitos planas

1. Tvarumas ir jo svarba kasdieniniame gyvenime ir versle
2. Rekomendacijos verslui
3. Apibendrinimas

## Trukmė

2 akademinės valandos (90 min.)

**1. Prieš užsiėmimą** užpildykite lentelę.

Ką aš žinau apie tvarumą ir tvarų verslą?

Ko aš tikiuosi iš šios paskaitos?



### 3. Grįžtamasis ryšys ir vertinimas.

#### Vertinimas

(10-puikiai,  
1- labai blogai)

Klausimai	Grįžtamasis ryšys	Vertinimas
Ką naujo šiandien sužinojau?		
Kokios veiklos man labiausiai patiko ir kodėl?		
Kokias veiklas reikėtų tobulinti ir kaip?		
Mano įsitraukimas į veiklas (kokiose veiklose aš dalyvavau? Į kiek veiklų aš neįsitraukiau ir kokios to priežastys? Ar buvau aktyvus klausytojas/ dalyvis? Ir pan.)		



# Aš esu verslus(-i)!

## Asmeninės savybės



## Lyderio savybės



## Darbui komandoje reikalingos savybės



## Vertybės



# Motyvacija ir savimotyvacija

## Uždaviniai

1. Aptarti kuo svarbi motyvacija ir savimotyvacija
2. Ugdyti motyvaciją ir savimotyvaciją
3. Padėti įsisąmoninti savo asmenybę ir jos augimo galimybes
4. Aptarti veiklas bei skatinti suteikti grįžtamąjį ryšį

## Trukmė

1 akademinė valanda (45 min.)

## Paskaitos planas

1. Motyvacija. Savimotyvacija
2. Savęs pažinimo užduotis „Motyvacija - demotyvacija“
3. Rekomendacijos
4. Rekomendacijų aptarimas
5. Kaip save motyvuoti?
6. Atliktų užduočių aptarimas

### 1. Prieš užsiėmimą užpildykite lentelę.

Ką aš žinau apie verslumą ir verslumo kompetenciją?

Ko aš tikiuosi iš šios paskaitos?



### 3. Grįžtamasis ryšys ir vertinimas.

Klausimai	Grįžtamasis ryšys	Vertinimas (10-puikiai, 1- labai blogai)
Ką naujo šiandien sužinojau?		
Kokios veiklos man labiausiai patiko ir kodėl?		
Kokias veiklas reikėtų tobulinti ir kaip?		
Mano įsitraukimas į veiklas (kokiose veiklose aš dalyvavau? Į kiek veiklų aš neįsitraukiau ir kokios to priežastys? Ar buvau aktyvus klausytojas/ dalyvis? Ir pan.)		



# Kūrybiškumas

## Uždaviniai

1. Supažindinti su kūrybiškumo sąvoka
2. Ugdyti kūrybiškumą, skatinant užduotis atlikti kūrybiškai
3. Aptarti veiklas bei skatinti suteikti grįžtamąjį ryšį

## Paskaitos planas

1. Kas yra kūrybiškumas?
2. Kūrybinė užduotis „Neįtikėtinos istorijos“
3. Kūrybinė užduotis „Taškas“
4. Aptarimas ir refleksija

## Trukmė

2 akademinės valandos (90 min.)

**1. Prieš užsiėmimą** užpildykite lentelę.

Ar aš esu verslus? Kaip galėčiau argumentuotai pagrįsti savo nuomonę? Kokie faktai įrodo, kad mano teiginiai yra tiesa?

Ko aš tikiusi iš šios paskaitos?



### 3. Grįžtamasis ryšys ir vertinimas.

#### Vertinimas

(10-puikiai,  
1- labai blogai)

Klausimai	Grįžtamasis ryšys	
Ką naujo šiandien sužinojau?		
Kokios veiklos man labiausiai patiko ir kodėl?		
Kokias veiklas reikėtų tobulinti ir kaip?		
Mano įsitraukimas į veiklas (kokiose veiklose aš dalyvavau? Į kiek veiklų aš neįsitraukiau ir kokios to priežastys? Ar buvau aktyvus klausytojas/ dalyvis? Ir pan.)		

# Komandinis darbas

## Uždaviniai

1. Pristatyti komandinio darbo sampratą bei esmines charakteristikas
2. Išskirti efektyvus ir neefektyvus komandinio darbo veiksnius
3. Įvertinti komandinio darbo svarbą atliekant kūrybinę užduotį, identifikuoti stipriąsias bei tobulintinas puses

## Paskaitos planas

1. Temos pristatymas
2. Komandinio darbo požymių identifikavimas
3. Skraidančio aparato gamyba
4. Refleksija

## Trukmė

2 akademinės valandos (90 min.)

**1. Prieš užsiėmimą** užpildykite lentelę.

Ką aš žinau apie motyvaciją ir savimotyvaciją? Su kuo man tai asocijuojasi?

Ko aš tikiuosi iš šios paskaitos?



### 3. Grįžtamasis ryšys ir vertinimas.

Klausimai	Grįžtamasis ryšys	Vertinimas (10-puikiai, 1- labai blogai)
Ką naujo šiandien sužinojau?		
Kokios veiklos man labiausiai patiko ir kodėl?		
Kokias veiklas reikėtų tobulinti ir kaip?		
Mano įsitraukimas į veiklas (kokiose veiklose aš dalyvavau? Į kiek veiklų aš neįsitraukiau ir kokios to priežastys? Ar buvau aktyvus klausytojas/ dalyvis? Ir pan.)		



## Priedas 5

### Vertinimo kriterijų lentelė

#### Komandos pavadinimas:

Kriterijai	Galimi balai	Komandos balai
Aparatas skrenda	30	
Gamybai panaudotos bent 6 skirtingos priemonės	15	
Aparatas nuskrido daugiau nei 3 m	20	
Komanda įvardija 5 aplinkybes, kurios padėjo komandoje siekti rezultato	15	
Komanda įvardija 3 aplinkybes, kurias reikėtų tobulinti komandoje	15	
Komanda įvardija kur tokį aparatą būtų galima pritaikyti	20	
Aparatas yra dekoruotas, papuoštas	10	
	<b>Viso balų:</b>	

# Lyderystė

## Uždaviniai

1. Padėti dalyviams suprasti, kas jiems asmeniškai yra lyderystė.
2. Įsivardinti svarbiausiais lyderio savybes.
3. Išgryninti, pastiprinti asmenines savybes ir gebėti tikslingiau panaudoti tai komunikacijoje su skirtingomis asmenybėmis.

## Trukmė

2 akademinės valandos (90 min.)

## Paskaitos planas

1. Lyderystė
2. Lyderystės apraiškos
3. Refleksija
4. Lyderystė komandoje
5. Refleksija

### 1. Prieš užsiėmimą užpildykite lentelę.

Ką aš žinau apie kūrybiškumą? Ar aš galėčiau save pavadinti kūrybingu?  
Kokie faktai įrodo, jog aš esu teisingas?

Ko aš tikiuosi iš šios paskaitos?



### 3. Grįžtamasis ryšys ir vertinimas.

Klausimai	Grįžtamasis ryšys	Vertinimas (10-puikiai, 1- labai blogai)
Ką naujo šiandien sužinojau?		
Kokios veiklos man labiausiai patiko ir kodėl?		
Kokias veiklas reikėtų tobulinti ir kaip?		
Mano įsitraukimas į veiklas (kokiose veiklose aš dalyvavau? Į kiek veiklų aš neįsitraukiau ir kokios to priežastys? Ar buvau aktyvus klausytojas/ dalyvis? Ir pan.)		



## Tylenis

Jūs esate gabus, savo srities profesionalas, tačiau nedirstate išsakyti savo nuomonės, todėl dažniausiai tylite. Jus sunku prakalbinti, Jūs su viskuo sutinkate, nors viduje suprantate, kad kiti žino ir geba mažiau ir Jūsų nuomonę palengvintų procesus.

## Laikrodininkas

Jums svarbiausia, kad komandoje viskas vyktų taip, kaip suplanuota. Nuolat sekate laiką ir kas kelias minutės primenate, kad turite viską suspėti padaryti laiku. Įvardijate kiek laiko komandai dar liko atlikti užduotį.

## Aktyvistas

Jūs nesate visų sričių žinovas, tačiau Jums atrodo, kad Jūs viską galite. Visuomet siūlotės viską padaryti, nuolat reiškiate savo nuomonę, kartais kalbate visiškai ne į temą. Pastebite, kad kiti vengia su jumis bendrauti, nes aplink užgožiate visus.

## Vadovas

Jūs esate komandos vadovas. Siekiate savo tikslų visais įmanomais būdais. Nurodinėjate įsakmiu tonu, ką kas turi padaryti, kas už ką turi prisiimti atsakomybę ir pan. Jums nelabai rūpi kitų nuomonė, svarbiausia, kad Jūsų iškelti tikslai turi būti pasiekti.

## Lyderis

Jūs esate lyderis, kuris linkęs išklausyti kiekvieno nuomonės, skatinti ją išsakyti. Jums svarbiausia, kad visi komandos nariai būtų lygiaverčiai ir pateiktų savo poziciją analizuojamu klausimu. Esate linkęs padrąsinti, paskatinti, spręsti klančius nesutarimus.

## Inovatorius

Jums svarbiausia kuo įdomesnis sprendimo būdas, nesigilinate ar jis padės pasiekti išskeltų tikslų. „Kuo neįprasčiau, kuo įdomiau, kuo labiau stebinančiau“ - Jūsų gyvenimo moto! Siūlote įvairiausias „crazy“ idėjas.

## Patarėjas

Jūs visiems stengiatės patarti: ką kas turėtų sakyti, ką kas turėtų daryti, kaip reikėtų elgtis ir pan. Svarbiausia Jums, kad būtumėte pastebėtas, nes galvojate, kad žinote daugiausiai ir turite teisę visiems „kišti“ savo nuomonę.

## Kontrolierius

Jūs stengiatės visus ir viską kontroliuoti. Klausiate dažniausiai nesusijusių klausimų, kurie yra skirti žmonių kontrolei palaikyti. Jūsų pagrindinis tikslas viską apie visus žinoti: kur kas buvo, kas už ką atsakingas, kodėl pasakė vienaip ar kitaip. Mėgstate apkalbėti.

## Nelaimingasis

Jūs esate viskuo nepatenkintas: Jums nepatinka ši komanda, jums nepatinka užduotys, kurias turite atlikti, jus erzina viskas palink. Jūs pastoviai blogos nuotaikos. Jūsų mėgstamiausia frazė - „Kas čia per nesąmonė, vis tiek nieko gero neišeis“.

# Laiko planavimas

## Uždaviniai

1. Savianalizės pagalba padėti suprasti laiko planavimo ir valdymo reikšmę savo tikslų siekimiui.
2. Gebėti prioretizuoti užduotis bei veiklas pagal Eizenhauerio metodą.
3. Aptarti veiklas bei skatinti suteikti grįžtamąjį ryšį.

## Trukmė

2 akademinės valandos (90 min.)

## Paskaitos planas

1. Filmuko peržiūra bei aptarimas
2. Laiko planavimo aspektai
3. Aptarimas ir refleksija
4. Individuali užduotis „Laiko planavimas“
5. Minčių žemėlapis „Verslo kūrimas“
6. Refleksija

### 1. Prieš užsiėmimą užpildykite lentelę.

Su kuo man asocijuojasi komandinis darbas? Ką aš svarbaus žinau apie komandinį darbą?

Ko aš tikiuosi iš šios paskaitos?



### 3. Grįžtamasis ryšys ir vertinimas.

Klausimai	Grįžtamasis ryšys	Vertinimas (10-puikiai, 1- labai blogai)
Ką naujo šiandien sužinojau?		
Kokios veiklos man labiausiai patiko ir kodėl?		
Kokias veiklas reikėtų tobulinti ir kaip?		
Mano įsitraukimas į veiklas (kokiose veiklose aš dalyvavau? Į kiek veiklų aš neįsitraukiau ir kokios to priežastys? Ar buvau aktyvus klausytojas/ dalyvis? Ir pan.)		

## Priedas 7

### Prioritetų lentelė

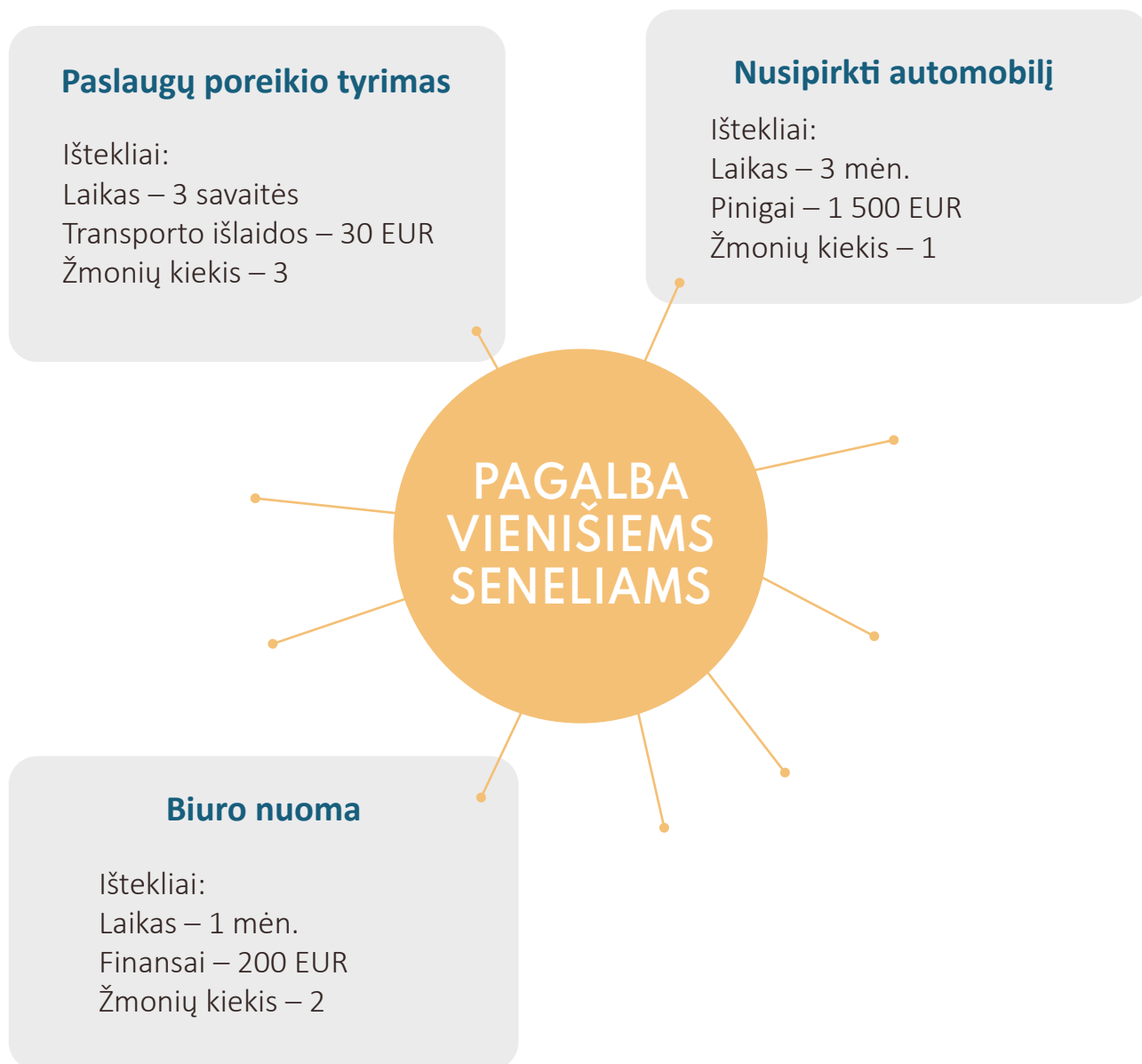
	<b>Prieš filmuko peržiūrą</b> Kaip elgiuosi įprastai	<b>Po filmuko peržiūros</b> Kaip norėčiau paskirstyti savo laiką
Daugiausia laiko skiriu:		<b>Akmenys:</b>
Mažiau laiko skiriu:		<b>Maži akmenukai:</b>
Mažai savo laiko skiriu:		<b>Smėlis:</b>
Mažiausiai laiko skiriu:		<b>Vanduo:</b>

## Priedas 8

Laiko planavimo lentelė pagal Eizenhauerį.

	SKUBU	NESKUBU
SVARBU	1.	1.
	2.	2.
	3.	3.
	4.	4.
	5.	5.
NESVARBU	1.	1.
	2.	2.
	3.	3.
	4.	4.
	5.	5.

## Minčių žemėlapis pavyzdys



# Verslo idėjos generavimas ir dizaino mąstymo metodika

## Uždaviniai

1. Susipažinti su dizaino mąstymo metodika
2. Išmokti praktiškai taikyti dizaino mąstymo metodiką ir IBM modelį identifikuojant problemą bei ieškant sprendimo būdų
3. Gebėti analizuoti mokslinius straipsnius ir surinkti įrodymus, pagrįstus mokslu

## Trukmė

3 akademinės valandos (135 min.)

## Paskaitos planas

1. Kaip generuojama verslo idėja?
2. Problemų identifikavimo dirbtuvės
3. Dizaino mąstymo metodika
4. Problemos identifikavimas, taikant IBM modelį
5. Refleksija
6. IBM modelio taikymas, ieškant sprendimų
7. IBM modelio pristatymas

### 1. Prieš užsiėmimą užpildykite lentelę.

Ką aš žinau apie lyderystę? Su kuo man asocijuojasi lyderis? Ar aš galiu save pavadinti lyderiu?

Ko aš tikiuosi iš šios paskaitos?

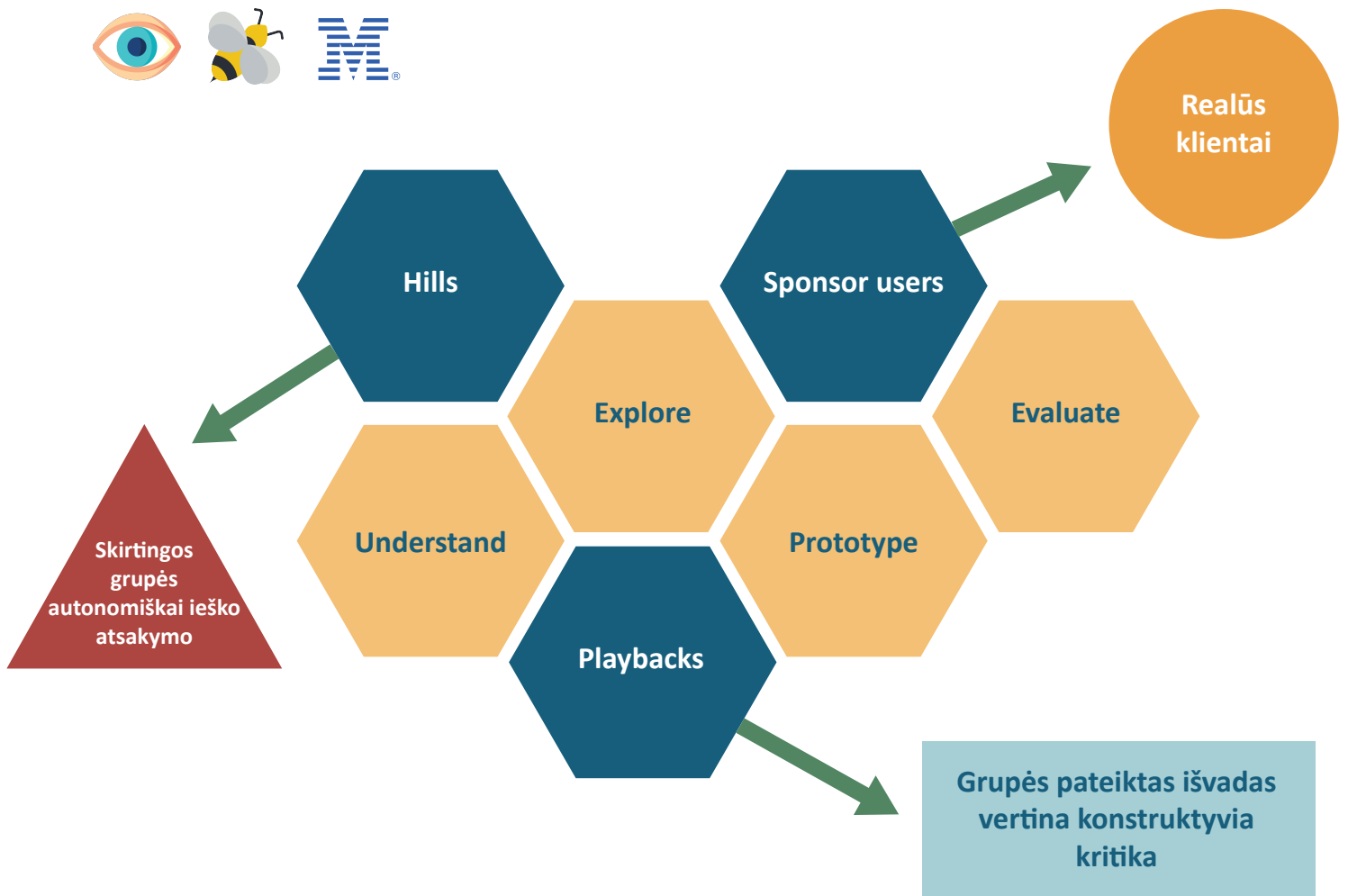


### 3. Grįžtamasis ryšys ir vertinimas.

Klausimai	Grįžtamasis ryšys	Vertinimas (10-puikiai, 1- labai blogai)
Ką naujo šiandien sužinojau?		
Kokios veiklos man labiausiai patiko ir kodėl?		
Kokias veiklas reikėtų tobulinti ir kaip?		
Mano įsitraukimas į veiklas (kokiose veiklose aš dalyvavau? Į kiek veiklų aš neįsitraukiau ir kokios to priežastys? Ar buvau aktyvus klausytojas/ dalyvis? Ir pan.)		

## Priedas 9

### IBM Modelis



## Priedas 10

### Problemos sprendimo būdų lentelė

Komandos pavadinimas:

Identifikuota problema:

#### Sprendimai

Sprendimo būdas	Kaip tai padarysite?	Ko jums reikėtų, kad galėtumėte tai padaryti?	Rezultatas

## Problemos sprendimo būdų lentelės pildymo pavyzdys

**Komandos pavadinimas:** Komanda 1

Identifikuota problema: Mokykloje nerušiuojamos atliekos

### Sprendimai

Sprendimo būdas	Kaip tai padarysite?	Ko jums reikėtų, kad galėtumėte tai padaryti?	Rezultatas
1. Pastatyti mokykloje atskiras šiukšliadėžes	Suburti bendraminčių komandą.	Paskelbti mokykloje apie iniciatyvą ir pakviesti prisijungti visus norinčius. Suorganizuoti organizacinės grupės susirinkimą Pasidaryti veiksmų planą Pasiskirstyti atsakomybėmis	95 proc. atliekų yra surušiuojama Dalyviai tampa motyvuoti kurti pokytį Atsiranda glaudesnis santykis su mokyklos administracija Dalyviai ugdomi verslumo kompetencijas
	Išdiskutuoti problemą su mokinių taryba		
	Inicijuoti susitikimą su mokyklos administracija		
	Ieškoti finansavimo galimybių		
2. Šviesti mokinius apie rušavimo svarbą			
3. Paskelbti konkursą „Atsakingiausia klasė“			

# Verslo planas

## Uždaviniai

1. Supažindinti su verslo plano rašymo pagrindinėmis dalimis.
2. Skatinti kritiškai mąstyti.

## Trukmė

2 akademinės valandos (90 min.)

## Paskaitos planas

1. Kas yra verslo planas?
2. Verslo planas - ką jau turime?
3. Verslo plano rašymas

### 1. **Prieš užsiėmimą** užpildykite lentelę.

Kaip man sekasi planuoti savo laiką? Ką aš žinau apie laiko planavimo principus? Kodėl laiko planavimas yra svarbus?

Ko aš tikiuosi iš šios paskaitos?



### 3. Grįžtamasis ryšys ir vertinimas.

Klausimai	Grįžtamasis ryšys	Vertinimas (10-puikiai, 1- labai blogai)
Ką naujo šiandien sužinojau?		
Kokios veiklos man labiausiai patiko ir kodėl?		
Kokias veiklas reikėtų tobulinti ir kaip?		
Mano įsitraukimas į veiklas (kokiose veiklose aš dalyvavau? Į kiek veiklų aš neįsitraukiau ir kokios to priežastys? Ar buvau aktyvus klausytojas/ dalyvis? Ir pan.)		

## Priedas 11

### Verslo planas

Filmuko peržiūra:

<https://www.youtube.com/watch?v=ZEMbKzy7FD8>

**Komandos nariai:**

---

**Įmonės pavadinimas:**

---

**Misija:**

---

**Vizija:**

---

**Vertybės:**

---

**Jūsų įmonės istorija:**

---

**Kokią problemą sprendžiate? Kokią žinutę norite perduoti savo klientams?**

---

**Aprašykite Jūsų kuriamą produktą ar paslaugą.**

---

**Kas yra Jūsų konkurentai? Kiek jų yra rinkoje, į kurią taikotės? Kodėl klientas rinksis Jus?**

---

**Kas yra Jūsų klientai? Aprašykite potencialaus kliento paveikslą.**

---

**Su kokiomis kliūtimis galite susidurti žengdami į rinką? Kaip tai spręsite?**

Problema	Sprendimo būdai

**Produkto/ paslaugos savikaina. Suskaičiuokite, kas sudarys Jūsų kuriamo produkto/paslaugos savikainą.**

Dedamosios dalys	Suma
Viso (1 vieneto savikaina):	

**Kokia bus produkto kaina pirkėjui? Pagrįskite skaičiavimais. Kiek procentų galutinės kainos sudaro antkainis?**

**Kiek lėšų reikės verslo pradžiai. Pagrįskite skaičiavimais. Iš kur planuojate gauti investicijas? Kaip ir per kokį laikotarpį jas grąžinsite?**

**Kaip pasieksite savo klientą? Kaip jis apie Jus sužinos?**

**Kokios pardavimų apimtys sieksite? Kiek turite parduoti, kad verslas būtų pelningas? Paskaičiuokite.**

**Kaip bus valdoma Jūsų įmonė? Kiek žmonių planuojate įdarbinti ir kokiose pareigybėse?**

**Kita, investuotojams svarbi informacija**

## Priedas 12

---

**Apžvalga**

---

**Žinutė**

---

**Rinkodara ir pardavimai**

---

**Produktas/paslauga**

---

**Gamyba ir pristatymas**

---

**Tikslai, kurių siekiate**

---

# Canvas verslo drobė ir kliento poreikiai

## Uždaviniai

1. Supažindinti su Canvas klientų poreikių verslo drobėmis.
2. Ugdyti analitinį mąstymą.
3. Skatinti suteikti grįžtamąjį ryšį.

## Trukmė

3 akademinės valandos (135 min.)

## Paskaitos planas

1. Canvas verslo modelio pristatymas
2. Canvas drobės pildymas
3. Kliento poreikių drobė
4. Komandų darbų pristatymas
5. Refleksija

### 1. Prieš užsiėmimą užpildykite lentelę.

Ką aš žinau apie dizaino mąstymo metodiką? Kuo ji man galėtų būti naudinga? Kur esu apie ją girdėjęs?

Ko aš tikiuosi iš šios paskaitos?

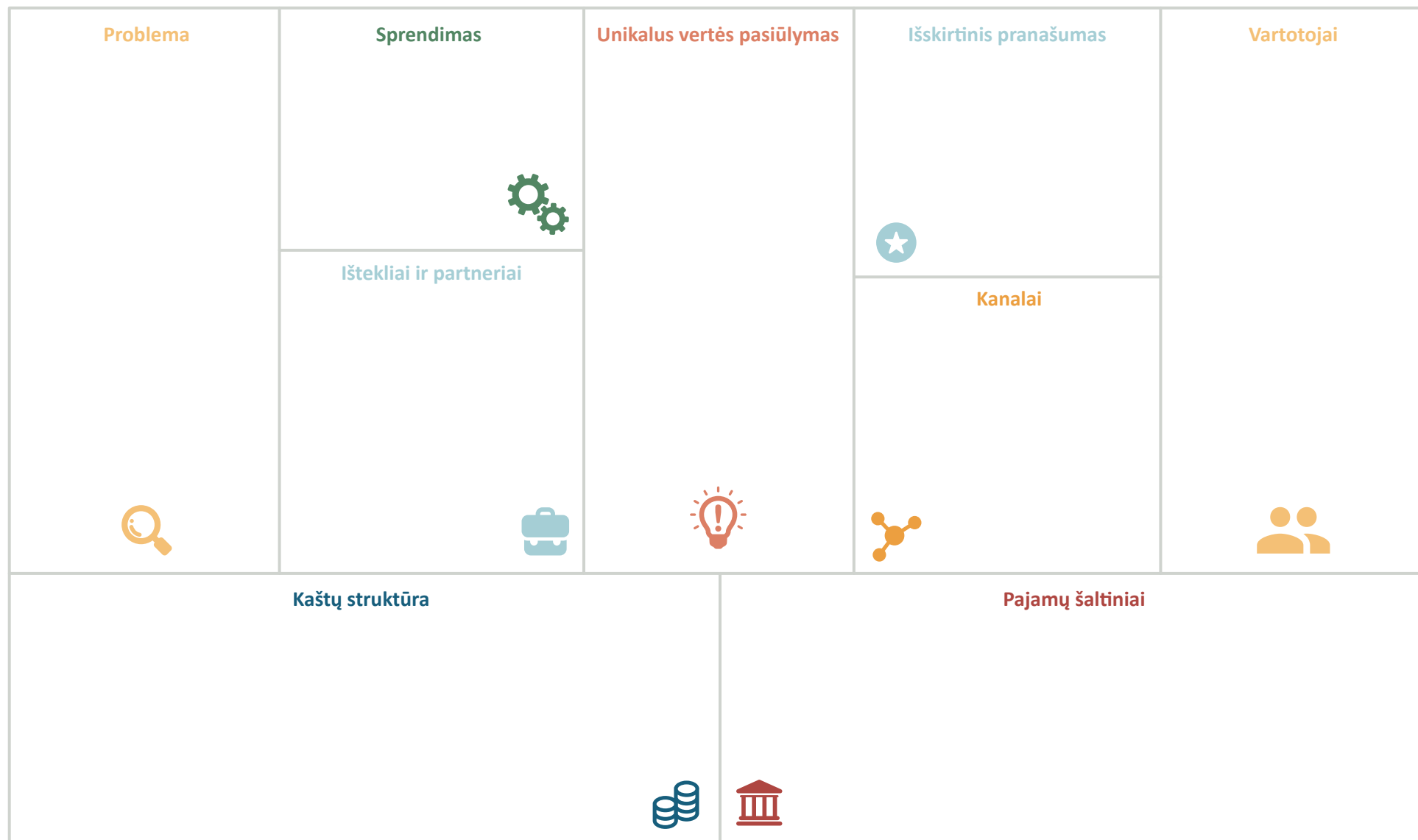


### 3. Grįžtamasis ryšys ir vertinimas.

Klausimai	Grįžtamasis ryšys	Vertinimas (10-puikiai, 1- labai blogai)
Ką naujo šiandien sužinojau?		
Kokios veiklos man labiausiai patiko ir kodėl?		
Kokias veiklas reikėtų tobulinti ir kaip?		
Mano įsitraukimas į veiklas (kokiose veiklose aš dalyvavau? Į kiek veiklų aš neįsitraukiau ir kokios to priežastys? Ar buvau aktyvus klausytojas/ dalyvis? Ir pan.)		

## Priedas 13

### Canvas verslo drobė



## Pagalbiniai klausimai, skirti Canvas drobei pildyti





1. Vartotojai – kokiems vartotojams jūs norite išspręsti problemą? Gali būti keli vartotojų segmentai. Trumpai juos apibūdinkite.
2. Problema – Jūsų pagrindinė sprendžiama problema (turėtų būti pagrįsta įrodymais (angl. evidence-based) – FAKTAIS, RINKOS TYRIMAIS, ATLIKTASKELIŲ VARTOTOJŲ INTERVIU). Parašykite, kaip dabar tą problemą sprendžia vartotojai?
3. Sprendimas – ką siūlote –1-2 sakiniai, kaip jūs spręsite vartotojų problemą.
4. Pajamų šaltiniai – iš ko uždirbsite? Kaip uždirbsite?
5. Kanalai – kaip vartotojai sužinos apie Jūsų genialų sprendimą?
6. Išteklių ir partneriai – kokius išteklius jau turite idėjos realizavimui? Kokius išteklių dar trūksta idėjos realizavimui? Kokius partnerius reikėtų pritraukti?
7. Išskirtinis pranašumas – kuo Jūs kitokie nei rinkos alternatyvos / konkurentai? Kodėl tai bus sunkiai nukopijuojama?
8. Kaštų struktūra – iš ko susidės Jūsų išlaidos? Kiek preliminariai kainuos įgyvendinti idėją? Iš ko uždirbsite? Kaip uždirbsite?
9. Unikalus vertės pasiūlymas – vienas sakinyš trumpai apibūdinantis jūsų kuriamą vertę vartotojams (turi būti įsimenama ir aišku).

## Klientų poreikių (empatijos) žemėlapis:

1. **Su kuo** mes bandome susitapatinti? Kas yra tas žmogus, su kuriuo mes bandome susitapatinti? Kokioje situacijoje jis gyvena? Koks jo vaidmuo toje situacijoje?
2. **Ko** jis norėtų, kad mes padarytume? Ką jis nori padaryti kitaip? Kokias problemas jis norėtų išspręsti? Kokius sprendimus jis turi priimti? Kaip mes žinome, kad jis yra sėkmingas?
3. **Ką** jis mato? Ką jis mato rinkoje? Ką jis mato savo artimoje aplinkoje? Kaip jam atrodo ką kiti kalba ir daro? Ką jis skaito ir ką jis stebi per mediją?
4. **Ką** jis kalba? Kaip mums atrodo, ką jis galėtų kalbėti? Ką jis iš tiesų kalba?
5. **Ką** jis veikia? Ką jis šiandien galėtų veikti? Kokį jo elgesį mes matome dažniausiai? Jei įsivaizduotume- ką jis galėtų veikti?
6. **Ką** jis girdi? Ką jis girdi iš kitų? Ką jis girdi iš draugų? Ką jis girdi iš kolegų? Ką jis girdi iš nepažįstamų?
7. **Ką** jis galvoja ir ką jaučia? Kokie yra jo „skauduliai“ – ko jis bijo, dėl ko jis nervinasi, kas jam gyvenime trukdo? Kokie jo poreikiai- apie ką jis svajoja, ko tikisi, ko jam reikėtų?
8. **Kokios** kitos mintys bei jausmai galėtų jį gyvenime motyvuoti?

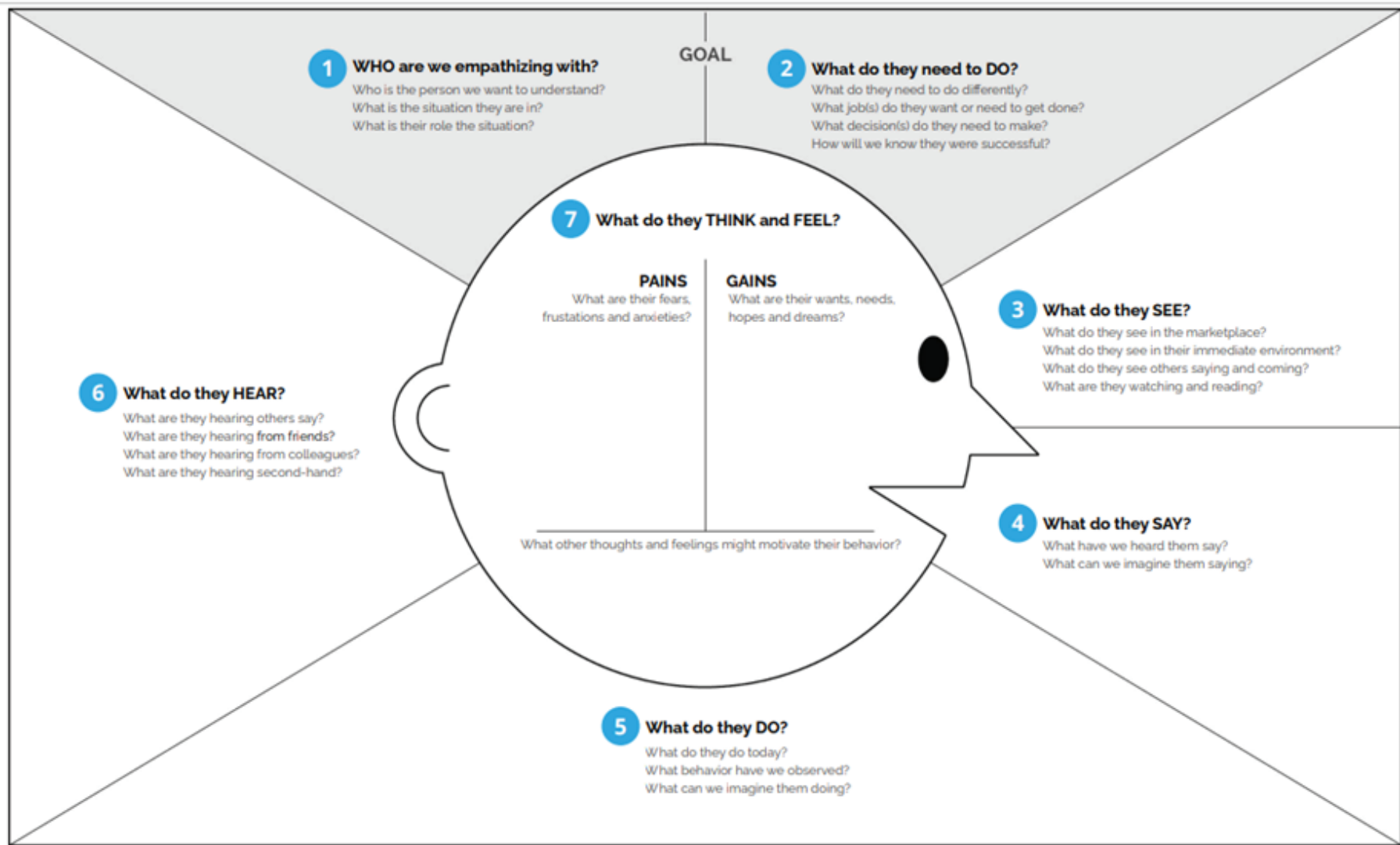
## Verslo drobės pildymo pavyzdys 2

Produktas: **HealthyBell**

<p><b>Problema</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Dabartinis skrandžio žiedas nemotyvuoja viršsvorio turinčius žmones mesti svorį, kadangi rezultatai matomi po ilgesnio laiko;</li> <li>Komplikacijos (maisto atpylimas, skrandžio erozija, stemplės išsiplėtimas);</li> <li>Nepatogus metodas pacientų svorio priežiūrai.</li> </ol> <p><b>Jau esančios alternatyvos</b></p> <p>Skrandžio apylankos operacija; skrandžio apjuosimo operacija; skrandžio išilginio vamzdelio suformavimo operacija; skrandžio plikacijos operacija.</p>	<p><b>Sprendimas</b></p> <p>Skrandžio žiedas su jutikliu, kuris matuoja skrandžio tūrį, perduoda duomenis klientui bei gydymo įstaigoms, saugo duomenis duomenų bazėje tolesnei analizei.</p>	<p><b>Unikalūs vertės pasiūlymas</b></p> <p>Inovatyvus; paprastas naudoti; portabilus; ilgaamžiškas; garantuotas savarankiškas gyvenimas; tikslūs skrandžio tūrio išmatavimai</p> 	<p><b>Išskirtinis pranašumas</b></p> <p>Įrenginys, kuris neturi alternatyvų; paprastas programinės įrangos dizainas supaprastina naudojimą ir svorio priežiūrą; gydytojų informavimas</p>	<p><b>Vartotojai</b></p> <p>Gydymo įstaigos, kuriose atliekamos svorio mažinimo operacijos.</p> 
<p><b>Kaštų struktūra</b></p> <p>App'so ir svetainės sukūrimas: 15 000 €                  Programinės įrangos priežiūra ir atnaujinimas: 500 €/mėn.                  Reklama: 500 €/mėn.                  Įrangos nuoma (išperkamoji): 1 000 €/mėn.                  Patalpų nuoma: 300 €/mėn.                  Darbuotojų atlyginimai: 10 000 €/mėn.                  Medicininių tyrimų atlikimas: 10 000 €                  Gaminio elementai: 500 €                  Įrenginio pardavimo kaina: 1 500-2 000 €</p> 		<p><b>Pajamų šaltiniai</b></p> <p>Produkto pardavimai; Valstybės ir organizacijų parama; investicijos;</p> <p>Pelno marža: pradžioje 7% ; siekiamybė 15%</p> 		

## Verslo drobės pildymo pavyzdys 2





# Komunikacija ir rinkodara

## Uždaviniai

1. Supažindinti su komunikacijos ir rinkodaros svarba, kuriant verslą.
2. Atliekant kūrybines užduotis, identifikuoti didžiausias komunikacijos klaidas.
3. Pristatyti sukurtą verslo modelį konkurse.

## Trukmė

3 akademinės valandos (135 min.)

## Paskaitos planas

1. Komunikacija ir rinkodara
2. Komunikacijos svarba bendravime
3. Refleksija
4. Komunikacijos ir rinkodaros plano kūrimas
5. Pitch'ai (konkursas)
6. Aptarimas

### 1. Prieš užsiėmimą užpildykite lentelę.

Ką aš žinau apie verslo idėjos generavimą? Ar kada nors teko generuoti kokią nors idėją? Ar aš svajoju apie savo verslą? Kokį verslą norėčiau vystyti?

Ko aš tikiuosi iš šios paskaitos?



### 3. Grįžtamasis ryšys ir vertinimas.

Klausimai	Grįžtamasis ryšys	Vertinimas (10-puikiai, 1- labai blogai)
Ką naujo šiandien sužinojau?		
Kokios veiklos man labiausiai patiko ir kodėl?		
Kokias veiklas reikėtų tobulinti ir kaip?		
Mano įsitraukimas į veiklas (kokiose veiklose aš dalyvavau? Į kiek veiklų aš neįsitraukiau ir kokios to priežastys? Ar buvau aktyvus klausytojas/ dalyvis? Ir pan.)		

## Priedas 14

### Komunikacijos ir rinkodaros planai

#### Komunikacijos planas (žinomumui didinti)

Plano dalys	Priemonės, kurias taikysite	Atsakingi asmenys	Biudžetas
<i>Reklamos projektai</i>			
<i>Viešųjų ryšių projektai</i>			
<i>Renginiai</i>			

#### Rinkodaros planas (pritraukti pirkėjus bei išlaikyti esamus)

Plano dalys	Priemonės, kurias taikysite	Atsakingi asmenys	Biudžetas
<i>Pardavimo skatinimo projektai</i>			
<i>Internetinio marketingo planas</i>			
<i>Tiesioginis marketingas</i>			
<i>Lojalumo programos</i>			
<i>Socialinės akcijos</i>			

# Stacionari, mobili ir e-prekyba

## Uždaviniai

1. Supažindinti su stacionarios, mobilios ir e-prekybos panašumais ir skirtumais
2. Gebėti pasirinkti tinkamas prekybos formas savo prekei

## Trukmė

2 akademinės valandos (90 min.)

## Paskaitos planas

1. Stacionari, mobili ir e-prekyba
2. Prekybos modelio pritaikymas
3. Pristatymai
4. Prekių ir paslaugų pritaikymas skirtingiems pardavimo būdams.
5. Aptarimas

### 1. Prieš užsiėmimą užpildykite lentelę.

Ką aš žinau apie verslo planą? Ar tekę man kada nors jį rašyti? Ar sugebėčiau parašyti planą idėjai, kurią noriu įgyvendinti?

Ko aš tikiuosi iš šios paskaitos?



### 3. Grįžtamasis ryšys ir vertinimas.

Klausimai	Grįžtamasis ryšys	Vertinimas (10-puikiai, 1- labai blogai)
Ką naujo šiandien sužinojau?		
Kokios veiklos man labiausiai patiko ir kodėl?		
Kokias veiklas reikėtų tobulinti ir kaip?		
Mano įsitraukimas į veiklas (kokiose veiklose aš dalyvavau? Į kiek veiklų aš neįsitraukiau ir kokios to priežastys? Ar buvau aktyvus klausytojas/ dalyvis? Ir pan.)		

## Priedas 15

Komanda		
Prekė ar paslauga		
Prekybos būdai	Plusai	Minusai
Elektroninė prekyba		
Stacionari prekyba		
Kilnojama prekyba		
Išvados		

## Priedas 16

<b>Komanda</b>			
<b>Prekės</b>	<b>Stacionari prekyba</b>	<b>Mobili prekyba</b>	<b>E-prekyba</b>
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
<b>Paslaugos</b>	<b>Stacionari prekyba</b>	<b>Mobili prekyba</b>	<b>E-prekyba</b>
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

# Verslo formos

## Uždaviniai

1. Susipažinti su verslo formomis bei taikomais mokesčiais
2. Išanalizuoti, kokia verslo forma yra tinkamiausia skirtingoms verslo idėjoms

## Paskaitos planas

1. Verslo formos - panašumai ir skirtumai. Mokesčiai
2. Klausimų - atsakymų sesija
3. Grįžtamasis ryšys

## Trukmė

1 akademinė valanda (45 min.)

### 1. Prieš užsiėmimą užpildykite lentelę.

Ką jau žinai apie verslo drobę Canvas? Kur esu apie ją girdėjęs? Gavęs užduotį užpildyti ją- ar sugebėčiau? Kaip galvoju kam ji reikalinga ir kodėl naudinga?

Ko aš tikiuosi iš šios paskaitos?



### 3. Grįžtamasis ryšys ir vertinimas.

Klausimai	Grįžtamasis ryšys	Vertinimas (10-puikiai, 1- labai blogai)
Ką naujo šiandien sužinojau?		
Kokios veiklos man labiausiai patiko ir kodėl?		
Kokias veiklas reikėtų tobulinti ir kaip?		
Mano įsitraukimas į veiklas (kokiose veiklose aš dalyvavau? Į kiek veiklų aš neįsitraukiau ir kokios to priežastys? Ar buvau aktyvus klausytojas/ dalyvis? Ir pan.)		

# Verslo finansavimo šaltiniai

## Uždaviniai

1. Aptarti kokie yra pagrindiniai verslo finansavimo šaltiniai
2. Praktiškai ieškoti verslo finansavimo galimybių

## Trukmė

1 akademinė valanda (45 min.)

## Paskaitos planas

1. Verslo finansavimo šaltiniai
2. Verslo finansavimo šaltinių paieška
3. Pristatymai

### 1. Prieš užsiėmimą užpildykite lentelę.

Kam reikalingas komunikacijos ir rinkodaros planas? Kodėl tai svarbu versle ir gyvenime? Jei man reikėtų įvardinti ką aš žinau apie komunikaciją ir rinkodarą - ką atsakyčiau?

Ko aš tikiuosi iš šios paskaitos?



### 3. Grįžtamasis ryšys ir vertinimas.

Klausimai	Grįžtamasis ryšys	Vertinimas (10-puikiai, 1- labai blogai)
Ką naujo šiandien sužinojau?		
Kokios veiklos man labiausiai patiko ir kodėl?		
Kokias veiklas reikėtų tobulinti ir kaip?		
Mano įsitraukimas į veiklas (kokiose veiklose aš dalyvavau? Į kiek veiklų aš neįsitraukiau ir kokios to priežastys? Ar buvau aktyvus klausytojas/ dalyvis? Ir pan.)		

## Pabaigos žodis

Mielas, projekto dalyvi,

Ačiū, kad dalyvavai projekte ir tobulinai savo įgūdžius bei kompetencijas mokantis pagal šią, specialiai Tau sukurtą verslumo ugdymo programą. Mums labai svarbios Tavo įžvalgos tobulinant šią mokymo(si) medžiagą. Todėl, prašome Tavęs užpildyti grįžtamojo ryšio anoniminę anketą ir ją grąžinti lektoriui pasibaigus programai arba nuskenavus atsiųsti mums [jurate@lja.lt](mailto:jurate@lja.lt)

Savo įžvalgas surašyk iš dienoraščio, kurį pildei lankydamas paskaitas.

AČIŪ!

## Anoniminė anketa, pabaigus programą

### Vertinimas

(10-puikiai,  
1- labai blogai)

Klausimai	Grįžtamasis ryšys	
Kokių naujų žinių, įgūdžių ir gebėjimų aš įgijau?		
Kokios veiklos man labiausiai patiko ir kodėl?		
Kokias veiklas reikėtų tobulinti ir kaip?		
Mano įsitraukimas į veiklas (kokiose veiklose aš dalyvavau? Į kiek veiklų aš neįsitraukiau ir kokios to priežastys? Ar buvau aktyvus klausytojas/ dalyvis? Ir pan.)		