

## Учебни планове за преподаватели/учители/обучители на възрастни, които да бъдат използвани за ОБУЧИТЕЛНИЯ ПАКЕТ FINE2WORK

| <b>Име на модул: Предприемачески компетенции</b>              |   |
|---|---|
| <b>Заглавие на Тема 1: Набелязване на възможности и визия</b> |   |
| <b>Учебен план 3 – Важността на представата за бъдещето</b>   |   |
| <b>Продължителност: 60 минути</b>                             |   |
| <b>Цел</b>  | Този урок има за цел да покаже на учениците значението на представянето на бъдещето в бизнес контекст.  |
| <b>Целева група</b>   | Възрастни (по-специално жени)   |
| <b>Помещение / Оборудване</b>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Учебна стая</li> <li>• Интернет достъп</li> <li>• Проектор</li> <li>• Бяла дъска</li> <li>• Компютър</li> <li>• PowerPoint презентация</li> </ul>  |
| <b>Инструменти / Материали</b>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Помощен материал 1</li> <li>• Помощен материал 2</li> </ul>  |
| <b>Главни задачи</b>  | <p><b>1. Задача 1: Въведение в темата и дефиниции (20 мин) (Вижте Помощен материал 1)</b></p> <p>1.1 Представете информацията на учениците за използване и изложение на интерактивно съдържание, за да насърчите участието</p> <p style="padding-left: 40px;"><b>2. Задача 2: Казус (30 мин) (Вижте помощен материал 1 и 2)</b></p> <p>2.1 На обучаемите трябва да се даде Помощен материал с 3 казуса. В група те трябва да проведат брейнсторминг върху казуса и накрая да представят заключението си пред всички.</p> <p>2.3 Дискусия върху резултатите</p> <p style="padding-left: 40px;"><b>3. Задача 3: Заключение (10 мин)</b></p> |

## ПОМОЩЕН МАТЕРИАЛ 1: Значение на представянето на бъдещето - Дейност

### 1. Прочетете текста и вижте защо е важно да прогнозирате бъдещето.

В бизнес света, как да се отнасяме към набора от факти, свързани с времената, които предстоят? Да заложим на късмета? Да създадем своя собствена съдба? Чудим се какво ще бъде бъдещето, но истината е, че в света на бизнеса никой не знае как точно ще изглеждат компаниите през следващите 15 години.

Дори успешните дигитални гиганти като Facebook, Google, Apple, Amazon не знаят точно, така че се опитват да изпреварят всички и да изградят това „бъдеще“. Всичко се променя много бързо ...

Единственият начин компаниите да следят промените и да останат на пазара е:

- Да разберат социалната еволюция (на хората);
- Да се опитат да са иновативни (непрекъснато търсене на нови процеси);
- Да продължат да практикуват [RE] - RElearning, REthinking, REplanning and Redoing: да се учим отново, да премисляме, пре-планираме и препроявяме
- • Всичко едновременно и в реално време.

В: <https://www.cloudcoaching.com.br/como-prever-o-futuro-no-mundo-dos-negocios/>



## ПОМОЩЕН МАТЕРИАЛ 2: Значение на представянето на бъдещето - Дейност

### Да си представим бъдещето чрез пирамидата на Маслоу

Пирамидата на потребностите на Маслоу е добра отправна точка за различни дейности, където маркетингът се откроява. Използването на пирамидата Маслоу за сегментиране на бизнес или бизнес идеи ми се струва различна идея за разглеждане на тази пирамида и по този начин да очакваме бъдещ бизнес. Чрез модела можем да събираме идеи за позиционирането на бизнеса, независимо дали искаме да сме изчерпателни или от друга страна да бъдем избирателни и да изберем нуждите, които ще задоволим у клиента. Всички идеи са възможни, това е просто още един начин да разгледаме тази теория и да вземем това, което искаме от нея.

Оригиналната пирамида се състои от 5 нива на нужда:

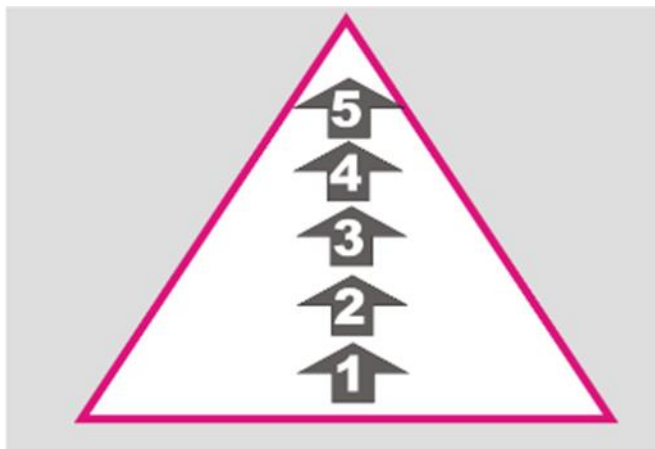
- Основни или нужди за оцеляване
- Нужди от сигурност
- Нужди от взаимоотношения
- Нужди от самоуважение
- Нужди от самореализация

Според теорията на Маслоу, всеки индивид се изкачва само на едно ниво в пирамидата след осъзнаването на предишната нужда, например човек, който не е ял в продължение на 48 часа, няма да даде значение на това дали е срасан или не. Всяка по-горна стъпка е свързана със задоволяването на предишната нужда.

По този начин намирането на бизнес идеи, свързани с пирамидата, се превръща във визуализация, където можем да идентифицираме маржовете на печалба, а също и количествата, продадени по категория продукти.

Така луксозните стоки се продават в малко количество, тъй като малцина имат нужда от тези стоки и имат голям марж на продажба, тъй като тези, които имат тази нужда, трябва да имат финансова възможност, за да притежават тези стоки.

На по-ниските нива можем да намерим стоки с голямо потребление, които се произвеждат в голям мащаб и следователно можем да се конкурираме за цената.



1. Имайки предвид тази теория, помислете за бизнес и се опитайте да разгледате бъдещето му.