

**Σχέδια Μαθήματος για τους ενήλικες
 εκπαιδευτές/εκπαιδευτικούς/καθηγητές που θα
 χρησιμοποιηθούν για το ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ ΤΟΥ FINE2WORK.**

Όνομα Ενότητας: Επιχειρηματικές Δεξιότητες	
Θέμα 1: Εντοπισμός ευκαιριών και οράματος	
Σχέδιο Μαθήματος 3 – Η σημασία του να οραματιζόμαστε το μέλλον	
Διάρκεια: 60 λεπτά	
Σκοπός	Αυτό το μάθημα στοχεύει να δείξει στους μαθητές τη σημασία του να οραματιζόμαστε το μέλλον σε επιχειρηματικό επίπεδο.
Ομάδα-Στόχος	Ενήλικες (ειδικά γυναίκες)
Εγκαταστάσεις / εξοπλισμός	<ul style="list-style-type: none"> • Τάξη • Πρόσβαση στο Διαδίκτυο • Προβολέας διαφανειών • Άσπρος πίνακας • Υπολογιστής • Powerpoint παρουσίαση
Εργαλεία/ Υλικό	<ul style="list-style-type: none"> • Φυλλάδιο 1 • Φυλλάδιο 2
Κύριες ασκήσεις	<p>1. Άσκηση 1: Εισαγωγή στο θέμα και ορισμοί (20 λεπτά)</p> <p>1.1 Παρουσιάστε τις πληροφορίες στους μαθητές και χρησιμοποιήστε διαδραστικά μέσα για να τους ενθαρρύνεται να συμμετάσχουν.</p> <p>2. Άσκηση 2: Μελέτη περίπτωσης (30 λεπτά) (Φυλλάδια 1 και 2)</p> <p>2.1. Οι μαθητές πρέπει να πάρουν ένα φυλλάδιο με 3 μελέτες περιπτώσεων. Η κάθε ομάδα να μοιραστεί τις ιδέες της για τις</p>

	<p>μελέτες και στο τέλος να παρουσιάσουν το συμπέρασμά τους στην τάξη.</p> <p>2.2. Συζήτηση γύρω από τα αποτελέσματα</p> <p>3. Άσκηση 3: Ανακεφαλαίωση (10 λεπτά)</p>
--	--

ΦΥΛΛΑΔΙΟ 1: Η σημασία του να οραματιζόμαστε το μέλλον – Άσκηση 1

1. Διαβάστε το κείμενο και πείτε γιατί είναι σημαντικό να προβλέπουμε το μέλλον.

Στον επιχειρηματικό κόσμο, πώς μπορείτε να αντιμετωπίσετε τα γεγονότα που θα έρθουν στην αυριανή μέρα; Ποντάρετε στην τύχη; Στο πεπρωμένο σας; Μπορεί μεν αναρωτιόμαστε πως θα μοιάζει το μέλλον μας, αλλά η αλήθεια είναι ότι στον επιχειρηματικό κόσμο, κανείς δεν ξέρει ακριβώς πώς θα είναι οι εταιρείες τα επόμενα 15 χρόνια.

Ούτε καν οι επιτυχημένες εταιρείες όπως το Facebook, η Google, η Apple, το Amazon γνωρίζουν με ακρίβεια, έτσι προσπαθούν να προχωρήσουν και να χτίσουν αυτό το "μέλλον". Όλα έχουν αλλάξει πολύ γρήγορα ...

Ο μόνος τρόπος για να συμβαδίσουν οι εταιρείες με τις αλλαγές και να παραμείνουν στην αγορά είναι:

- να κατανοήσουν την κοινωνική εξέλιξη (των ανθρώπων).
- να προσπαθήσουν να καινοτομήσουν (αναζητώντας συνεχώς νέες τακτικές).
- να συνεχίσουν την εξάσκηση [RE] - RElearning, REthinking, REplanning and Redoing: Επανεκπαίδευση, Επανεξέταση, Επανασχεδιασμός και Αναπαραγωγή.
- Όλα τα πιο πάνω μαζί και σε πραγματικό χρόνο.

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

ΦΥΛΛΑΔΙΟ 2: Η σημασία του να οραματιζόμαστε το μέλλον – Άσκηση 2

Η Πυραμίδα του Maslow για να φανταστεί κανείς το μέλλον

Η πυραμίδα ιεραρχίας αναγκών του Maslow είναι ένα καλό σημείο για να ξεκινήσει κανείς διάφορες δραστηριότητες, με το μάρκετινγκ να ξεχωρίζει. Η χρήση της πυραμίδας Maslow για την κατηγοριοποίηση των επιχειρηματικών τμημάτων ή επιχειρηματικών ιδεών είναι μια διαφορετική ιδέα αφού όταν κοιτάζουμε αυτήν την πυραμίδα βλέπουμε και το μέλλον της επιχείρισης. Μέσω αυτής μπορούμε να συλλέξουμε ιδέες για την τοποθέτηση της επιχείρησής μας στην αγορά, επιλέγοντας είτε να παρέχουμε ολοκληρωμένες υπηρεσίες, είτε να επιλέξουμε τις ανάγκες που θα ικανοποιήσουμε στον πελάτη. Όλες οι ιδέες είναι πιθανές, αλλά αυτός είναι ένας άλλος τρόπος να πάρουμε αυτό που θέλουμε από την θεωρία.

Η αρχική πυραμίδα αποτελείται από 5 επίπεδα αναγκών:

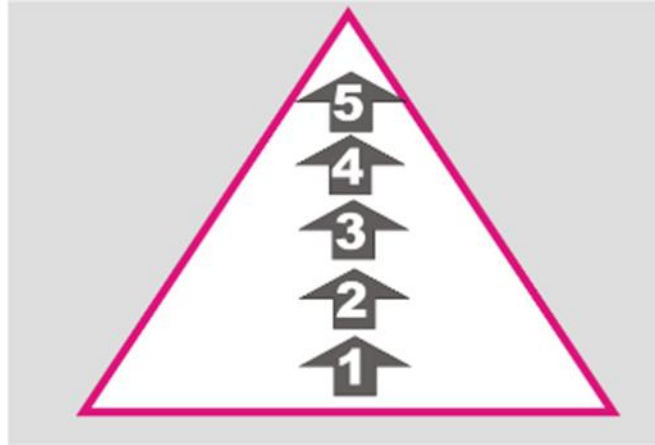
- Βασικές ανάγκες επιβίωσης
- Ανάγκες ασφαλείας
- Ανάγκες κοινωνικών σχέσεων
- Ανάγκες αυτοεκτίμησης
- Ανάγκες αυτοπραγμάτωσης

Με βάση τη θεωρία του Maslow, κάθε άτομο ανεβαίνει μόνο ένα επίπεδο στην πυραμίδα μετά την ολοκλήρωση της προηγούμενης ανάγκης, για παράδειγμα ένα άτομο που δεν έχει φάει για 48 ώρες δεν θα δώσει σημασία στο εάν χτενίζεται ή όχι. Για κάθε στάδιο προηγείται η εκπλήρωση της προηγούμενης ανάγκης.

Έτσι, σύμφωνα με την πυραμίδα, η ανεύρεση επιχειρηματικών ιδεών μεταφράζεται σε οπτικοποίηση, όπου μπορούμε να εντοπίσουμε τα κέρδη και τις ποσότητες που πωλούνται ανά κατηγορία προϊόντος.

Γι' αυτό, τα είδη πολυτελείας πωλούνται σε μικρή ποσότητα επειδή λίγοι έχουν την ανάγκη για αυτά τα αγαθά και είναι ακριβά, επειδή όσοι έχουν αυτήν την ανάγκη σημαίνει έχουν την οικονομική δυνατότητα να κατοικήσουν σε πολυτελές σπίτι.

Στα χαμηλότερα επίπεδα, μπορούμε να βρούμε αγαθά μεγάλης κατανάλωσης και που παράγονται σε μεγάλη κλίμακα, και επομένως μπορούμε να ανταγωνιστούμε την τιμή.



1. Έχοντας κατά νου αυτήν τη θεωρία, σκεφτείτε μια επιχείρηση και προσπαθήστε να οραματιστείτε το μέλλον της.