

Sosyal Girişimcilik Eğitim Modülü

Mesleki Eğitim öğrencilerini sosyal girişimcilik becerileri ile donatmak ve rol modeller



© Bridging to the Future | Mentorprogramma Friesland, Friesland College, ROC Friese Poort, Stenden & NHL University | Inqubator Leeuwarden | Servei Solidari | BURSA İl Milli Eğitim Müdürlüğü | Kaunas sosyal hizmetler ve inşaatçılık mesleki eğitim merkezi | Salpaus Further Education

Yazarlar: Duncan Chamberlain, Daniel Zastawny, Szilvia Simon, Betty Bijvoets, Paula Bijvoets, Hendrik Jan Hoekstra, Erna van der Werff, Marie Jetske Lettinga, Inma Martin, Mireia Sanchez, Ömer Yiğit, Nuh Ercan, Tomas Vilcinskas, Agnė Morkeliūnaitė, Sirkku Ulla Elina Laurila, Susanna Salmi, Pirkko Lakkonen

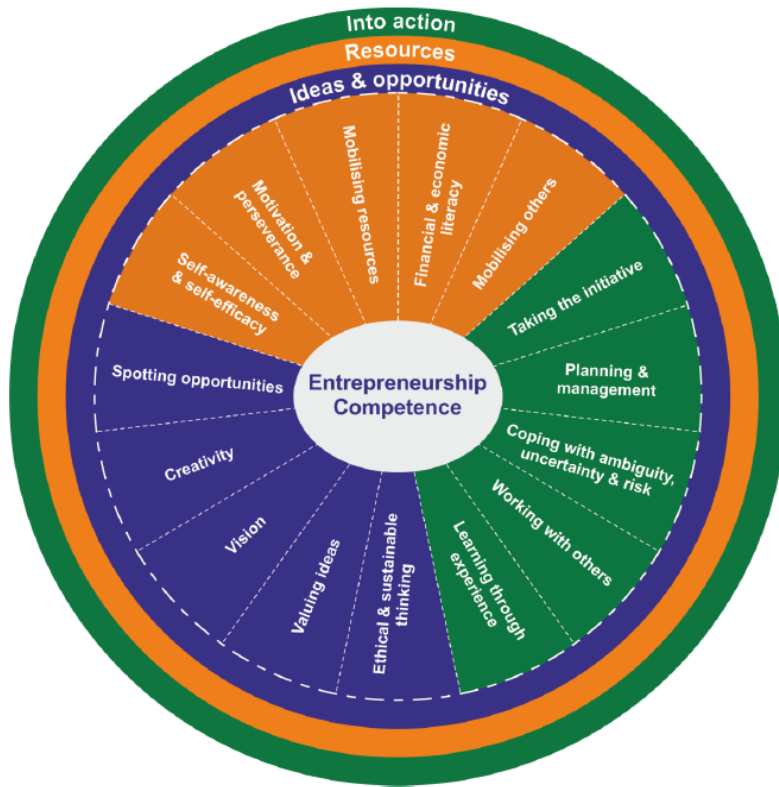
Bu el kitabı, 1 Eylül 2015 - 30 Eylül 2016 döneminde SESAME projesi dahilinde 2014-NL1-KA200-000707 proje koduyla oluşturulmuş ve Erasmus+ Stratejik Ortaklık programı vasıtasıyla Avrupa Komisyonu tarafından finanse edilmiştir. Bu el kitapçığında yer alan bilgiler sadece yazarların görüşünü yansıtır ve Komisyon burada yer alan bilgilerin herhangi bir şekilde kullanımından sorumlu tutulamaz.
Leeuwarden, Hollanda – 09.01.2016

[3. Versiyon - Ocak 2017]

Girişimcilik Yeterlikleri

Bu kursa katılan öğrenenler EntreComp olarak da bilinen Girişimcilik Yeterlikleri Çerçevesi'ne müstenit bir dizi yeterliği uygulama fırsatı bulacaklardır. Bu çerçeve 3 yeterlik alanı ve 15 maddeden oluşan bir yeterlik listesi ile girişimcilik yeterlikleri konusunda ortak anlatış etrafında bir fikir birliği sağlamayı amaçlar (aşağıdaki resmi inceleyiniz). Bu yeterlikler, bu eğitim kursunda yer alan dersler ile ilişkilendirilmiştir. Bu kursta değinilmeyen tek yeterlik 'Finansal & ekonomik okuryazarlık' yeterliğidir. Yeterliklerin daha geniş bir tanımı için lütfen bu sayfanın en altında verilmiş olan belgeyi inceleyiniz. Açıklamalar, belgenin 12. ve 13. sayfalarında yer almaktadır.

Çerçeve girişimciliğin geniş bir tanımına dayalıdır ve bu tanım kültürel, sosyal ve ekonomik değer yaratılmasını esas almaktadır. Bu nedenle kurum içi girişimcilik, sosyal girişimcilik, yeşil girişimcilik ve dijital girişimcilik dâhil olmak üzere değişik girişimcilik türlerini içine alır. EntreComp örgün öğretim ve eğitim sektöründeki müfredat tasarımında referans olarak kullanılabilereği gibi, yaygın eğitim yoluyla öğrenme durumlarındaki aktivite ve programlar için de kullanılabilir. Bir sonraki sayfada, yeterliklerin ilgili olduğu derslerin bir listesiyle birlikte her bir yeterlik hakkında genel bir açıklama bulabilirsiniz.



Yeterlik	ilgili Ders	Yeterlik	ilgili Ders
İnisiyatif alma	7,8	Kaynakların yönlendirilmesi	1,2,4
Planlama & yönetim	3,10,11	Diğer kişilerin yönlendirilmesi	4,5,12
Belirsizlik, anlaşmazlık & risk ile baş etme	3	Fırsatları fark etmek	2,9
Başka kişilerle çalışma	1,3,10	Yaratıcılık	1,3,10,12
Yaşayarak öğrenme	4,5,6,7,8	Vizyon	8,11
Öz farkındalık & öz yeterlik	2,7,8	Fikirlere değer verme	9,11
Motivasyon & sabır	12	Etik & sürdürülebilir düşünme	2,6,9,11

SESAME nedir?

Dünyada işletmeler ve bireyler dünyayı daha iyi bir hale getirebilmek için hareket etmektedirler. Öncelikli sosyal hedefi olan yenilikçi işletmelere olan ilgi artmaktadır. Tıpkı yerel toplumlarına ve bölgelerine katma değer sunmak isteyen genç yetişkinler gibi, bu sözde sosyal işletmeler öncelikli olarak finansal kazancı değil anlamlı bir faaliyeti yerine getirmeyi amaçlarlar.

Diğer yandan, Avrupa'daki genç yetişkinlerin durumu daha fazla yenilik ve destekleyici bir ağın oluşturulmasını gerektirmektedir. Daha önceden kanıtlandığı gibi, bireysel düzeyde müdahale politikaları, genç insanların ihtiyaçlarına göre uyarlanmış bir destek mekanizması sağlar. Müdahale yöntemlerinden biri, genç yetişkinlerin kişisel gelişimine odaklanan rehberliktir. Bu, nesilleri tecrübe ve bilginin paylaşılması faaliyetinde birbirine bağlar.

SESAME, genç yetişkinlerin topluma dahil edilmesini hızlandırmak ve iş pazarına giden yolda potansiyellerinden tam olarak faydalanmalarını sağlamak amacıyla, sosyal girişimciliği rehberlik ile birleştirmek istemektedir.

SESAME'in hedefleri:

- **Sosyal kaynaştırma:** genç insanların sosyal hayata ve işgücü piyasasına dâhil olmalarını hızlandırmak ve potansiyellerini geliştirme yolunda ilerlemelerine yardımcı olmak
- **Güçlü bir ağ:** Gençleri bir yandan sosyal girişimcilik becerileri ile donatırken, diğer yandan da gençler, eğitim, işletmeler ve yerel topluluklardan oluşan güçlü bir ağ oluşturmak.
- **Sosyal girişimcilik:** Genç nesiller arasında sosyal girişimcilik yeniliğini tanıtmak ve teşvik etmek

SESAME hakkında daha detaylı bilgiyi sesameproject.com web sitesinden edinebilirsiniz.

Neden bu kurs?

Bu kursun amacı gençlere sosyal girişim ve sosyal girişimcilik davranışı konularında eğitim vermektir. Bu amaçla gençlerin bugün ve gelecekte iş piyasasında ihtiyaç duyacakları (sosyal) girişimcilik becerilerini kazanmaları amaçlanmaktadır. Gençler eğitime katılarak, gelecekteki istihdam edilebilirliklerini artırır. Bu kurs, gençlerin (sosyal) girişimcilik konularının çeşitli uygulamalarına yönelik iç görü kazanmalarına yardımcı olur. Bu nedenle, dersler uygulamalardan örnekler kullanılması vasıtasıyla yaparak, aktif ve pratik öğrenme ile karakterize edilmiştir. Ayrıca gençler, tutkuları, hırsları ve ilgileri ile bunları bölgeye ve topluluğa katma değer sağlamak için nasıl kullanabileceklerini düşünmeyi öğrenirler. Bu sürecin sonunda sosyal bir işletme kurulabilir. Bu kişisel ve mesleki gelişim sürecinde diğer insanlardan da bir şeyler öğrenmek önemlidir. Rol modeller, başka bir deyişle rehberler, bu süreçte gereklidirler. Rehberlik, okullar, işletmeler ve kuruluşlar için insanları başarıya yönlendiren ve dünya çapında bilinen bir araçtır. Bir tür koçluk ve ağ biçimidir ve bireyin büyümesine ve başarısına önemli katkıda bulunur. Bu kursta, öğrenenler kariyer hedeflerini ve hayat isteklerini gerçekleştirirken kendilerine ilham verici birer rol model bulmaları yolunda teşvik edilirler. Bu kursu alarak gençler, sosyal girişimcilik kavramını anlayacak ve rol modeller ile rehberlerin hayatlarındaki katma değerini göreceklerdir.

Bu kurs, mesleki eğitim birimleri, uygulamalı bilimler üniversiteleri, kuluçka merkezleri ve gençler için eğitim öğretim faaliyetleri sunan diğer kurumlar tarafından kullanılabilir.

Kurs Kılavuzu

Bu kurs 3 ana bölümden meydana gelmektedir:

1. İş dünyasını ve sosyal katılımı anlama
2. İlham alma
3. Kendi sosyal girişimini yaratma









Her bölüm birkaç dersten meydana gelir. Bu kursta toplam 12 ders vardır. Bazı öğrenenler ve eğitmenler daha uzun bir zaman aralığını tercih edebilirlerse de, ki bu mümkündür, bu kursun içeriği yaklaşık 40 saat içerisinde tamamlanabilir. Kurs, mantıksal bir ders dizilimi içeren yapısal bir yapıdan meydana gelmektedir. Bu nedenle derslerin sıralamasının değiştirilmemesi önerilir. Ancak, eğitmen ve öğrenenler belirli bir dersi veya aktiviteyi atlamaya veya bir başkasını genişletmeye karar verebilirler. Ve tüm kursu tamamlamak için yeterli zaman yoksa seç ve kullan yaklaşımını uygulamak da mümkündür.

Bu kurs, herkesin eğitim verebileceği şekilde yazılmıştır. Öğretmenler, rehberler, koçlar, öğrenciler vs. Bu şekliyle ekran eğitimini de sağlar. Bu, öğrencilerin dersi diğer öğrencilere verebileceği anlamına gelir. Tüm dersler, öğrenenler için pratik aktiviteler içerir. Bu aktivite ve görevler bir problem çözme aktivitesi, sunum, araştırma, takım çalışması aktivitesi vb. olabilir. Aktiviteler esas uygulamalar ve gerçek dünya ile yakından ilişkilidir. Bu yönüyle de kurs uygulamalı öğrenmeyi teşvik eder. Öğrenenler, sorabilecekleri kadar çok soru sorma ve eğiticinin uzmanlığından faydalanma konusunda cesaretlendirilmelidirler.

Dersler, genç insanların sosyal iş dünyasının ve sosyal girişimlerin küresel hareketi konusunda daha farkında olmalarına yardımcı olacak entegre bir programdır. Kursun amacı, gençlerin bugün ve gelecekte iş piyasasında ihtiyaç duyulan becerileri kazanmalarını sağlamaktır. Bu kurs sayesinde, gelecekteki istihdam edilebilirliklerini artırır.

Kurs yapısı

Her ders, eğiticinin hızlı bir şekilde ders içeriğine ve öğrenenlerin ihtiyaçları ile bağlantısına bakmasını sağlayan ders içeriğinin gözden geçirilmesi ile başlar. Aşağıdaki simgeler ders içeriğini bir bakışta gösterirler.

	Dersin Amacı
	Dersin kapsadığı yeterlikler
	Dersin ortalama süresi
	Dersteki aktiviteler (tüm aktiviteler sarı ile işaretlenmiştir)
	Dersi ve aktivitelerini yapmak için gerekli kaynaklar
	Eğitmen için ipucu
	Derste kullanılabilecek araçlar. Bu kurs rehberinin arkasında yer alır.
	Derinlemesine düşünme

Öğrenenler ne yapacak

Birçok aktivite, öğrenenlerden fikirler üzerine tartışmalarını, diğerlerinin fikirlerini dinlemelerini ve sonuç olarak kendi düşüncelerini adapte etmelerini istemektedir. Kimi zaman, bazı soruların cevaplarını araştırmaları ve bilgilerini paylaşmaları istenecektir. Diğer durumlarda, yaratıcı düşünceleri ve daha önce karşılaşmadıkları bir duruma tepki vermeleri istenecektir. Öğrenenler bir girişimde bulunup başarısız olabilirler, veya doğru yapıp yapmadıklarından emin olamayabilirler - biraz risk, hatalardan öğrenmek ve yeni çözümler keşfetmek. Tüm bu eylemler iş dünyasının önemli bir boyutudur.

Öğrenenler;

- Daha fazla istihdam edilebilir olmak için (sosyal) girişimcilik nitelikleri, tecrübeleri, tutumları ve becerileri geliştirecekler
- Kendi sosyal işletme fikirlerini bulmak için kendi niteliklerini, tecrübelerini, tutum ve becerilerini geliştirecekler
- Kendi nitelikleri, tecrübeleri, tutum ve becerileri hakkında derinlemesine düşünecekler
- Sosyal işletmeler ve sosyal girişimler hakkında pratik biçimde bilgi sahibi olacaklar
- Kendi istihdam edilebilirliklerini ve iş fikirlerini geliştirecekler
- Küresel iş dünyası insanları ve sosyal girişimciler topluluğunun bir parçası olacaklar

Eğitmenler ne yapacak

Eğitmenler;

- İş dünyası, çalışma yaşamı, sosyal işletmeler ve girişimcilik hakkındaki ana fikirleri ve gerekli bilgileri verecekler
- Öğrenenlerin kendilerine hem kişisel hem de profesyonel anlamda yardımcı olabilecek rol modeller bulmalarını sağlayacaklar

Öğrenen öz değerlendirmesi & son derinlemesine düşünme

Kursun bitiminin ardından, öğrenenlerden son bir derinlemesine düşünme formu doldurmaları ve bu kursta işlenen yeterliklerle ilgili olarak kendilerini derecelendirmeleri istenecek. 1 ile 5 arasındaki bir ölçekte (1 = çok kötü, 5 = mükemmel), girişimcilik yeterlikleri konusunda kendilerini değerlendirmeleri gerekecek. Bu bağlamda, öğrenenlerden bunu kursun başında yapmalarını istemek de önemlidir. Bu yolla, kursun sonunda gelişme olup olmadığı görülebilir.

Öğrenenler kendilerini 1 ile 5 puan aralığındaki bir ölçekte girişimcilik yeterlikleri konusunda nasıl puanlıyorlar?

İnisiyatif alma	1	2	3	4	5
Planlama & yönetim	1	2	3	4	5
Belirsizlik, anlaşmazlık & risk ile baş etme	1	2	3	4	5
Başka kişilerle çalışma	1	2	3	4	5
Yaşayarak öğrenme	1	2	3	4	5
Etik & sürdürülebilir düşünme	1	2	3	4	5
Fikirlere değer verme	1	2	3	4	5
Vizyon	1	2	3	4	5
Yaratıcılık	1	2	3	4	5
Fırsatları fark etmek	1	2	3	4	5
Öz farkındalık & öz yeterlik	1	2	3	4	5
Motivasyon & sabır	1	2	3	4	5
Kaynakların yönlendirilmesi	1	2	3	4	5
Diğer kişilerin yönlendirilmesi	1	2	3	4	5

Bölüm 1

İş Dünyasını ve Sosyal Katılımı Anlama

Her bölge ve ülke, diğer bölgeler ve ülkeler kadar sosyal girişimcilik kavramıyla henüz tanışmış değiller. Kimi ülkelerde bu olgu çok iyi bilinmiyor, ya da iyi anlaşılıyor. Neredeyse hiç var olmadığı yada var olduğu ancak tanınmadığı ülkeler mevcut. Diğer yandan, sosyal girişimcilik için yasa teklifi, tüzel kişilik ve mevzuat geliştiren ülkeler mevcut. Bu nedenle, bu eğitim kursu, sosyal girişimciliği ve normal işletmeler ile sosyal işletmeler arasındaki farkları anlamakla başlar.

Eğitim kursunun bu ilk bölümü, 3 dersten oluşur. İlk ders, iş dünyasıyla ilgilidir. Bu ders, genel olarak iş dünyasını açıklar ve farklı işletme türleri ve işletme yapılarını ele alır. 2. ders, bir sosyal işletmenin ne olduğunu ve normal işletmelerden neden farklı olduğunu açıklamaktadır. 3. ders, iş hayatında gerekli olan nitelik, tecrübe, tutum ve becerilerin (QEAS) geliştirilmesi ile ilgilidir. Bu ders, zaman yönetimi, takım çalışması, talimatları okuma, problem çözme, yaratıcılık, görevlendirme, inisiyatif alma ve yenilikçilik gibi alıştırmaları kapsayan pratik aktiviteleri içerir.

Ders 1: İş Dünyası

Bu ders genel olarak iş dünyası hakkındadır. Kimi iyi bilinen küresel, ulusal ve bölgesel markalar ile başladıktan sonra öğrenenlere büyüklük, organizasyon türü, meslek türleri vb. işletme sınıflandırma yöntemlerini öğretmek devam eder. Ders, tartışma ve ülkedeki yasal yapılar hakkında araştırma ile son bulur.



Bu derste, öğrenenler öncelikle bir işletmenin ne olduğunu, hangi türde işletmeler bulunduğunu ve hangi yasal formların var olduğunu öğrenirler. Bu dersin amacı genel anlamda iş dünyasının ne olduğunu iyi bir şekilde anlaşılmasıdır. Geleneksel işletmelerin ne olduğunu iyi bir şekilde anladıktan sonra, sosyal iş modeli ile hangi şekillerde farklılık gösterdiğini daha iyi görecektir.



- Başka kişilerle çalışma
- Kaynakların yönlendirilmesi
- Yaratıcılık



1 - 3 Saat



Aktivite 1 - İşletmeleri tanıma
Aktivite 2 - Yasal yapılar hakkında araştırma



Bu el kitabı & araçlar, sınıf, internet erişimi (bilgisayarlar, tabletler, kişisel mobil aygıtlar), iş dergileri, gazeteler



Araç 1 - Şirket logolarının yer aldığı PowerPoint dosyası



Bu ders için tanımların açıklığa kavuşturulması oldukça önemlidir, bu yüzden her eğiticinin temel tanımları aktarırken son derece açık bir şekilde aktarması önerilir, örneğin; bir işletmenin ne olduğu, işletme örnekleri ve mikro işletme ile çok uluslu işletme arasındaki fark. Eğiticinin, bu kursun öğrenenler için bir yolculuk olduğunu ve öğrenenlerin bu yolculuk sonunda ya daha fazla istihdam edilebilir olacaklarını, girişimci zihniyetine sahip olacaklarını ya da kendi sosyal işlerini başlatma konusunda kendilerini güçlenmiş hissedeceklerini vurgulaması önemlidir. Eğer herhangi bir aktiviteyi neden yaptıkları konusunda öğrenenler merak içine düşerlerse, öğreticinin bu anahtar hedeflere geri dönmesi önerilir.

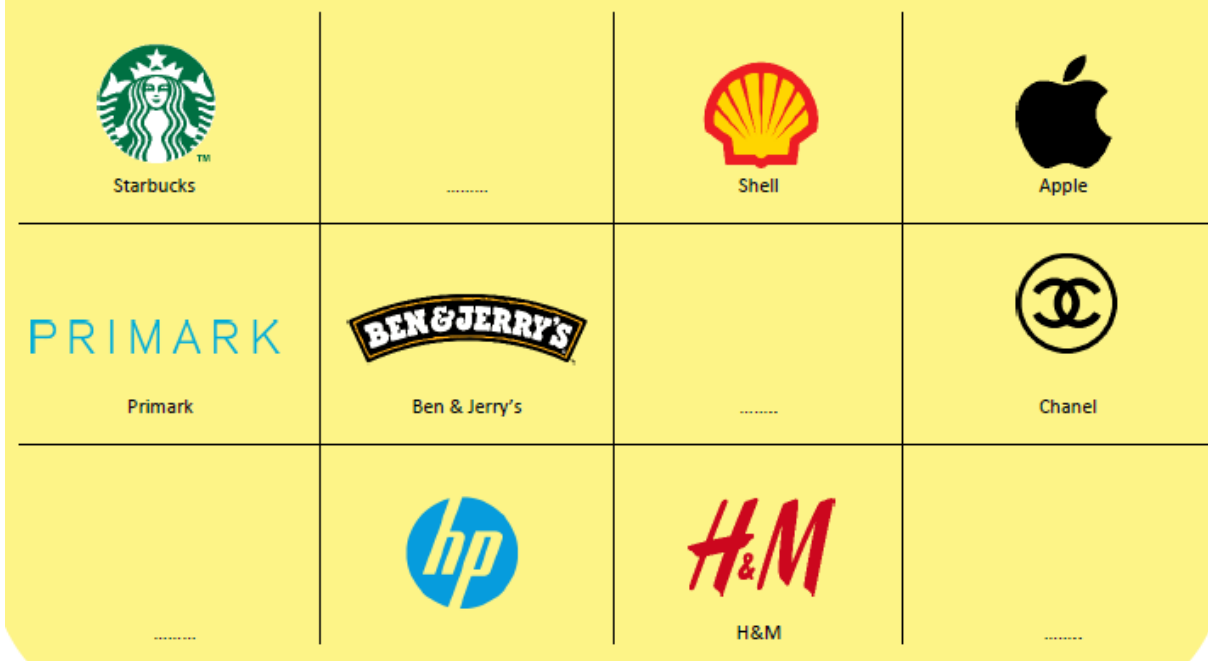


Aktivite 1 - İşletmeleri Tanıma

Araç 1 'Şirket logoları sunumu' dosyasında yer alan 12 şirket ve organizasyon logosunu öğrenenlere gösterin ve bu organizasyonların isimlerini ve ne iş yaptıklarını bilip bilmediklerini sorun. Aşağıdaki fotoğrafta yer alan logoları başlangıç noktası olarak kullanarak başlayın ve uygun olduğunu düşündüğünüz ulusal / bölgesel şirketlerin logoları ile yer değiştirin. Öğrenenler bu logoları ayırt edebilmelidirler.

Ortaya sorular atarak sınıfta tartışma ortamı oluşturun. Bunlar ne tür işletmelerdir? Nasıl para kazanmaktadırlar? Bu şirketlerden herhangi birini medyadan tanıyor musunuz?

İşletmeleri anlamak için örnekler önemlidir. Örnekler, ancak farklı ölçeklerden alındıkları takdirde en iyi şekilde kullanılabilirler, örneğin, yerel, ulusal ve uluslararası, mikro, KOBİ ve büyük vb.



Daha önceki aktivitelerdeki her bir logo bir işletmeyi temsil etmekteydi. Ama bir işletme nedir? Bir işletme, firma veya teşebbüs olarak da bilinir, tüketicilere **ürün ticareti, hizmet veya her ikisini de** sunma işindeki organizasyondur. Amaç, **satışların giderlerden daha fazla olması ve sonucunda kar sağlamaktır.**



Aşağıdaki listeler en iyi biçimde öğrencilerin kendi bilgilerinden oluşturulabilir ve bir grup tartışması veya küçük grup çalışmasından yola çıkarak oluşturulabilir.

İşletmeler büyüklük, organizasyon ve ana faaliyet konuları açısından oldukça çeşitlidirler:

Büyükölük	Organizasyon	Ana Faaliyet Konusu
<ul style="list-style-type: none"> - Mikro - Kobi - Büyük - Çokuluslu 	<ul style="list-style-type: none"> - Tek konumlu - Çok konumlu - Tek fonksiyonlu - Çok fonksiyonlu - Genel - Fonksiyon farklılaşması 	<ul style="list-style-type: none"> - Kafe - Giysi dükkânı - Cep telefonu - Üretici - Avukat - Muhasebeci - vs.

Şirketler insanlara iş sunarlar. İşletmelerde hangi meslekler mevcuttur? İşletmelerde ne tür insanlar çalışır? Ne için para kazanırlar?

Meslekler	İnsan Türleri	Maaşlar
<ul style="list-style-type: none"> - Temizlikçi - Satış temsilcisi - Muhasebeci - vs. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dışa dönük insanlar - İçine kapanık insanlar - Görev adamları - Liderler - Takipçiler - vs. 	<ul style="list-style-type: none"> - Saatlik 10 Euro - Aylık 50.000 Euro - vs.

Üretilen ürünler ve sunulan hizmetler farklılık gösterse de, birçok iş aynıdır. Örneğin, çok farklı işletmeleri olmasına rağmen hem Rolls Royce hem de Deutsche Bank temizlikçiler, satış personeli, muhasebeciler vs. çalıştıracaktır. Göreceli biçimde az sayıdaki meslek türü ise uzmanlardan oluşmaktadır, örneğin: makine mühendisleri, doktorlar, öğretmenler, işletme müdürü ve hatta iş yeri sahibi. İşletmelerde ne türden insanlar çalışır? Her türden! İşletmeler aynı zamanda yasal yapıları bakımından da farklılık gösterirler. İşletmeler için birçok yasal yapılanma türü vardır ve bu ülkeden ülkeye de farklılık göstermektedir. Bunun iyi olan tarafı, birçok seçeneğinizin olmasıdır. Aynı zamanda, AB üyesi ülkelerde oturan kişiler, diğer AB üyesi ülkelerde işletme açma hakkına sahiptirler ve bu da işletmenin türünü, konumunu ve ülkesini seçebilme seçeneğiniz olduğu anlamına gelir. İşletmeler bakımından seçme fırsatına sahip olmak çok önemlidir - bu hem kendiniz hem de işletmeniz için en iyi biçimde çalışabileceğiniz anlamına gelir.

Birçok işletme türü vardır ve bunlar ülkeden ülkeye değişiklik gösterir. Ancak, genel anlamda 6 türden bahsetmek mümkündür.

1. Kar elde eden ve sahibi ve hissedarlarına kar ödeyen şirket.
2. Kar elde eden ve karını tekrardan şirkete yatırım olarak aktaran ya da hayır veya toplumsal konularda bağış yapan
3. Devletten para alan ve bunu sosyal faaliyetler ile bakım faaliyetleri için harcayan
4. Amaçları doğrultusunda harcanmak üzere bağış kabul eden, kaynak oluşturan hayır kuruluşları
5. Kendi hesabına çalışan bağımsız tüccar

6. Diğer insanlarla yasal ortaklık çerçevesinde çalıştığınız ortaklıklar



Bu, öğrenenlerin ülkelerinde faaliyet gösteren işletme türlerini araştırmaları için mükemmel bir fırsattır. Ayrıca eğer ülkelerinde yoksa diğer ülkelerdeki işletme türlerini gözden geçirmeleri için kullanışlı bir uzantıdır.

Vaka Çalışması - Birleşik Krallıktaki İşletme Türleri

Bağımsız tüccar: Tek kişinin sahip olduğu ve kendi çıkarları doğrultusunda yönetilen şirketlerdir. İşletme sahibi şirketi kendi başına veya diğer insanlarla birlikte işletebilir. İşletme sahibinin ister işletme maliyetleri olsun isterse işletme hakkında yasal kararlar olsun, işletmeyle ilgili doğan tüm yükümlülükler için sınırsız sorumluluğu vardır. Bilgisayar altyapısı, envantere kayıtlı her türlü ürün, üretim ekipmanı ve/veya perakende demirbaşlar ve hatta işletmenin sahip olduğu mülk dâhil olmak üzere işletmenin sahip olduğu her şey bağımsız tüccara aittir.

Ortaklık: Bir ortaklık, iki veya daha fazla insanın sahip olduğu bir işletmedir. Ortaklık türlerinin birçoğunda, her ortağın işletmenin uğradığı borçlar için sınırsız sorumluluğu vardır. Kar amacı güden ortaklıkların üç yaygın türü vardır; bunlar, genel ortaklıklar, sınırlı ortaklıklar ve sınırlı sorumluluk ortaklıklarıdır.

Şirket: Bir şirketin sahiplerinin sınırlı sorumlulukları vardır ve işletmenin sahiplerinden ayrı olarak bir tüzel kişiliği mevcuttur. Şirketler devlete ait olabilecekleri gibi, özel şahsa aitte olabilirler. Kar amacı güden veya kar amacı gütmeyen yapılar olarak örgütlenirler. Özel sermayeli şirketler, şirketi yönetmek ve yönetim kadrosunu seçmek üzere oluşturulan bir yönetim kurulunu seçen hissedarlara aittirler. Kar amacı güden bu şirketler, küçük bir grup birey tarafından sahip olunabileceği gibi, hisseleri halka açık biçimde borsada işlem gören kamuya açık şirketler de olabilirler.

Kooperatif: Bu tür şirketler kar amacı güden veya kar amacı gütmeyen biçimde organize edilebilen sınırlı sorumluluk şirketleridir. Bir kooperatifi, bir şirketten ayıran özelliği hissedarlarının değil, üyelerinin bulunmasıdır ve bunlar karar alma yetkisini paylaşırlar. Kooperatifler klasik olarak tüketici kooperatifleri veya işçi kooperatifleri olarak sınıflandırılır. Kooperatifler ekonomik demokrasi ideolojisinin temelidir.



Aktivite - Yasal yapılar hakkında araştırma

Öğrenenlerden gruplar oluşturun. Her bir grup, ülkesindeki bir yasal yapıyı araştıracak. İstekleri oldukları bir şirketin yasal yapısını araştırmalarına izin verin. Öğrenenlerden araştırdıkları yasal yapıyı bir videoda açıklamaları ve sunmaları istenmektedir. Ardından, videoyu sınıfa sunarlar. En iyi video sınıf oyları ile seçilecektir.



Derinlemesine düşünme için öğrenenler ile grup tartışması

Bu derste öğrendikleri en önemli şey nedir? Bir işletmenin ne olduğunu anlıyorlar mı? Aktiviteler hakkında ne düşündüler? Bu ders hakkında en çok hoşlarına giden şey neydi? Bu ders hakkında en az hoşlarına giden şey neydi? Farklı işletme türleri ve boyutları konusunda zihinlerinde net bir resim oluştu mu? Bu öğrenme onların daha fazla istihdam edilebilir olmalarına ya da kendi şirketlerini açmalarına ne şekilde yardımcı oldu?

Ders 2 - Sosyal İşletmeler

Dünya çapında en hızlı biçimde genişleyen işletme türü sosyal işletmelerdir. Sosyal girişimcilik giderek artan biçimde popüler olan bir işletme yönetimi biçimidir. Bu ders özel olarak sosyal işletmeler hakkındadır. Ders bir sosyal teşebbüsün ne olduğu hususunda biraz teorik bilgi ile başlıyor. Bunu 2 aktivite takip ediyor. Birincisi ülkede ve bölgedeki sosyal işletmelerin araştırılmasıyla ilgili bir aktivite içeriyor. İkincisi ise, normal işletmeler, sosyal işletmeler, hayır kurumları ve kurumsal sosyal sorumluluk uygulayan şirketler arasındaki farkın anlaşılmasını destekleyen bir hafıza oyunu.



Bu dersin amacı bir sosyal işletmenin ne olduğunu ve diğer işletme ve örgütlenmelerden ayrılan yönlerini anlamaktır.



- Etik & sürdürülebilir düşünce
- Kaynakların yönlendirilmesi
- Öz farkındalık & Öz yeterlik
- Fırsatları fark etmek



1-3 Saat



Aktivite 1 - Sosyal İşletmelerin Araştırılması
Aktivite 2 - Hafıza oyunu



Bu el kitabı & araçlar, sınıf, internet erişimi (bilgisayarlar, tabletler, kişisel mobil aygıtlar), iş dergileri, gazeteler



Araç 2 - İşletme dosyası formatı
Araç 3 - Hafıza oyunu



Normal işletmeler, sosyal işletmeler, hayır kurumları ve kurumsal sosyal sorumluluk uygulayan şirketler arasındaki farkın açıklığa kavuşturulması bu dersin gerekliliklerindedir. Bu nedenle, eğiticinin bu değişik iş türleri hakkında, özellikle de sosyal işletmeler hakkında, çok açık bilgi vermesi önerilir. Eğiticinin, bu kursun öğrenenler için bir yolculuk olduğunu ve öğrenenlerin bu yolculuk sonunda ya daha fazla istihdam edilebilir olacaklarını, girişimci zihniyetine sahip olacaklarını ya da kendi sosyal işlerini başlatma konusunda kendilerini güçlenmiş hissedeceklerini vurgulaması önemlidir. Eğer herhangi bir aktiviteyi neden yaptıkları konusunda öğrenenler merak içine düşerlerse, öğreticinin bu anahtar hedeflere geri dönmesi önerilir.

Dünya çapında en hızlı biçimde genişleyen işletme türü sosyal işletmelerdir. Sosyal girişimcilik giderek artan biçimde popüler olan bir işletme yönetimi biçimidir. Ama bu ne anlama geliyor?

Sosyal teşebbüsler toplumsal hedefleri, girişimci ruhlarla birleştirir. Bu örgütlenmeler daha geniş, sosyal, çevresel yada toplumsal hedefleri başarmak üzerinde odaklanırlar. Bir sosyal şirket, sahipleri veya hissedarları için kar elden etmekten ziyade, ana hedefi sosyal bir etki oluşturmak olan ve sosyal ekonomi içerisinde yer alan bir operatördür. Pazar için ürünlerini ve hizmetlerini girişimci ve yenilikçi bir şekilde sunar ve karını öncelikle sosyal hedeflerin başarılması için kullanır. Açık ve sorumlu bir tavır ile yönetilir ve ticari faaliyetlerinden etkilenen çalışanları, tüketicileri ve paydaşları kapsar. Avrupa'da "Sosyal Teşebbüs" terimi aşağıda listelenen türdeki şirketleri kapsar biçimde kullanılır.

- Toplumsal hedeflerin kamu yararı taşıdığı ve ticari faaliyetin ana sebebini oluşturanlar, genelde yüksek seviye toplumsal yenilikçilik şeklinde
- Karın, toplumsal hedefleri yakalamak adına genel olarak yeniden yatırıma dönüştürenler
- Örgütlenme yönteminin yada sahiplik sisteminin teşebbüsün görevini yansıttıkları, demokratik veya katılımcı prensipler kullanarak ya da sosyal adalete odaklanarak

Tanımın alındığı yer : http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en

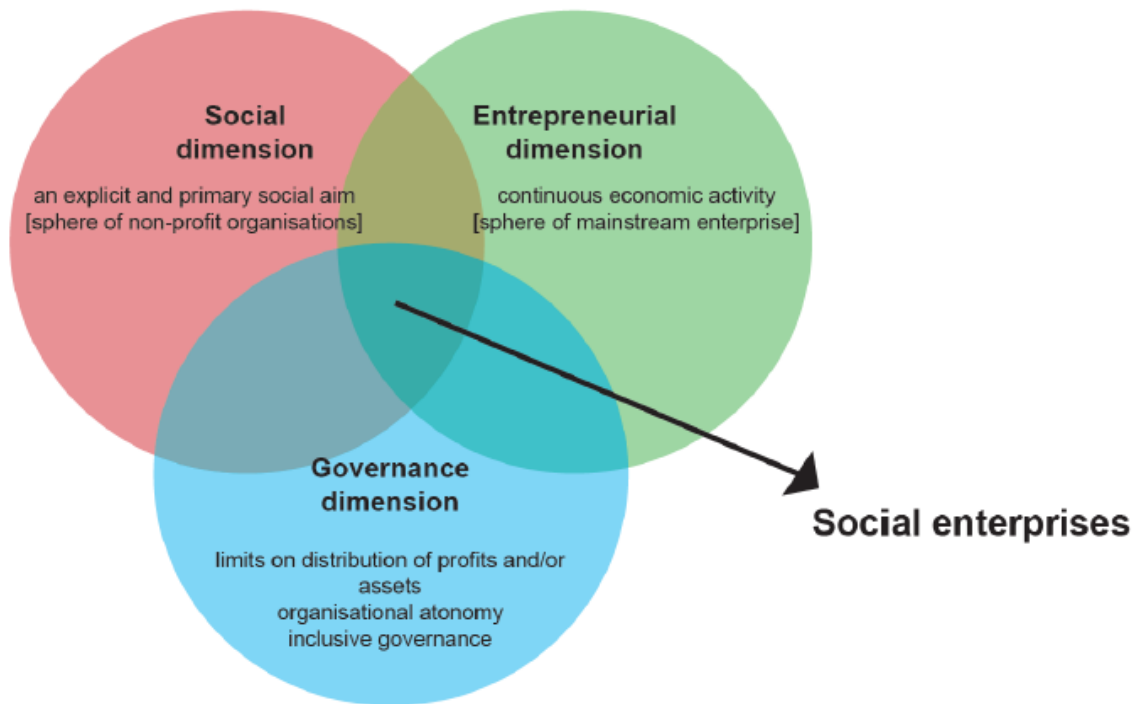


Image 1 – The three dimensions of a social enterprise

Sosyal boyut:	belirgin ve temel bir sosyal amaç
Girişimsel boyut:	sürekli ekonomik faaliyetler
Yönetimsel boyut:	karlılığın ve varlıkların dağıtımında sınırlama örgütsel özerklik, kapsayıcı yönetim

Sosyal teşebbüs, toplumsal bir etki yaratmak amacıyla kurulur. Bu açıdan normal şirketlerden farklılık gösterir. Ana hedef karlılık değil, sosyal etkidir. Bir sosyal teşebbüs aynı zamanda vakıflardan ve kar amacı gütmeyen kuruluşlardan da ayrılır çünkü karlılığını / gelirini bağışlardan veya burslardan değil, ticari aktivitelerden elde eder.

Sosyal girişimcilik felsefesinin biraz daha derinlerine inmek için, bir sosyal teşebbüsün bölgedeki (ya da dünyadaki) belirli bir problemin ortaya çıkışıyla birlikte bir tutku ve ilginin sonucu olarak doğduğunu bilmek önemlidir. İnsanlar, örneğin, bölgedeki bazı ürünlerin ya da hizmetlerin düşük kaliteli olduğunu ya da düzenli olarak sağlanmadığını deneyimler. Bu durum genelde kişisel bir tutku veya ilgi ile el ele verir. Sosyal girişimciler bir teşebbüs açar çünkü bölgede veya dünyadaki bir şeyi değiştirmek veya geliştirmek isterler.



Tutku / İlgi + Tanımlanmış Problem = Sosyal Girişimcilik

NOT: Bir sosyal işletme, kurumsal sosyal sorumluluk uygulayan bir işletme ile aynı şey değildir. Günümüzde hemen hemen tüm şirketler kurumsal sosyal sorumluluk stratejisi uygulamaktadırlar. Ancak fark şudur ki; onların öncelikli hedefi sosyal bir değişiklik ve geliştirme meydana getirmek değildir.

- Sosyal teşebbüsler etik ve ahlaki şekilde ticaret yapan işletmelerdir.
- Kimi sosyal teşebbüsler sosyal problemlerle mücadele etmek, bölgesel zorluklara değinmek, toplumlara, insanların yaşam şanslarını veya çevreyi geliştirmek için ticaret yaparlar iken diğer sosyal teşebbüsler karlılıklarını diğer insanların hayatlarını iyileştirmek için kullanırlar. Sosyal işletmelerde görülmesi gereken bir unsur, karlılıklarını etik bir şekilde elde etmeleri ve etik bir şekilde harcamalarıdır.
- Paralarını açık pazarda ürün veya hizmet satarak kazanırlar ama karlılıklarını işletmeye veya yerel topluma geri yatırırırlar. *Ve böylece, onlar kar ettiğinde, toplum da kar eder.*
- Sosyal teşebbüsler bizim toplumumuzda ve ana caddelerimizde - kahve dükkânları ve sinemalardan, publara ve sosyal tesislere, bankalara, otobüs şirketlerine kadar.
- Bir sosyal girişim, toplumsal ve/veya çevresel bir amaç için ticaret yapan bir işletmedir. Bu nedenle "toplumsal misyon"unun farkında olacaktır: ki bu şuna anlama gelir; ne gibi bir fark yaratmak istediğini, kime yardım etmek istediğini, ve bunu nasıl yapmayı planladığını bilecektir. Gelirin büyük bir kısmını veya tamamını ürün veya hizmet satışlarından elde edecektir.
- Aynı zamanda elde ettiği kar ile ne yapacağı konusunda "toplumsal misyon"unda ilerleme sağlamak için yeniden yatırım yapmak gibi belirgin kuralları olacaktır.
- Sosyal teşebbüsler, ulusaldan uluslararası işletmelere, küçük bölgesel şirketlerden toplum tabanlı işletmelere kadar her türden ve büyüklükten

olabilir. Ancak hepsi:

- Bağış ve burslardan ziyade, gelirlerini ürün ve hizmet satışı yoluyla elde etmeyi amaçlayan işletmelerdir
- Özel olarak fark yaratmak amacıyla kurulurlar
- Elde ettikleri karı yeniden toplumsal misyonlarına yatırım yaparak kullanırlar.



Aktivite 1 - Sosyal İşletmelerin Araştırılması

Öğrenenlerin ülkelerinde bulunan bir sosyal işletmeyi ve bölgelerinde bulunan bir sosyal işletmeyi araştırmalarını sağlayın. Araştırdıkları her bir şirketin faaliyetleri ve özellikleri için, kısa bir vaka incelemesi yazarlar. Bu aktivite için araç 2 - "İşletme dosyası formatı"nı kullanabilirler.



Aktivite 2 - Hafıza Oyunu

Araç 3 "Hafıza oyunu" üzerlerinde ana akım işletmelerin, hayır kuruluşlarının, sosyal işletmelerin ve güçlü kurumsal sosyal sorumluluğa sahip işletmelerin logolarının bulunduğu bir takım hafıza kartlarıdır. Öğrenenler hafıza oyununu kartlarla oynayabilirler. Bir kişi iki benzer logo bulduğunda, o logoyu doğru kategoriye (normal, kurumsal sosyal sorumluluk anlayışına sahip normal, sosyal, hayır kuruluşu) yerleştirmek zorundadır. Bu aktivite öğrenenlerin şirketler arasındaki farklılıkları düşünmesi ve konu üzerindeki tartışmayı güçlendirmesi için tasarlanmıştır.



Derinlemesine düşünme için öğrenenler ile grup tartışması

Bu dersin derinlemesine düşünülmesi elzemdir. Öğrenenleri sosyal girişimcilik konusunda düşündürmeniz gerekmektedir. Sosyal girişimcilik kavramını anlıyorlar mı? Ardındaki düşünceyi? Sosyal girişimcilik konusunda ne düşünüyorlar? Hiç bir iş kurmayı düşündüler mi? Sosyal bir işletme kurmayı düşünürler mi?

Aynı zamanda, kendileri hakkında düşünceleri için de öğrencileri cesaretlendirin. Tutkuları nedir? Gelecekle ilgili hırsları, istekleri nelerdir? Hayatta neyi önemli bulurlar? Daha sonra yerel bölgelerini düşüncelerini sağlayın. Eksik olan nedir? Mevcut ama düşük kaliteli olan nedir? Mevcut ama haddinden fazla pahalı olan nedir? Çevrelerinde değinmek istedikleri büyük bir zorluk görüyorlar mı? Bölgede ve/veya toplumda ne yaratmak isterler?

Ders 3 - Girişimci Nitelikleri, Deneyimleri, Tutumları ve Becerileri

Bu derste, öğrenenler iş dünyası için gerekli olan girişimci nitelikleri, deneyimleri, tutumları ve becerilerini (QEAS) pratik edebilecekleri iki adet aktiviteye katılacaklar. Aktiviteler oldukça pratik ve hızlı yapılabilen karar verme aktiviteleridir. Öğrenenler, sınıftaki diğer takımlarla yarışma halinde olacak takımlar oluşturacaklar. Birinci aktivitede, kısa bir zaman dilimi içerisinde bir dizi soruya cevap vermeleri istenecek. Takım halinde çalışmak ve sorulara mümkün olan en kısa süre içerisinde cevap vermek zorundalar. Bu eğlenceli bir aktivitedir ve öğrenenlerin nitelik, deneyim, tutum ve becerilerini (QEAS) büyük oranda açığa çıkaracaktır. İkinci aktivite ise bir yumurtayı kırmadan belirli bir yükseklikten taşımak için bir yöntem geliştirmeleri gereken bir aktivitedir. Öğrenenlere kaynaklar verilecektir ve sadece bu kaynakları kullanabilirler. Bu aktivitenin arkasındaki fikir öğrenenlerin birlikte çalışmaları, bir çözüm yolu tasarlayabilmeleri ve bunu test edebilmeleridir. Bu iş sürecinin güzel bir örneğidir: problem - tasarım - test - gözden geçirme.



Bu aktivitelerin amacı öğrenenlerin oyunlar oynayarak iş dünyası için gerekli olan yeterlikleri geliştirmeleridir. Her iki aktivitede için de zaman yönetimi, yönergeleri okuma, yetkilendirme, takım çalışması, yaratıcılık, problem çözme, girişim ve yenilikçilik özelliklerine ihtiyaç duyacaklardır. İkinci aktivite, aynı zamanda iş sürecinin güzel bir örneğini oluşturmaktadır: problem - tasarım - test - gözden geçirme. Özünde şirketler için eğitim aktivitesi olarak tasarlanmış kullanışlı bir aktivitedir.



Başka kişilerle çalışma
Yaratıcılık
Planlama & yönetim
Belirsizlik, anlaşmazlık ve risk ile baş edebilme



1-3 Saat



Aktivite 1 - Rastgele istek
Aktivite 2 - Çok gizli - görev



Bu el kitabı & araçlar, birinci katta veya daha yüksekte olan bir sınıf, kağıt ve kalemler, kronometre, gazete, ip, plastik çantalar, selobant, ataş, kağıt, yumurtalar



Araç 4 – Rastgele istek
Araç 5 – Rastgele istek 2
Araç 6 – Talimatname Çok gizli - görev



Dersi / aktiviteleri tanıtın ve geri çekilin. Eğiticinin rolü çözümler önermek, takım çalışması ve yetkilendirmeyi cesaretlendirmek, motive etmek ve gelişim gözlemlemektir. Aynı zamanda aktiviteleri, amacı vurgulayarak tanıtın (iş süreci, QEAS ve takım çalışması konularında deneyim kazanmak). Kimi görevler, öğrenenlerin bir görevi bitirdiklerinde ya da başardıklarında size raporlamalarını gerektirmektedir. Bu nedenle öğrenenlerin size kolayca erişebilecekleri bir konumda bulunmanız önemlidir. Öğrenenlere fazla rehberlik etmek için herhangi bir sebep yoktur. Senaryo açıktır. Aktivitelerin değerlendirme sürecinde, öğrenenlerin kendi şirketlerini işletmeleri ya da başarılı bir çalışan olmak ile alakalı anahtar öğrenme noktalarını tanımlayabilmeleri gerekmektedir.

QEAS = Qualities (Nitelikler) + Experiences (Deneyimler) + Attitudes (Tutumlar) + Skills (Beceriler)

İster kendi işinize sahip olun, isterse de bir işletmede çalışın her gün karşılaşacağınız bir çok zorluk vardır. Bu çalışmayı oldukça heyecan verici, çeşitli ve kişinin öğrenmesi ve kendini geliştirmesi için bir fırsat haline çevirir. QEAS, kendi işinizde veya herhangi bir işletmede çalışmak istediğinizde sizi başarıya ulaştıracak olan çeşitli nitelikler, deneyimler, bu niteliklerin öğrenilmesi ve kullanılmasıdır. Bu aktiviteler, öğrenenlerin bir lider ve girişimci olarak ihtiyaç duyacakları etkili zaman yönetimi, detaylara önem verme ve problem çözümüne yaratıcı yaklaşımlar gibi becerileri öğretecektir. QEAS aynı zamanda istihdam ve istihdam edilebilirlik için de anahtar niteliğindedir. İşverenler, çalışanlarda aşağıdaki nitelikleri, deneyimleri, tutumları ve becerileri ararlar. Kendi işine sahip olmak isteyen insanların da aynılarına ihtiyaçları vardır.

İNİSİYATİF ALMAK	MOTİVASYON ve AZİM	YARATICILIK
KAYNAKLARI SEFERBER ETME	DİĞERLERİ İLE ÇALIŞMA	VİZYON
FİKİRLERE DEĞER VERME	FIRSATLARI FARK ETME	
TECRÜBE VASITASIYLA ÖĞRENME	DİĞERLERİNİ SEFERBER ETME	
FİNANSAL & EKONOMİK OKURYAZARLIK	PLANLAMA & YÖNETİM	
ANLAŞMAZLIK, BELİRSİZLİK ve RİSK İLE BAŞ ETME		
ETİK & SÜRDÜRÜLEBİLİR DÜŞÜNCE	ÖZ FARKINDALIK & ÖZ YETERLİK	



Aktivite 1 - Rastgele istek

Bu aktiviteye Rastgele istek adı verilir ve öğrenenlerin QEAS özelliklerini geliştirecektir. Bu aktivite oldukça kullanışlı ve öğrenenlerin küçük takımlar halinde çalışmalarını üzerine kurulmuştur. Takımlar, sınıftaki diğer takımlar ile yarışma halinde olacaktır. Aktivite, öğrenenlerin çeşitli sorular, bulmacalar, problemler ve zorluklar ile baş etmelerini gerektirir. Takım halinde çalışmalarını ve mümkün olan en kısa süre içerisinde cevaplar ve çözümler üretmeleri gerekir. Araç 4 - "Rastgele İstek" öğrencilere fotokopi olarak verilebilir. Aşağıdaki aktivitelerin detaylı açıklamalarını Araç 4'te bulabilirsiniz.

Kralınızı taçlandırın (30 puan)

Renklerinizi direğe çivileyin (50 puan)

Akıllı zihinler için cin fikirli sorular (40 puan)

Söyleyecek söz yok (20 puan)

Şişele (30 puan) (EĞİTMENLERİN DİKKATİNE: BU TUZAK BİR AKTİVİTEDİR. YANİ BÖYLE BİR AKTİVİTE YOKTUR, ÖĞRENENLERE BÖYLE BİR AKTİVİTE OLMADIĞI ŞEKLİNDE CEVAP VERMELİSİNİZ)

Kış geliyor (40 puan)

Modern zaman şairleri (100 puan)
Geziyoruz (20 puan)
Doğayı koru yada evine dön (50 puan)
Aydınlanma yolu (100 yada eksi 30 puan)
Gülüyor mu? (20-100 puan)
Mama mia! (60 puan)
Özel K diyeti (20 puan)
Buna sihir derim (30 puan)
Köklerinizi tanıyın (60 puan)
Sürekli azalan daireler (30 puan)
Büyük amaçlar (40 puan)
Dil delisi (30 puan)
Yarışma biter 30 puan)

Araç 5 - Rastgele İstek 2 bu aktivitenin nasıl değiştirilebileceğini ve nasıl daha fazla Sosyal Girişimcilik çeşni eklenebileceğini gösterir. En iyi biçimde ulusal / bölgesel nitelikler ve durumlar için kullanılabilir.

Araç 5'i kullanırken, öğrenenlerin takımlar oluşturması ve verilen sürede tamamlayabildikleri kadar çok aktiviteyi tamamlamaları gerekmektedir. Her bir aktivite için öğrenenler puanlar kazanırlar. Ancak... öğrenenlerin aktiviteyi gerçekten yaptığını gösteren kanıtlar olması gerekir. Fotoğraflar ve videolar hazırlayarak bunları bir sunum haline getirmek zorundadırlar. Süre bittiğinde başarılarını sunmaları gerekir.



Aktivite 2 - Çok gizli - görev

Sınıfı küçük gruplara ayırın ve kaynakları verin. Aktiviteyi açıklayın.

Bu aktivitede, öğrenenlerin gizli servis için çalıştıklarını ve çok önemli bir görevleri olduğunu düşünmeleri gerekir. Çok kırılğan bir kap içerisinde muhafaza edilen çok gizli bir bilgiyi gizli tutmakla sorumludurlar. Gizli bilgiyi binanın dışına, güvenli bir yere çıkarabilecekleri bir ulaşım yöntemi tasarlamalıdırlar.

Bunun tek yöntemi bilgiyi pencereden dışarı güvenli bir yere ulaştırmaktır. AMA unutulmamalıdır ki, bilgi çok kırılğan bir kap içerisinde saklanmaktadır ve... bilginin dışarı sızması için bu kabın kırılmaması gerekmektedir.

Aktivite bilgisi:

Kap bir yumurtadır

Yumurta üst katlardaki bir pencereden dışarı çıkartılacaktır

Yumurta çatlamamalı ve kırılmamalı yoksa gizli bilgi dışarı sızar!

Öğrenenlerin kendilerine yardımcı olacak bazı ekipmanları vardır:

- gazete
- ip
- plastik çantalar
- selobant
- ataş
- kağıt

Her grubun bir fikir geliştirip, tasarlamak ve çizmek için 15 dakikası var. Yumurtayı kırmadan pencereden aşağı indirebilecek bir icat geliştirecekler. Sadece onlara verilen kaynakları kullanabilirler. Öğrenenlerin yapması gereken 3 şey vardır:

- İcatlarına bir isim vermek (5 puan)
- İşe yarayacağını düşündükleri icadı grup içerisinde tartışmak (5 puan)
- Tasarımlarını gösteren bir şema çizip etiketlemek (20 puan)

15 dakikanın sonunda eğitmen yapılan işi değerlendirir ve öğrenenlere geri dönüt verir.

Öğrenenlerin yumurtayı güvenle indirmek için 20 dakikaları vardır. Fikirlerini yumurtanın kırılmayacağı biçimde güvenli ve renkli olarak geliştirmeleri gerekir. İcatlarını yumurtanın kırılmayacağı biçimde üretirler.

Fikir: 10 puan

Takım çalışması: 10 puan

Yapım/İnşa: 10 puan

Dekorasyon: 10 puan

Genel: 10 puan

20 dakikanın sonunda eğitmen görevleri puanları üzerinden değerlendirir ve öğrenenlere geri dönüt verir.

Daha sonra eğitmen yumurtayı icatların içerisinde üst kat penceresinden yere bırakarak test eder ve kırılıp kırılmadığını kontrol eder.

Başarı: 30 puan

Düşük başarı: 10 puan

Yumurta kırıldı: 0 puan

Araç 6 - "Talimatname Çok gizli - görev" oyunun yönergelerini ve fikri geliştirmek için bir sayfa içerir. Yönergeleri dikkatli biçimde okumalarını ve daha sonra küçük gruplar halinde çalışmalarını isteyin. Sondaki değerlendirme ve gözden geçirme iş süreci sıralaması, takım çalışması gereksinimi ve yenilikçi tasarım konularına odaklanmalıdır.



Derinlemesine Düşünme - tüm sınıf, küçük gruplar halinde ya da bireysel

Burada tartışmayı yönetirken pro-aktif bir rol almanız önerilir ve bu belki de en güzel biçimde küçük gruplar halindeki öğrenenler ile ve her grupta tartışma boyunca rehberlik edebilecek bir mentör veya eğitmen eşliğinde yapılır. Burası öğrenenlerin planlamanın önemi, takım olarak çalışmak, farklı insanların beceri ve yeteneklerini kullanmak, yaratıcı olmak gibi anahtar çıkarımlar yapabildikleri aktivitenin önemli bir kısmıdır. Derslerde öğrenilen derslerin gerçek hayat durumlarına nasıl uygulanabileceğini vurgulayın. İş süreci sıralaması, takım çalışmasının gerekliliği ve yenilikçi tasarım üzerine odaklanın.

Aşağıdaki sorular değerlendirme için ister sınıftaki tüm öğrenciler ile, isterse küçük gruplar halinde veya bireysel olarak kullanabileceğiniz kılavuz sorulardır.

- Rastgele istek ve Çok gizli - görev aktivitelerini sevdimiz mi? Hoşunuza giden neydi? Pek hoşunuza gitmeyen ne oldu?
- Rastgele istek ve Çok gizli - görev aktiviteleri hangi beceri ve tutumları geliştirip, test etmeyi amaçlıyordu?

-
- Siz bu beceri ve tutumları geliştirdiniz mi?
 - Biraz daha fazla pratikle, kendinizi bunu diğer öğrenenlere de öğretebilir hissediyor musunuz?
 - Oyunu geliştirmek adına neleri değiştirirdiniz?
 - Sizce bireysel olarak oyundaki performansınız nasıldı? Neleri iyi yaptınız? Neleri daha iyi yapabiliirdiniz?
 - Grubunuzun performansı nasıldı? Grubunuz neleri iyi yaptı? Neleri daha iyi yapabiliirdi?
 - Bu derste öğrendiğiniz en önemli şey nedir?
 - Bu öğrenmeler sizin daha çok istihdam edilebilir oluşunuza veya bir işletme açmanıza nasıl yardımcı olacak?
-

Bölüm 2

İlham alma

Normal işletmeleri ile sosyal işletmeleri ve aralarındaki farkı anlamak bu kursun ilk adımıydı. Şimdi, iş dünyasında biraz daha derinlere dalma ve insanların işletme kurmalarının ardındaki motivasyon kaynakları, iş dünyasındaki başarı ve başarısızlık durumları, bölgedeki işletme örnekleri ve rol modeller hakkında düşünme zamanı. Kursun ikinci kısmı ilham almak için hazırlanmıştır. Bu nedenle tüm dersler asıl uygulamaları ve gerçek dünya ile yakından alakalıdır.

İş dünyasının en önemli yanlarından bir tanesi dinlemek ve diğer insanlardan bir şeyler öğrenmektir. Bu nedenle bu bölümün son dersi rehberlik üzerinedir. Bu ders dünyada rehberliğe getirilen yeni bir yaklaşımı içerir: Gençlik Öncülüğünde Rehberlik. Bu yaklaşım çerçevesinde öğrenenler kendi sosyal ağları içerisinde bir rehber bulmaları konusunda teşvik edilir. Bu bağlamda şu sorular hakkında düşünceleri istenir: Rol modelleri kimdir? Kendi çevrelerinde kendilerine ilham verem birini bulabilirler mi? Kendisinden bir şeyler öğrenebilecekleri birileri var mı? Hedeflerine ulaşmalarında onlara yardımcı olabilecek birileri?

Ders 4: Neden bir (sosyal) işletme açalım?

Bu derste öğrenenler mevcut işletmeler ve insanların işletme açmalarının ardındaki motivasyon hakkında araştırma yapacaklar. İnternet, kitaplar ve gazetelerden faydalanabilecekleri gibi doğrudan yerel bölgede yer alan iş yeri sahipleri ile doğrudan da konuşabilirler. Buradaki amaç bölgesel, ulusal veya uluslararası işletmelerin yönetilmesi anlayışı ve bilgisini öğrenende oluşturmaktır. Öğrenenler daha sonra edindikleri bilgileri sınıftaki diğer öğrenenlere sunacaklar ve böylece öğrenenler birbirlerini de dinleyip, yine birbirlerinden yeni şeyler öğreneceklerdir.



İnsanların bir işletme açmalarının ve işletmelerinin birçok sebebi vardır. Bunları araştırarak, öğrenenler iş insanlarının iş yeri açmaları ardındaki motivasyon, iş yerini açarken attıkları adımlar ve işletmeyi açmayı planlarken ve açma safhasında onları etkileyen şeyler konusunda bir anlayış geliştireceklerdir. Bu bir iş fikri üzerinde düşünürlerken, öğrenenlere yardımcı olacaktır.



- Yaşayarak öğrenme
- Kaynakların yönlendirilmesi
- Diğer kişilerin yönlendirilmesi



1-3 saat



Aktivite 1 - Sosyal işletmeleri araştır, bir iş dosyası yaz ve sun



Bu el kitabı ve araçlar, sınıf, internet erişimi (bilgisayarlar, tabletler, kişisel mobil araçlar), kitaplar, iş dergileri, gazeteler vs.



Araç 7 - İş dosyası oluşturma (detaylandırma)
Araç 8 - Mülakat formatı



Eğitmenler dersin başında resimleri ve kısa videoları kullanabilirler. Ders bazı yerel, ulusal ve uluslararası şirketlerden örnekler içerir. Aynı zamanda öğrenenlerin aşına olduğu bölgesel örneklerin de bunlara dâhil edilmesi önerilir. Öğrenenlere bu dersin anahtar noktasının diğer insanların işletme açmalarının ardındaki motivasyondan bir şeyler öğrenmek olduğunu açıklayın. Kolayca ilişki kurabilecekleri yerel işletmelerin de, ünlü uluslararası şirketlerden kadar öğrenme kaynağı olduğunu görmeleri de önemlidir.

Araştırma süresinin sonunda, lütfen öğrenenlerin öğrendiklerini bir sunum vasıtasıyla diğerleri ile paylaştıklarından emin olun. Sunum, öğrenenlerin yenilikçi bir sunum hazırlamaları için mükemmel bir fırsattır, bu belki bir video, bir fotografik kayıt, ya da en iyi ipuçları şeklinde veya benzeri şekilde hazırlanmış bir sunum olabilir.

Bir işletme, bir taksi sürücüsü, bir kafe veya uluslararası bir telekom imparatorluğu olabilir. Öncelikli hedef para kazanmak olabilir, bir şirketin yüksek anlamda bir kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı olabilir ya da şirketin sosyal etki anlamında kendi odak noktası olan bir işletme olabilir. İşletme her ne olursa olsun, onların var olmadıkları bir zaman vardı ve onların kuruluş ve büyüme hikayeleri bugün işletme açmak isteyen insanlar için değerleri dersler barındırır niteliktedir. Bu üç örnek öğrenenlere kendi araştırmalarında ilham verici olabilir:

Toms shoes: <https://youtu.be/7MV3HWQHI1s>



Tony Chocolonely <https://youtu.be/GmLqQCAUQ98> (Flemenkçe)



TNT: <https://youtu.be/tDruG0lz9Go>



Birçok insan, bir uluslararası şirketin, yardım kuruluşunun, bir mağazanın veya fabrikanın ne olduğunu bilir. Ancak tüm dünyada en hızlı biçimde genişleyen işletme modeli sosyal işletmedir. Bunun ne olduğunu bilmenin önemli olmasının yanı sıra, aynı zamanda ilginçtir. Sosyal işletmelerin ve sosyal girişimlerin ilginç olmasının sebebi, bunların kar yapmak için var olan şirketler olmaları ancak karlılıklarını etik bir şekilde elde edip, yine etik bir şekilde harcamalarıdır. Bir sosyal işletmenin yerel bir hedefi de olabilir: yerel iş gücünü kullanabilir, parasını yerelde harcayıp, karını yine yerelde tutabilir. Bu gitgide popülerliği artmakta olan bir işletme yöntemidir.

Ticaret, bir sosyal işletmenin sosyal fayda sağlamasını sağlar ve bu nedenle sosyal işletmeler ticaret yapar ve para kazanır. Bu sosyal işletmelerin, ve onların sahiplerinin, devletin / hükümetin parası olmadan yerel hayatta iyileştirmeler yapabilmeleri ve bu iyileştirmelerin yerel halkın istediği ve fayda sağlayacağı iyileştirmeler olması anlamına gelmektedir.

Birleşik Krallık, Avrupadaki en büyük sosyal işletme / sosyal girişim sektörüne sahiptir.

İngiliz bir iş adamı tarafından 2015 yılında yapılan bir konuşma:

"Etik olarak kar elde etmek ve onu ahlaki bir şekilde harcamak, iyi şeylerin yapılmasına ve getirilerin paylaşılmasına izin verir."

Şu an hayatta çok fazla yanlış var - yerel olarak, yaşadığımız yerde, Avrupa'da ve dünyada. Bugün, kesintilerin, ekonomik durgunlukların, politikacıların, öğrenmek bilmez bürokratların veya herhangi bir başkasının insanları bölünmüş, eşit olmayan biçimde, aç ve çeker halde, başarısız, yoksulluk içinde ve istenmeyen biri olarak tutmalarının üstesinden gelmek için bir yol inşa etmek gerekir.

Tutkum, sorunlara sürdürülebilir çözümler üretmektir - Wolverhampton'daki genç bir adamın yeteneklerini kullanabilmesini, ayrımcılığa maruz kalmamasını ve bu yüzden başarısızlığa uğramamasını istiyorum; yalnız yaşayan büyükannenin hak ettiği desteği almasını istiyorum; yerel Cerebral Palsy merkezindeki insanların biraz olsun bağımsızlık elde edebilmeleri adına yaşam becerileri geliştirmelerini istiyorum, eğitilmiş olmayan Bangladeş kökenli kadınların işe giden yolda olmasını istiyorum.

Devletin, bu durumların herhangi biri için herhangi bir cevap olduğuna inanmıyorum - devlet, cevabın bir parçası olabilir; ancak yoksulları, yaşlıları, engellileri, LGBT topluluklarını, etnik grupları ve gençleri devlete bağımlı oldukları bir yere koyabilir. Onları, politikacıların, kırmızı bandın, ekonomik durgunluğun ve kaprisin merhametine bırakıyor. Ben bunu istemiyorum.

Bu konuşmada altta yatan bir varsayım var - hepimiz toplumdaki eşitliği nasıl arttırabileceğimiz ile ilgileniyoruz. Toplumda eşitliği arttırmak, yerel toplumumuzun yanı sıra küresel toplumda, sosyo-ekonomik yaşam, yaşamın temel unsurlarına erişim, özgürlük ve herkesin eşitliği anlamına gelir... belki de en başta gelen olanak vermek ve yetkilendirme yoluyla fırsat eşitliği.

Bu yolla, eşitlik olduğu için ırk, renk, cinsiyet, cinsellik, din, geçmiş, yer ve engellilik ayrımının olmadığı bir toplum için çalışabiliriz.

Çalışmalarım, devlete bağımlılığı azaltmak, hibelere bağımlılığını azaltmaya odaklanmaktadır - devleti veya hibeyi kaldırmak değil, onlara bağımlılığı azaltmak. Girişimciliğe ve ticarete inanıyorum - "The Wolf of Wall Street" tarzında aşırılık ve bencillik ile değil, insanların ihtiyaç duyduğu ve arzuladığını etik bir şekilde sunarak ticaret yapıyorum.

Kar etmek gerçekten iyi bir şeydir - etik ve sosyal amaçlı kullanılırsa. Dahası, ticaret yaparak ve devlete olan bağımlılıktan kurtularak, insanlara nasıl yardımcı olabileceğimiz, nasıl bir gelecek topluluğu kuracağımız ve toplulukları kiminle birlikte geliştireceğimiz konusunda kendi seçimlerimizi yapabiliriz ve ayrıca çalışmalarımızın temeline insanlık değerlerini koyarız - sahip oldukları yeteneler, yapabilecekleri katkılar ve sahip oldukları potansiyele saygı duyarak. Sosyal girişim vasıtasıyla ve gruplar ile toplulukları kendi sorunlarıyla kendi başlarına mücadele etmeleri için kendi kapasite ve kaynaklarını oluşturma konusunda destekleyerek bir fark yaratılabileceğine inanıyorum... yerel çözümler, yerel faydalar için yerel kaynakların kullanılması ve daha sonra bunu topluluklar arasında paylaşmak.

Yalnızca Birmingham'ı değil, AB'yi de göz önünde bulundurarak, etik ticari işletmelerin çarpıcı örnekleri var - bazıları Adil Ticaret hareketi gibi iyi bilindiği halde, Yunanistan'daki AKEP gibi diğerleri daha az biliniyorlar. İş dünyasında doğası gereği etik davranış ile uyum olmayan hiçbir şey yok, tıpkı yüzyıllar önce burada Birmingham'da Cadbury ailesi ile gördüğümüz gibi.

Sosyal bir teşebbüsün ne olduğunu tanımlamaya yönelik çok sayıda girişim var... Tartışmayacağımı itiraf etmeliyim! Bana oldukça açık görünüyor... haydi ticarete devam edelim, haydi iyi şeyler yapalım, haydi bir fark yaratalım ve ondan sonra tanımlar ve sınıflamalar hakkında endişelenebiliriz.

Aktivite 1 – Sosyal işletmeleri araştır, bir iş dosyası yaz ve sun



Öğrenenler bir tane yerel bölgeden, bir tane ulusal düzeyden ve bir tane de uluslararası olmak üzere üç adet sosyal işletme seçmeli ve bunlar hakkında bilgi edinmelidirler. Hem ilk el hem de ikinci el veriler kullanarak araştırma yapmak konusunda teşvik edilmeliler ve bunun için yerel iş insanları ile mülakatlar yapabilirler, internet veya yerel gazetelerden faydalanabilirler. Öğrenenler araştırmayı bağımsız olarak veya grup halinde yapabilirler ve ardından bulgularını tüm eğitim grubuna sunabilirler. Sunum, onlara yenilikçi olma ve çeşitli medya türlerini kullanma fırsatı sunar. Bulgularını özetlemek için Araç 7 - İş dosyası formatı (detaylı) ve bir şirketle mülakat yapmak için ise Araç 8 - Mülakat formatı dosyalarını kullanabilirler.



Grup halinde derinlemesine düşünme

Sınıf ile şunları tartışın: Bu dersten öğrendikleri en önemli şey nedir? Örnekler onlara ilham verdi mi? En ilham verici olan hangisiydi? Bu öğrenme onları daha çok istihdam edilebilir kıldı mı ya da kendi iş yerlerini açmaya daha da yaklaştırdı mı?

Ders 5 - Bir işletmeyi (insanı) başarılı yapan nedir?

5. ders, öğrenenlerin kimi işletmeler başarılı olurken, diğerleri neden başarısız oluyor sorusuna yanıt bulmalarına yardımcı olacaktır. Neler yapmaları gerektiği ve nelerden kaçınmaları gerektiği hususunda çok önemli bilgiler edinebileceklerinden, bu bölüm çok önemlidir. Aynı zamanda, başarılı ve başarısız iş insanları hakkında tamamlamaları gereken bir araştırma mevcuttur. Bu görev, ileride, iş bulma sürecinde veya kendi fikirlerini geliştirirken başvurabilecekleri ve hatırlayacakları bir anahtar noktalar listesi oluşturmalarına yardımcı olmalıdır.

Bu öğrenenlere rol modelleri tanıtmının bir yöntemi olduğu gibi internetin yanı sıra diğer insanlardan bilgi edinmeyi de öğretmenin bir yoludur. Dersin sonunda öğrencilerin elinde bir en iyi ipuçları listesi olması ve iş dünyasında başarı ve başarısızlık konusunda bir anlayış geliştirmiş olmaları amaçlanmaktadır.



Hepimiz için öğrenmenin en iyi yollarından bir tanesi başkalarının deneyimlerinden öğrenmek ve onların tavsiyelerini dikkate almaktır. Bu daha iyi işler yapmamız için bize ilham verebilir veya hatalardan kaçınmamıza yardımcı olabilir. İş ve çalışma dünyasının en önemli yanlarından birisi diğerlerini dinlemek ve onlardan bir şeyler öğrenmektir.



- Yaşayarak öğrenme
- Diğer kişilerin yönlendirilmesi



1-3 saat



Aktivite 1 - Bir işletmeyi (insanı) başarılı yapan nedir?



Bu el kitabı ve araçlar, sınıf, internet erişimi (bilgisayarlar, tabletler, kişisel mobil araçlar), kitaplar, iş dergileri, gazeteler, beyaz tahta, tahta kalemi, post-it kâğıtları



Araç 9 - Başarı ve başarısızlık hikâyeleri şablonu



Öğrenenlerin araştırmayı nerede yapacakları konusunda verilecek tavsiyeler ve birinci el veri ile ikinci el veriyi birleştiren bir yaklaşım oldukça kullanışlı olacaktır. Öğrenenler topladıkları veriyi birbirleri ile değiş tokuş etmeli ve böylelikle bilginin bir özeti ve en iyi ipuçları dosyası oluşturulabilmelidir.

Kimi işletmeler başarılı olurken diğerlerinin başarısız olmasının ve bazı insanlar başarılı birer iş insanı olabilirken diğerlerinin başarısız olmasının birçok nedeni vardır. Başlangıç olarak aşağıdaki videoyu öğrenenlere izletebilirsiniz. Bazen işler görüldüğü gibi değildir.

Video Ünlü Başarısızlıklar: <https://youtu.be/zLYECljmnQs>



Aşağıdaki video başarılı şirketlerin en acayip iş fikirlerinden doğabileceğini göstermektedir. <https://youtu.be/gMfRUDFCoqA>



Aktivite 1 – Bir işletmeyi (insanı) başarılı yapan nedir?

Peki, bir işletmeyi veya iş insanını başarılı yapan şey nedir? Her şey para kazanmak mıdır yoksa önemli diğer noktalar da var mıdır? Ya bölgedeki sosyal problemlere fayda sağlamak? Kendiniz için tatminkâr ve doyurucu bir hayat?

Öğrenenlerin başarılı ve daha az başarılı şirketleri araştırmalarını sağlayın. Neden bazı şirketler başarılı, bazıları ise başarısız oluyor? Örneklerini rapor etmek için Araç 9 - Başarı ve başarısızlık hikâyeleri şablonunu kullanabilirler. Öğrenenleri harekete geçirmek için, eğitmen kimi başarı ve başarısızlık hikâyeleri örnekleri verebilir (Örneğin; McDonalds para kazanma bakımından başarılı, kurumsal sosyal sorumluluk açısından o kadar da başarılı değildir, Toms shoes çok başarılı bir sosyal girişimcilik örneğidir, Imtech ve V&D iflas eden şirketlerdir vb.).

Tüm öğrenenler hazır olduğunda, eğitmen tahtaya bir çizgi çizer. Çizginin bir ucunda

BAŞARI diğer ucunda ise BAŞARISIZLIK yazar.(Aşağıdaki örneği inceleyiniz.)

SUCCES_____ FAILURE

Eğitmen post-it notlarını öğrenenlere dağıtır. Öğrenenler Araç 9 - Başarı ve başarısızlık hikâyeleri şablonunu kullanarak raporladıkları başarı ve başarısızlık sebeplerini kâğıtlara yazarlar. Daha sonra bu kâğıtları tahtadaki çizgi üzerinde bir yere yapıştırarak sıralarlar. Son olarak, neden bu kararı verdiklerini açıklamak zorundadırlar.



Grup halinde derinlemesine düşünme

Burası öğrenenlerin araştırmalarını kendi ilgi ve tutkuları doğrultusunda uygulayabilecekleri dersin anahtar noktasıdır. Başarı ve başarısızlık konusunda tecrübe sahibi olmalı ki, kendi işletmelerinde ve iş yaşamlarında kullanabilsinler.

Sınıf ile şunları tartışın: Bu dersten ne öğrendiler? Bu araştırmadan size iş dünyasında yardımcı olabilecek hangi dersler çıkartılabilir? Diğer öğrenenlerin fikirlerinden neler öğrendiler? Bu öğrenme onları daha çok istihdam edilebilir kıldı mı ya da kendi iş yerlerini açmaya daha da yaklaştırdı mı?

Ders 6 - Misafir konuşmacı / İşletme ziyareti

Diğer insanların tecrübelerinden bir şeyler öğrenmek oldukça önemlidir. Bu nedenle bir misafir konuşmacı veya işletme ziyareti büyük bir ilham kaynağı olacaktır.



Bu dersin amacı, misafir konuşmacı veya işletme ziyareti aracılığı ile öğrenenleri sosyal girişimcilik konsepti hakkında heyecanlandırmak ve onlara ilham vermektir.



- Yaşayarak öğrenme
- Etik & sürdürülebilir öğrenme



1-3 saat



Aktivite 1 - Misafir konuşmacı ve / veya İşletme ziyareti



Bu el kitabı, sınıf, misafir konuşmacı veya işletme ziyareti, sosyal girişimci için bir hediye



-



Bir işletmeyi ziyaret edin veya öğrenenlerin hayal gücüne hitap edecek bir sosyal girişimciyi davet edin. Öğrenenler için ilham verici bir rol model bulabilmek için yerel / bölgesel iş geliştirme merkezi, ticaret odası, danışma programları veya sosyal iş çevresi ile iletişime geçin.



Aktivite 1 - Misafir konuşmacı ve / veya İşletme ziyareti

Bir işletme ziyareti ayarlayın ya da bir sosyal girişimciyi davet edin. Her iki durumda da öğrenenlerin işletmenin nasıl başladığı / kurulduğu ile ilgili net bir resim algıladıklarından emin olun. İşletmenin ulaşmak istediği toplumsal etkiyi net olarak anlamaları gerekmektedir. Öğrenenlere soru sorma fırsatı da verin.



Grup halinde derinlemesine düşünme

Öğrenenlere bu dersi ilginç ve ilham verici bulup bulmadıklarını öğrenenlere sorun. Öğrendikleri en önemli şey ne oldu? Pozitif olan neydi? Negatif olan neydi? Kendi işletmelerini kurmaları için ilham verici oldu mu?

Ders 7 - Mesleki gölge çalışması

İlham almanın bir diğer yolu da, mesleki gölge çalışmasıdır. Pratik öğrenme, en iyi öğrenme yöntemlerinden biridir.



Bu dersin amacı mesleki gölge çalışması ile öğrenenleri sosyal girişimcilik konsepti konusunda heyecanlandırmak ve onlara ilham vermektir.



- Yaşayarak öğrenme
- İnisiyatif alma
- Öz farkındalık & Öz yeterlik



2-8 saat



Aktivite 1 - Mesleki gölge çalışması



Bu el kitabı, mesleki gölge çalışması



-



Öğrenenler mesleki gölge çalışmasına başlarken, bunu yapmak için kendilerine güvendiklerinden emin olun.



Aktivite 2 - Mesleki gölge çalışması

İsminden de anlaşılacağı üzere, mesleki gölge çalışması birisini işini yaparken takip etmektir. Neler yaptığını bakar ve gözlemlersiniz. Öğrenenler mesleki gölge çalışmasını bir (sosyal) girişimci ile yapabilirler. Mesleki gölge çalışması sırasında:

- Mesleğin gerektirdiklerini “gerçek hayat içerisinde” görebilirler.
- Her türden soruyu sorabilirler.
- İşle birlikte gelen koşuşturma ve heyecanı tecrübe edebilirler.
- İşin ne gerektirdiğini görebilirler.
- İşin nasıl üstesinden geldiklerini görebilirler.

Mesleki gölge çalışması sırasında öğrenenin atması gereken adımlar şöyledir:

- Mesleki gölge çalışması yapabileceğiniz birini bulun ve katılması için onu ikna edin. Eğer öğrenenler takip edebilecekleri birini bulmakta sıkıntı yaşarlarsa bölgedeki danışmanlık programları ile irtibata geçebilirler.
- Amacını tartışın, açıklayın
- Ayarlamaları yapın

Öğrenen mesleki gölge çalışmasını tamamladıktan sonra, tecrübe ettiği şeyleri derinlemesine düşünmesi önemlidir. Bu nedenle öğrenen Araç 10 - Mesleki gölge çalışması derinlemesine düşünme formunu kullanarak kısa bir rapor yazmalıdır.



Grup halinde derinlemesine düşünme

Mesleki gölge çalışması yapan öğrenenlerin tecrübelerini birbirlerini ile tartışmalarını sağlayın. Bu onların birbirlerinden öğrenmelerini sağlayacaktır. Derinlemesine düşünme raporu tartışma sırasında kılavuz olarak kullanılabilir.

Ders 8 - Ben ve rehberim

İlham almanın çok iyi bir yolu bir rol model, başka bir deyişle, bir rehber aramaktır. Eğer öğrenenler hâlihazırdaki özel çevrelerinde pozitif bir rol model eksikliği yaşıyorlarsa, bir rehber kişisel liderlik, eğitim ve kariyer gelişimi konularındaki ikilemlerde yardımcı olabilir. Rehberlik toplumda geniş uygulama alanları olan bir araçtır. Bu ders yeni bir rehberlik yaklaşımı olan Gençlik Öncülüğünde Rehberlik (Youth Initiated Mentoring)'i tanıtacaktır. Bu gençlerin hâlihazırda sosyal çevreleri içerisinde yer alan bir yetişkini kendilerine rehber seçtiği bir yaklaşımdır.



Bu dersin amacı öğrenenlerin kendi rehberlerini bulmalarını desteklemektir. Rehberler, girişimci zihniyet, eleştirel düşünce ve sosyal beceriler gibi 21. yüzyıl becerilerinin gelişimini etkiler. Birçok araştırmanın gösterdiği gibi, bu beceriler öğrencilerin (okul) kariyerleri ve yaşam boyu öğrenmeleri müddetince elzemdir. Rehberler, özellikle kendi çevrelerinde kişisel ve profesyonel gelişim konusunda destek ve güven eksikliği yaşayan gençlerin bu becerilerini geliştirmeleri için gereklidir. Bu durumda, öğrenciler, bölgelerindeki danışmanlık (rehberlik) programı vasıtasıyla bir rehber başvurusunda bulunabilir.



- Yaşayarak öğrenme
- Öz farkındalık & Öz Yeterlik
- Vizyon
- İnisiyatif alma



2 saat



Aktivite 1 – Ben ve mentörüm



Bu el kitabı, bölgesel danışmanlık programı



-



Eğer bir öğrenen, rehberliğin imkânlarını keşfetmek isterse, lütfen ona yardım edebileceğinizden emin olun. Rehberlik kavramına aşina olmak ve bölgedeki rehberlik programları hakkında bilgi sahibi olmak önemlidir ve önerilir.

Rehberlik, insanları okulda, iş dünyasında ve örgütlenmelerde başarıya yönlendirmek için dünyaca tanınan bir araçtır. Rehberlik, bireyin büyüme ve başarısına gerekli katkıyı sağlayan, bir tür koçluk ve örgülenimdir. Gençlerin kariyer ve yaşam beklentilerini fark etmelerini sağlamak için ek olarak cesaretlendirilmelerini sağlar. Rehberlik toplum içerisinde geniş uygulama alanları olan bir araçtır.

Gençlik Öncülüğünde Rehberlik (Youth Initiated Mentoring) bir danışmanlık bürosundan rehber atanmasından ziyade, gençlerin kendi rehberlerini kendi çevrelerinden kendilerinin atadığı rehberlik programları tarafından kullanılan bir yaklaşımdır. Rehberlik programları, bu yaklaşımı danışanların rehberlik sitesinin ötesindeki rehber fırsatlarını keşfetmelerine olanak sağlar biçimde kullanabilir. Danışanlar kendi sosyal çevrelerinden olan ve hâlihazırda kişiler arası ilişkilere sahip oldukları bireyleri (koçları, öğretmenler, ailesi, arkadaşları vb. gibi) rehberleri olması için önerebilirler. Program daha sonra rehber adayı ile iletişime geçer ve yakın ilişki kurmak için çalışır. Araştırmalar gösterir ki; Gençlik Öncülüğünde Rehberlik (Youth Initiated Mentoring) rehberlik eşlemelerinde daha yüksek oranda sürdürülebilirlik sonuçlarına sahiptir.

Bir rehber neden önemlidir?

- Güçlü bir rol model ile tanışırsınız
- Geleceğiniz ve tercihleriniz hakkında fikirler elde edersiniz
- Farklı bir perspektiften bakmayı öğrenirsiniz
- İletişim kurmayı ve dinlemeyi öğrenirsiniz
- Hedefler koymayı ve adım atmayı öğrenirsiniz.



Aktivite 1 – Gençlik Öncülüğünde Rehberlik (Youth Initiated Mentoring): Rehberini bul!

“Kendi rol modellerini bul, diğerlerinin tecrübelerinden öğrenerek devam et.”
Öğrenenler bir rehber aramak istediklerini, atacakları adımlar aşağıdaki gibidir:

Adım 1. Öncelikle hedeflerinizin ne olduğunu ve bir rehberde neler aradığınızı gözden geçirin.

Adım 2. Çevrenizde bu rolü üstlenebilecek birileri var mı? İlham verici bulduğunuz ve güven veren birisi? Bağlantınızın olduğu birisi? Tercihlerinizi tanıyan ve ilerlemeniz için sizi cesaretlendiren birisi? O kişiden rehberiniz olmasını isteyin!

Adım 3. Rehberinizi bölgenizdeki rehberlik programına bildirin. Kendiniz ve rehberiniz için var olan destek enstrümanlarını ve araçlarını isteyin.

Adım 4. Düzenli olarak buluştuğunuzdan emin olun, örneğin her iki / üç haftada bir kez. Bir sonraki randevuya kimin ön ayak olacağı konusunda anlaşın.

Adım 5. Rehberlik toplantılarınızın konusu son zamanlardaki deneyimleriniz olsun ki birlikte beyin fırtınası yapabilsin. Bu yolla yeni iç görüler kazanırsınız.

Adım 6. Konuşmalarınızı bir kayıt defterine kaydedin ve bunu portfolyonuza ekleyin. Bu sayede kişisel ve profesyonel gelişiminizin bir kanıtı olmuş olur.



Grup halinde derinlemesine düşünme

Öğrenenlerin rehber bulma sürecindeki deneyimlerini paylaşmalarını sağlayın.

Bölüm 3

Kendi sosyal girişimini yaratma

Artık sosyal girişimcilik kavramını bütünüyle bildiklerine ve sosyal girişimciler, rol modeller ve bölgedeki işletmeler tarafından bütün yönleriyle ilham aldıklarına göre, kendi sosyal fikirlerini üretmenin vakti gelmiştir. Farklı aktiviteler aracılığıyla öğrenenler kendi sosyal fikirleri üzerinde çalışacaklardır.

İlk derste öğrenciler bir yandan kendi tutkuları, yetenekleri, hırsları ve ilgileri hakkında düşünecekler, bir yandan ise bölgedeki zorlukları ve problemleri tespit edeceklerdir. Bu derste yer alan aktivite, bu ikisi arasında bir eşleşme yapmakta ve buradan herhangi bir iş fikri çıkıp çıkmayacağını test etmektedir. 2. derste öğrenciler pazarlar ve pazarlama hakkında bilgi edineceklerdir. Pazarlar ve pazarlama (sosyal) işletmeler için elzemdir. Pazar yoksa iş de yoktur. Bu nedenle, öğrenenler pazar ve pazarlamanın ne olduğunu öğrenecek, pazarlama kampanyalarını araştırarak ve kendileri bir pazarlama kampanyası oluşturacaklardır. Ders 11'de öğrenenlerden 3S modeli ve Sosyal Eğilim Kanvası da dâhil olmak üzere değişik iş modelleri üzerine kendi sosyal fikirlerini oluşturmaları istenmektedir. Bu kursun son dersinde ise öğrenenler ilgili kişilere kendi sosyal fikirlerinin tanıtımını yapacaklardır.

Ders 9 - Bir sosyal işletme kurmak için hangi fikirlerin var?

Bu ders öğrenenlerin sosyal işletme fikirlerinin keşfi hakkındadır. Başlangıç noktası olarak kendi tutkularını, ilgilerini ve yeteneklerini kullanmalı ve daha sonra yerel ihtiyaçları ve yerel boşlukları keşfederek devam etmelidirler. Bu bir tür hızlı flört aktivitesi ile yapılacaktır: Tedarik ile talebi eşleştirme

Anahtar odak noktası, basit başlayıp üzerine inşa etmektir, örneğin; eğer bir öğrenen müzik konusunda yetenekli ise, geliştirebilecekleri potansiyel müzik işletmeleri var mıdır? Öğrenen yerel markette hizmet edebileceği boşlukları tanımlayabiliyor mu?

Bu odak noktası pazardaki yerel boşluklar ve yeni iş fikirleri kavramı dâhilinde öğrencilerin yetenekleri, ilgileri ve tutkuları olan bir derstir. Bu nedenle, eğitmenin rolü öğretmekten ziyade, süreci kolaylaştırmaktır.



Kendi beceri, yetenek, ilgi ve fikirlerimizi anlamak çok önemlidir ve aynı zamanda diğer insanların beceri, yetenek, ilgi ve fikirlerimizi konusunda ne düşündüklerini anlamak da kişisel gelişim alanlarımızı tanımlamakta oldukça faydalı olabilir. Kendi fikir ve ilgilerimiz de bir iş fikrinin ve işletmenin temelini oluşturabilir - en başarılı işletmeler tutku, beceri ve adanmışlık ile kurulur ve devam ettirilir ve bu ders öğrenenin potansiyel alanlarını tanımlamaya yardımcı olmayı amaçlamaktadır.



- Fırsatları fark etmek
- Fikirlere değer verme
- Etik & sürdürülebilir düşünme



1-2 saat



Aktivite 1 - Hızlı randevu - Arz ve talebi eşleştirmek



Bu el kitabı & araçlar, hızlı-flört için masaların ayarlanmış olduğu bir sınıf, zil veya gong



Araç 11 - Hızlı randevu - Arz ve talebi eşleştirmek



Öğrenenlere rehberlik etmek isteyebilirsiniz. Bazı öğrenenler başarılarının ve yeteneklerinin bir kısmının kayıt edilecek kadar değerli olduğunu fark edemeyebilirler. Veya fikir geliştirebileceklerini düşünme konusunda ya da kendi yetenekleri hakkında güven eksikliği yaşayabilirler, bu yüzden eğitmen tarafından desteklenip, cesaretlendirilmeleri önemlidir. Lütfen kendi kendilerini düzeltmemeleri konusunda onları teşvik edin.



Aktivite 1 - Hızlı randevu - Arz ve talebi eşleştirmek

Sınıfı iki gruba ayırın ve iki gruba da Araç 11 - Hızlı randevu - Arz ve talebi eşleştirmek belgesini dağıtın. Öğrenenler kendi araçları üzerinde bireysel olarak çalışacaklar. İkinci gruptaki öğrenenlere Araç 11'deki "SATILDI" kartını da verin.

Grup 1 - Arz

İlk gruptaki öğrenenler, aşağıdaki soruları cevaplayarak kendi ilgileri, tutkuları ve fikirleri hakkında düşüneceklerdir.

- İlgileriniz, hobileriniz ve yetenekleriniz nelerdir?
- Sizce sizin ilgi, hobi ve yetenekleriniz üzerine bir işletme kurulabilir mi?
- Şehrinizde bir sosyal işletme tarafından verilebilecek herhangi bir hizmet olduğunu düşünüyor musunuz? Örnek olarak, sunulmayan veya sunulsa dahi düşük kaliteli veya aşırı pahalı bir hizmet düşünün.

Öğrenenlere, fikirlerini Araç 11'in birinci bölümünü kullanarak kaydetmeleri için 20 dakika verilir.

Grup 2 - Talep

Bu grubun yerel toplum, kasaba veya bölge hakkında düşünmesini sağlayın. Toplumun veya bölgenin karşılaştığı problemler veya sosyal sorunlar nelerdir? Bu durumlar değişimi çok gerektiriyor mu? Hangi durumlar daha iyi, daha basit, daha mutlu veya daha sürdürülebilir hale getirilebilir?

Öğrenenlere, fikirlerini Araç 11'in ikinci bölümünü kullanarak kaydetmeleri için 20 dakika verilir.

Hızlı randevu

Masaların diziliminin hızlı flört oyunu için uygun olduğundan emin olun, örneğin, yüzyüze iletişime izin veren, iki tarafında da sandalye bulunan yanyana dizilmiş bir sıra masa gibi. Birinci gruptaki öğrenenler masanın bir tarafına, ikinci gruptaki öğrenenler ise diğer tarafına yerleşir. Eğitimci zili çaldıktan sonra grup 2'deki öğrenenlerin belirlenen toplumsal problemi sunmak için 2 dakikaları vardır. İki dakika sonunda eğitimci zili tekrar çaldığında bu defa grup 1'deki öğrenen iş fikrini masa arkadaşına sunar. Eğer "talep sahibi öğrenci", "tedarikçi öğrenenin" ürün veya hizmet ile ilgilenirse "SATILDI" kartını ona verebilir.

İki dakika sonunda grup 1'deki öğrenciler sandalye değiştirirler. Bu döngü tedarikçi öğrenenler tüm iş fikirlerini talep sahibi öğrenenlere sunana kadar devam eder.

Grup halinde derinlemesine düşünme



Grup 1'den en çok SATILDI kartını hangi öğrenci kazandı? Grup 2'den en çok SATILDI kartını hangi öğrenci verdi? Nasıl oldu? En iyi fikirler nelerdi? En acil toplumsal problemler hangileriydi? Hangi eşleşmeler yapıldı? Gerçekten bir şirket olabilecek herhangi bir eşleşme var mı?

Ders 10: Pazarlar ve Pazarlama

Pazarlar ve pazarlama (sosyal) işletmeler için temel niteliktedir. İşletmeler, müşteriler olmadan başarılı olamayacaklarından, bu ders pazarlar ve pazarlama konuları üzerine odaklanmıştır.

Bu ders, pazarları ve pazarlamayı çeşitli açılardan ele alan çeşitli aktiviteler içerir. İlk aktivite teorik bazlıdır ve pazarlar ve pazarlama hakkında çeşitli sorular aracılığı ile bir grup tartışmasını içerir. İkinci aktivite pazarlama kampanyaları hakkında bir araştırmayı içerir ve son aktivite ise 'Kaşık Satışı' adında bir çalışmadır. Kaşık Satışı öğrenenlerden sınıfa gelen bir misafire veya eğitime kaşık satmalarını isteyen basit bir aktivitedir. Öğrenenler bu amaçla canlı bir tanırım hazırlayacak ve bunu sınıfın, eğitmenin ve/veya jürinin önünde sunacaklardır.



Bu ders öğrenenlere pazarlar ve pazarlama hakkında bilgi verecektir. Birçok insanın mükemmel fikirleri vardır, ancak kişi potansiyel müşterileri ile iyi bir bağlantıya sahip olmadığı için, işletmeleri başarısız olur. Pazarlar ve pazarlama iş başarısı için hayati önemdedir. Bir işletme açılmadan önce, mutlaka müşterilerine ne istedikleri, ne kadar ödeyecekleri ve ürünü veya hizmeti ne sıklıkla satın alacakları konusunda danışmalıdır. Öğrencilerle mutlaka üzerinde durulması gereken konulardan bir tanesi, müşterinin veya potansiyel bir müşterinin ne dediğinden asla korkulmaması gerektiğidir çünkü her bilgi değerlidir. Bu dersin aktivitelerinde öğrenilecek çok şey var olmakla birlikte ana tema diğer insanları dinlemek ve onları anlamaktır.



- Başka kişilerle çalışma
- Yaratıcılık
- Planlama & yönetim



1-3 saat



Aktivite 1 - Grup tartışması "Pazarı tanıma"
Aktivite 2 - Pazarlama kampanyaları hakkında araştırma
Aktivite 3 - Kaşık satışı



Bu el kitabı & araçlar, sınıf, internet bağlantısı (bilgisayarlar, tabletler, kişisel mobil aygıtlar), iş dergileri, gazeteler, Bilgisayar, Kaşıklar, Kaşık Satışı reklamı için A3 boyutunda kağıtlar, Not almak için A4 kağıtları



Araç 12 - Pazarlama kampanyası analiz şablonu
Araç 13 - Araç 13 - Kaşık satışı cevap şablonu



Kaşık Satışı aktivitesi için lütfen 4 kişiden kalabalık olmayan küçük gruplar halinde çalışın.

İş dünyası hakkında bir şeyler öğrenirken pazarlar ve pazarlama en çok yanlış anlaşılan noktalardandır. Basit anlamda, pazarlar, müşterilerdir. Müşteriler, ne istedikleri, ne zaman istedikleri, bir hizmet veya ürün için ne kadar ödeyebilecekleri ve ödeyecekleri ve ne sıklıkla bunu isteyecekleri gibi konularda farklılıklar gösterirler. Pazarlar zamanla değişir ve en iyi iş insanları var olan bir pazarı değiştirebilir veya yeni bir pazar oluşturabilir. Pazarlama, müşterilerin bir ürünü veya hizmeti bulması, anlaması, satın alması ve ardından tekrar satın almasını içeren bütün süreçtir.



Aktivite 1 - Grup tartışması "Pazarı tanıma"

Aşağıdaki sorular vasıtasıyla pazarlar ve pazarlama konusunda bir tartışma başlatın. Parantezler içerisinde verilmiş olan cevapların bir kısmını kullanarak tartışmanın devam etmesini sağlayın.

- Bir ürün veya hizmet talebini nasıl saptarız?
(Örneğin, potansiyel müşterileri dinlemek, pazarı araştırmak, hâlihazırdaki tedarik durumu anlama, maliyet ve fiyatları anlama, farklı pazarları anlama, farklı modaları ve farklı satın alma kapasitelerini anlama)
- Önemli ders: Ikea-Apple-Lays-ekmek dinamiği. Birer marka ve ürün tedarikçisi olarak Ikea, Apple ve Lays'in ayırt edici yönlerini düşünün - neden bu kadar zeki ve başarılılar? Daha sonra ekmeği ve nasıl pazarlandığını, hatta neden bu şekilde pazarlanıp satıldığını düşünün.
(Apple yeni bir pazar oluşturdu ve insanların istediklerini bilmedikleri şeyi istemeleri sağladı. Ikea konsepti, sadece birkaç kişinin değil, herkesin satın alabileceği geniş yelpazede mobilya ürünleri fikri ile başladı. Hedefine, fonksiyon, kalite, tasarım ve değer olgularını birleştirerek ulaştı – tabii ki sürdürülebilirlik her zaman aklın bir köşesindeydi. Lays aynı ürünleri farklı boyutlarda, farklı tatlarda defalarca yeniden keşfetti. Temel gıda maddesi olmasına rağmen ekmeğin farklı türlerde, boyutlarda, değişik işlemlerden geçmiş biçimde ve farklı dayanıklılık sürelerinde tüketiciye sunulur.)
- Başarılı girişimciler şunu yaparlar: Dinlerler ve bakarlar. Neden başarılı iş insanları bunu yapma eğilimindedirler ve bu yolla ne öğrenirler?
(Çünkü böylelikle pazarı anlayabilirler ve ürünlerini müşterilerin ne dediğine göre maliyet, dayanıklılık, elverişlilik, moda uygunluk gibi açılardan değiştirebilirler. Bu aynı zamanda pazarda hangi boşlukların var olduğunu anlamının da bir yoludur.)
- Pazar nedir?
(Ürünlerin ve hizmetlerin satılıp, alındığı yerdir. Geçmişte bu işlemler fiziksel pazar meydanlarından yapılırken, günümüzde internet, dükkânlar, kafeler ve ticaret dergileri vasıtasıyla yapılmaktadır.)
- Pazar şekillendirmesi nedir?
(Ürünün piyasaya sürülmesinden önce pazarın ne aradığı ve ne istediğini gözlemektir. Zaten var olan ürünler ile çalışılan pazar araştırmasından farklıdır.)
- Pazarlama nedir?
(Pazar araştırmasını ve reklam vermeyi de kapsar biçimde bir işletmenin ürünlerini veya hizmetlerini tanıtır ve satmasıdır.)

Neredeyse tüm kuruluşlar bir şeyler satmak zorundadır. Bir okulun öğrencilere ihtiyacı vardır ve bu yüzden başka bir okula gidebilecek öğrencileri çekmek adına öğretimini ve olanaklarını sunar; bir doktorun hastalara ihtiyacı vardır ve bu yüzden teşhis uzmanı olarak tanınırlığını ve profesyonel yaklaşımını sunar aksi takdirde hastalar başka bir doktora giderler; bir mağazanın müşterilere ihtiyacı vardır ve bu yüzden iyi hizmet, yüksek kalite ve fiyatlar konusunda bilinirliğe ihtiyacı vardır. Dahası, her kurumun bir bütçesi vardır ve bütçenin

yetebileceğinden çok daha fazla ihtiyaç olacağından bir kurumdaki üst düzey yöneticiler harcamalarda bir öncelik sonralık sıralaması yapmalıdırlar. Aşağıdaki iki aktivite, öğrenenlere, iş dünyasının iki temel alanıyla ilgili yardımcı olmak amacıyla hazırlanmıştır.



Aktivite 2 - Pazarlama kampanyaları hakkında araştırma

Sınıfı küçük gruplara ayırın ve pazarlama kampanyalarını analiz etmelerini isteyin. Kampanyalardan biri yerel diğeri ve küresel olmalıdır. Kampanyalar neden başarılı? Başarılı olduklarını nasıl anlıyorsunuz? Ardındaki strateji nedir?

Öğrenenlere Nike'ın Just Do It kampanyası gibi bazı başarılı pazarlama kampanyası örnekleri göstermek faydalı olabilir ve ardından diğeri örnekleri kendilerinin bulmalarını isteyebilirsiniz. Pazarlama kampanyası analizini rapor etmek için Araç 12 - Pazarlama kampanyası analiz şablonunu kullanabilirler.



Aktivite 3 - Kaşık Satışı

Bu aktivitede öğrenenler bir hizmet veya ürünü satmayı öğrenecekler. Öğrenenleri küçük gruplara ayırın. Araç 13 - Kaşık satışı cevap şablonunu öğrenenlere dağıtın. Gruplar, kaşık üreten çokuluslu bir İngiliz şirketinin pazarlama bölümü gibi davranacaklar. Öğrenenlerin, Avrupa Birliği pazarındaki kaşık satışlarını artırmak için bir pazarlama stratejisi çerçevesinde reklam hazırlamaları gerekmektedir.

Öğrenenler şunları yapmalılar:

- Reklamı planlama (15 puan)
- Satışları artırmak için tüm stratejisinin bir parçası olarak nasıl işlediğini belirtmek (10 puan)
- Reklamı sunma (15 puan)

Eğitmen, öğrenenler sunumlarını hazırlamaya başlamadan önce bu görevleri değerlendirecektir.

Zaman

Öğrenenlerin planlama için 15 dakikaları, satışları artırmak için tüm stratejisinin bir parçası olarak reklamın nasıl işlediğini hakkındaki sunum için 5 dakikaları ve reklam performansı için ise 2 dakikaları vardır.

Her bölüm için süre dolduğunda eğitmen öğrenenleri durduracaktır.



Grup halinde derinlemesine düşünme

Bu dersten öğrendikleri en önemli şey neydi? Kendi işletmelerini başarılı bir şekilde pazarlamak için hangi adımları atarlardı? En çok hangi aktiviteyi sevdi? En zor olan hangisiydi? Kaşık Satışı aktivitesinde takımları nasıl bir işbirliği yaptı?

Ders 11 - Bir sosyal işletme kurmak

Bu derste öğrenenler, kendi işletmeleri için sosyal işletmeler ve kurumlar, başarılı iş operasyonlarının karakteristik özellikleri, pazarlar ve pazarlama ile ve değişik aktivitelerden edindikleri tecrübeler hakkındaki bilgilerini kendi sosyal işletmeleri için bir uygulama planı geliştirmek amacıyla kullanacaklar. Bu dersteki aktiviteler, birçok derste öğrenmiş olduklarını bir araya getirecek. Aktiviteler, bölgesel bir zorluk veya probleme hitap eden ve para ödeyecek olan müşterilere sunabilecekleri ürün ve hizmetler hakkındaki iş modelleri ve farklı yaklaşımları içermektedir.

Öğrenenler bireysel olarak ya da küçük takımlar halinde çalışabilirler. Zamanlama konusunda eğitmen kendi kararını verebilir. Aktiviteler normal ders saatinde yapılabilecekleri gibi, ders dışında da yapılabilirler. Zamanlama iş fikrine göre değişiklik gösterecektir. Lütfen, öğrenenleri, gerçekçi düşüncülerinin yanın sıra, yenilikçi de düşünceleri için teşvik edin.



Dersin amacı, daha önceki derslerde kazanılmış olan bilgiyi farklı iş modelleri üzerine kurulmuş sosyal iş fikirleri üretmek vasıtasıyla pratiğe dökmektir.



- Etik & sürdürülebilir düşünce
- Fikirlere değer verme
- Vizyon
- Planlama & yönetim



2-5 saat



Aktivite 1 - 3Q İş modeli
Aktivite 2 - 10 Euro ile sosyal işletme kurma görevi
Aktivite 3 - Sosyal eğilim kanvası
Aktivite 4 - Kendi işletmeni planlama



Bu el kitabı & araçlar, sınıf,
Aktivite 2 için her gruba 10 Euro (40 TL)
İnternet erişimi (bilgisayarlar, tabletler, kişisel mobil araçlar)



Araç 14 - 3S modeli şablonu
Araç 15 - 10 Euro ile sosyal işletme kurma görevi şablonu
Araç 16 - İş modeli kanvası açıklaması
Araç 17 - Sosyal eğilim kanvası açıklaması
Araç 18 - Sosyal eğilim kanvası şablonu
Araç 19 - Kendi işletmeni planlama



10 Euro (40 TL) ile sosyal işletme kurma görevi için eğer gruplar paralarını birleştirmek isterlerse bu yenilikçi bir yaklaşım olacaktır ve eğitmen onay vermeye razı olduğu sürece grupların bunu yapması yasak değildir.

Bir işletmeyi planlamanın ve hazırlamanın birçok yolu vardır ve bir çok ders kitabı bunu oldukça detaylı ve karmaşık biçimde anlatır. 3S bu görevi çok daha basit ve pratik hale getirir. 3S Modeli sizden 3 soruyu cevaplamanızı ister ve bu üç soruya vereceğiniz cevaplar iş planınızın temelini teşkil ederler.

3 Soru şu şekildedir:

1. **NE** satıyorsunuz?
2. **KİME** satıyorsunuz?
3. **KAÇA** satıyorsunuz?

Tüm iş insanları plan yaparlar. 3S Modeli bir işletmeyi ve onun büyümesini planlamanın yollarından birisidir. Oldukça pratik olan bu model özel olarak start-up iş modelleri ve yeni iş insanları için tasarlanmıştır. Sorular oldukça basit görünmelerine rağmen, bu sorulara verilecek olan cevaplar, bir işletmenin temelini oluşturabilecek niteliklere sahip ve detaylandırılmış olmalıdır.

“Hazırlık yapmayarak, başarısızlığa hazırlık yapıyorsunuz” sözü ilk defa Amerikan başkanı Benjamin Franklin tarafından kullanılan ve iş dünyasında oldukça bilindik bir sözdür. İş dünyasında plan yapmak esastır ancak çoğu zaman planlar çok detaylı, teorik veya uygulaması zordur. 3S Modeli, size çok farklı bir yaklaşım sunar ve bu modeli kullanarak etkinlikler, aktiviteler, teşebbüsler ve işletmeler planlayabilirsiniz.

Sıradaki aktivite 3S Modeli üzerine odaklanmaktadır. Öğrenenler 3S Modelini seçecekleri 2 işletmeyi anlamlandırmada temel olacak kullanacaklar. 3S Modelinin bu şekilde kullanılması, özellikle 10 Euro ile sosyal işletme kurma göreviyle birlikte öğrencilerin bir işletmeyi daha iyi planlamalarını sağlayacaktır.



Aktivite 1 - 3S İş Modeli

3S Modelini öğrencilere tanıttın ve bir işletmeyi planlamak için oldukça önemli bir araç olduğunu açıklayın. Öğrenenleri küçük gruplara ayırdıktan sonra onlardan bilindik bir işletme seçmelerini isteyin. Öğrenenler Araç 14 3S Modeli şablonundaki araştırma sorularını kullanarak bu işletmeyi araştırarak ve analiz edecekler. Bu işlem, ya internet aracılığı ile yapılacak ya da yerel/ulusal işletmelerden birinci el veri toplanması yoluyla yapılacak. İki yöntemin kullanılması da mümkündür. Öğrenenler için birbirlerine geri bildirim yapmaları oldukça faydalı olacaktır. Eğitimci için ise planlamanın önemine ve modelde yer alan sorulara dikkat çekmesi faydalı olacaktır.

3S modelini var olan bir işletme için doldurduktan sonra, bu defa kendi işletmeleri için aynı modeli tekrar dolduracaklar.

Aşağıdaki vurguladığınızdan emin olun:

NE: Ürünün kendisinin yanı sıra, buna kalite, güven, güvenilirlik, sürdürülebilirlik, ilişki kavramları da dahil edilebilir.

KİME: Tüketiciler, ödemeye razı oldukları ücret karşılığında ve onlara ürünü yeniden alıracak derecede memnun edici bir kaliteye sahip olan belirli bir ürün veya hizmet isterler.

Öğrenenler müşterilerin ne istediğini onlara sorarak veya röportajlar ve anketler vasıtasıyla öğrenebilirler. Buna pazar şekillendirmesi denir.

Öğrenenler kendi sosyal iş fikirleri hakkında düşünecekler. Bunun zaten sahip oldukları mükemmel bir iş fikri, ya da pazarda gördükleri bir açıklık, veya halihazırda var olan ancak yeterince iyi olmayan, iyi olsa dahi oldukça pahalı olan bir ürün veya hizmet olabileceğini unutmayın.



Aktivite 2 - 10 Euro ile sosyal işletme kurma görevi

Öğrenenler 2 veya 3 kişiden oluşan gruplar halinde çalışacaklar ve her gruba 10 Euro verilecek. Bu 10 Euro ile küçük bir iş aktivitesi oluşturmaları istenecek. En az 10 Euro'luk bir gelir elde etmeleri gerekmektedir ki, yatırım masrafını okullarına geri ödeyebilsinler. 10 Euro ile bir ürün veya hizmet satabilmek için kaynak veya zaman satın alabilirler. Önce fikri planlamaları ve eğitime anlatmaları daha sonra ise hayata geçirmeleri gerekmektedir.

Ticaret insanlara ücret karşılığında istedikleri veya ihtiyaç duydukları bir ürün veya hizmet sağlamaktır ve insanlara istedikleri zaman istedikleri şeyi vermektir. Öğrenenler gerçek para kullanarak bunu pratik etme imkânı bulacaklardır. Bu aktivite, öğrencilerin yaratıcı olmalarını, müşterileri dinlemelerini, tasarruf etme yollarını düşünmelerini ve gelirlerini en iyi seviyeye çekebilmek için aktivitelerini en iyi şekilde getirmelerini test edecektir.

Öğrenenlere aşağıdaki soruları sorarak, kendi sosyal işletmelerini kurma yolunda rehberlik ediniz:

Kendi şehrinizde veya farklı bir konumda, bir sosyal işletme fikri üzerinde düşünün. Yetenekli olduğunuz şeyler, hoşlandıklarınız, ürün ve hizmetlerin tedariklerindeki herhangi bir boşluk, çok pahalı veya yeterli kaliteye sahip olmayan ürün veya hizmetler konularında düşünmeniz size yardımcı olacaktır. Öğrenciler hangi ürün veya hizmeti sunacaklarına karar verdiklerinde, Araç 15 - 10 Euro ile sosyal işletme kurma görevi şablonunu kullanarak ürün veya hizmetlerini planlayabilirler.

İş fikri geliştirmek için kullanılacak bir diğer araç ise Business Model Canvas (BMC) - İş Modeli Kanvasıdır. İş Modeli Kanvası size size bir iş planının yapısını verir. İş Modeli Kanvası bir firmanın veya ürünün değer önerisi, altyapısı, müşterileri ve mali durumuyla ilgili elementleri barındıran görsel bir tablodur. Basit, yenilikçi ve kullanımının kolay olması açık ve işbirlikçi bir şekilde üzerinde çalışılması için idealdir. İş Modeli Kanvası 9 temel maddeden oluşur:

1. Ana ortaklar
2. Ana aktiviteler
3. Değer Önerisi
4. Müşteri ilişkileri
5. Müşteri segmentleri
6. Ana kaynaklar
7. Kanallar
8. Maliyet
9. Gelir kanalları

İş Modeli Kanvası hakkında detaylı bir açıklama için bu videoyu izleyiniz:
<https://www.youtube.com/watch?v=QoAOzMTLP5s>

İş Modeli Kanvasının bir başka türü olan Sosyal Eğilim Kanvası sosyal girişimcilerin mükemmel iş modellerini anlamlandırabilmeleri ve geliştirebilmelerine yardımcı olmak için tasarlanmış bir araçtır. Bu kanvas sosyal girişim işletmesini anlamlı hale getirebilmek için gerekli olan ana bileşenleri içerir.

Sosyal Eğilim Kanvası hakkında daha fazla bilgi almak için <http://socialleancanvas.com/> sitesini ziyaret ediniz.



Aktivite 3 - Sosyal Eğilim Kanvası

Araç 16 - İş Modeli Kanvası Açıklaması ve Araç 17 Sosyal Eğilim Kanvası Açıklamasını kullanarak öğrenenlere İş Modeli Kanvası ve Sosyal Eğilim Kanvasını açıklayınız. Açıkladıktan sonra, Sosyal Eğilim Kanvasını doldurarak sosyal iş fikirleri (Aktivite 1 veya 2'de buldukları iş fikri de olabilir) üzerinde çalışmalarını isteyin. Araç 18 Sosyal Eğilim Kanvasının çıktısını A3 üzerine alın. Öğrenenlerin modeli post-it kâğıtları kullanarak çalıştıklarından emin olun (Tıpkı Apple örneğinde olduğu gibi).



Aktivite 4 - Kendi işletmeni planlama

Şimdi öğrenenlerin fikir / ürün / hizmetlerini piyasaya sürmek için adım atma vakti. Bu aktivite öğrenenlere, onları desteklemek için zaman ve rehberlik hizmeti sunacak. Bu aktivite için gerçek bir sosyal işletme olabilme potansiyeline sahip bir iş fikri üzerinde karar vermiş olmaları gerekmektedir. Daha sonra, işletmenin hayata geçebilmesi için gerekli olan tüm adımları planlayacaklar. Başarılı bir işletme kurmak, ürün veya hizmetlerini piyasaya sürmek ve sosyal fayda sağlamak amacıyla Araç 19 - Kendi işletmeni planlama dosyasını kullanabilirler.



Grup halinde derinlemesine düşünme

Sınıfta tartışınız:

Hangi sosyal fikirleri buldular? Sosyal işletme fikirleri ile hangi bölgesel problemlere veya zorluklara hitap ediliyor? Herhangi bir zorlukla karşılaştılar mı? Bu ders hakkında en çok neyi sevdiler? Bu ders hakkında en az neyi sevdiler? İş modellerini planlarken kullandıkları en iyi araç hangisiydi? Bu dersten öğrendikleri en önemli şey neydi? Bu öğrenme daha fazla istihdam edilebilir olma veya kendi işletmesini açma konusunda onlara nasıl yardımcı olacak?

Ders 12 - Sosyal İşletmemi pazarlama

Son ders öğrenenlerin, iş fikirlerini diğer insanlar anlasın, inansın ve satın alsın / yatırım yapsın diye kolay anlaşılır formlara ve sözcüklere dökmelerinden oluşmaktadır. Diğer insanlar, yatırımcılar, destekçiler, müşteriler veya potansiyel müşteriler olabilir. Bu ders pratik ve gerçekçi biçimde hazırlandı ve bu yüzden öğrenenin sosyal işletme fikri üzerine kurgulanmalı.



Nasıl ikna edeceğini ve pazarlayacağını öğrenme



- Diğer kişilerin yönlendirilmesi
- Motivasyon & sabır
- Yaratıcılık



1 saat



İkna etme



Bu el kitabı ve araçlar, sınıf, internet erişimi (bilgisayarlar, tabletler, kişisel mobil araçlar),



-



Ürün veya hizmetlerin mucitleri kendi icatlarına güvenirlir, ancak diğer insanları nasıl ikna ederler? İşte bu çok önemli bir kavramdır. Zekice ama aynı zamanda basit kelimelerle ve tutkuyla konuşmaları gerekir. Eğitmenin rolü, öğreneni motive etmek, cesaretlendirmek ve desteklemektir.

Bir işe başlamanın en önemli noktalarından bir tanesi fikirlerinizi ve planlarınızı potansiyel müşterilere sunmak veya size fikrinizi geliştirmek konusunda yardımcı olacak bir rehber veya iş koçuna sunmaktır. Bu ders öğrenenlere, bunu nasıl yapabileceklerini öğretecektir.

İş yaşamınız boyunca büyük ihtimalle insanları fikirlerinizin çok iyi olduğuna ve para vermeye değer olduğuna (örneğin; müşterilerinizi) ya da yatırım yapılacak bir fikir olduğuna ikna etmeye çalışırsınız (örneğin; işletmenizi büyütme için yardıma ihtiyacınız olduğunda).

Bu ders diğer insanları sizin işletmenizi nasıl ciddiye almaya ikna edebileceğiniz konusuna odaklanmaktadır. Bu insanlar potansiyel müşteriler, destekçiler veya yatırımcılar olabilir. Bir işletme kurmanın anahtar noktalarından bir tanesi insanların size ve yaptığınız işe güvenmeleridir. Bu nedenle, bu ders fikrinizi nasıl sunabileceğiniz ve diğer insanları ürününüzü almaya ya da size yatırım yapmaya ikna edebileceğinizi size öğretmeyi hedeflemektedir.



Aktivite 1 - İkna etme

Öncelikle, iş fikirlerini diğer insanlara anlatıp onları ikna etmeye çalışmadan önce, öğrenenlerin aşağıdaki sorular hakkında düşünmelerini ve düzgün bir şekilde cevaplayabilmelerini sağlayın.

Diğer insanların sizin sosyal işletme fikrinizi desteklemelerini nasıl sağlayacaksınız? Bu “insanlar” potansiyel müşteriler, destekçiler, yatırımcılar, arkadaşlar veya hissedarlar olabilir.

Kendi sosyal fikrini insanlara anlatıp onları ikna etmenin 3 seçeneği mevcuttur:

- Bir “asansör tezgahı” kurabilirler. Birilerine iş fikirlerinin ne olduğunu 30 saniyede anlatabilirler
- Kendilerini ve iş fikirlerini desteklemeleri için bir iş koçuna bir dakikalık bir sunum hazırlayabilirler
- Ürün veya hizmetlerini almaya ikna edebilmek için müşterilerine bir dakikalık bir sunum hazırlayabilirler

Öğrencilerin kimi ikna etmeye çalışacaklarına karar vermelerini sağladıktan sonra, aşağıdaki soruları cevaplayarak hazırlanmaları için onlara 30 dakika zaman tanıyın.

- Sosyal girişim fikriniz nedir?
- İşletmenin ismi nedir?
- Ne satacaksınız?
- Kime satacaksınız?
- Kaça satacaksınız?

Öğrenenler fikirlerini sınıfın geri kalanına anlatırlar. İzleyenler, hedef grup (potansiyel müşteri, destekçi, yatırımcı, arkadaş ve hissedar) rolüne girerler ve soru sorarlar.



Grup halinde derinlemesine düşünme

Sınıfta tartışın: İkna sunumları nasıldı? Bu ders hakkında en çok neyi sevdiler? Bu ders hakkında en az neyi sevdiler? Bu dersten öğrendikleri en önemli şey neydi? Bu öğrenme daha fazla istihdam edilebilir olma veya kendi işletmesini açma konusunda onlara nasıl yardımcı olacak?

Son derinlemesine düşünme

Kursu (kısmen) tamamladıklarında, öğrenenlerin kendi yetenekleri ve inançları hakkındaki görüşlerini dikkatli biçimde paylaşmaları gerekmektedir. Hem kurs, hem de kendileri hakkında düşünmek zorundadırlar. Ne öğrendiler? Kendileri hakkında ne öğrendiler? Beceri ve yetenekleri hakkında ne öğrendiler? Bunları daha iyi hale getirdiler mi? Hala neyin üzerinde çalışmaya devam etmeleri gerekiyor? Gelecek hırsları ne oldu? Şimdi nereye gitmek istiyorlar? Bu sorular hakkında düşünmek çok önemlidir. Bu kişisel ve profesyonel gelişim sürecinde bir rehber çok yardımcı olabilir!

Tıpkı kursun başında olduğu gibi, öğrenenlerin kendilerini derste işlenen çeşitli yeterlikler konusunda tekrardan puanlamalarını sağlayın. Sonuçları karşılaştırarak ilerleme olup olmadığını görebilirsiniz. Sonuçları öğrenen ile tartışınız.

Öğrenenler kendilerini 1 ile 5 puan aralığındaki bir ölçekte girişimcilik yeterlikleri konusunda nasıl puanlıyorlar? (1 = çok kötü, 5 = mükemmel)

İnisiyatif alma	1	2	3	4	5
Planlama & yönetim	1	2	3	4	5
Belirsizlik, anlaşmazlık & risk ile baş etme	1	2	3	4	5
Başka kişilerle çalışma	1	2	3	4	5
Yaşayarak öğrenme	1	2	3	4	5
Etik & sürdürülebilir düşünme	1	2	3	4	5
Fikirlere değer verme	1	2	3	4	5
Vizyon	1	2	3	4	5
Yaratıcılık	1	2	3	4	5
Fırsatları fark etmek	1	2	3	4	5
Öz farkındalık & öz yeterlik	1	2	3	4	5
Motivasyon & sabır	1	2	3	4	5
Kaynakların yönlendirilmesi	1	2	3	4	5
Diğer kişilerin yönlendirilmesi	1	2	3	4	5

Puanlamadan sonra, hem kendileri hem de kurs hakkında derinlemesine düşünebilmeleri için bir dizi açık uçlu soruyu cevaplamalarını isteyin. Sorular hakkında düşüncelerini konusunda onları teşvik edin ve mümkünse sürece bir rehberin de dahil olmasını sağlayın.









1. Bu kurstan öğrendiğiniz en önemli şey neydi?
2. Bu kurs hakkında en çok neyi sevdiniz?
3. Bu kurs hakkında en az neyi sevdiniz?
4. Hangi konu hakkında daha çok şey öğrenmek istersiniz?
5. Kendiniz hakkında ne öğrendiniz?
6. Bu yaşantı sizi nasıl değiştirdi?









7. Hayalleriniz nelerdir? Gelecek hırslarınız/arzularınız nelerdir? Şimdi nereye gitmek istiyorsunuz?

8. Bu kurs bitirdikten sonraki kişisel ve mesleki hedefleriniz nelerdir?

Araçlar

Araç 1 - Şirket Logoları Sunumu

 Starbucks		 Shell	 Apple
 Primark	 Ben and Jerry's		 Chanel
	 HP	 H&M	

Araç 2 - İşletme dosyası formatı

İşletmenin adı

İşletmenin yeri

İşletmenin büyüklüğü

Kuruluş yılı

1. İşletme neler yapıyor (faaliyet konuları)?

.....

.....

.....

.....

.....

2. İşletme neden kuruldu?

.....

.....

.....

.....

.....

3. Neden bu işletme bir sosyal işletme olarak sınıflandırıldı?

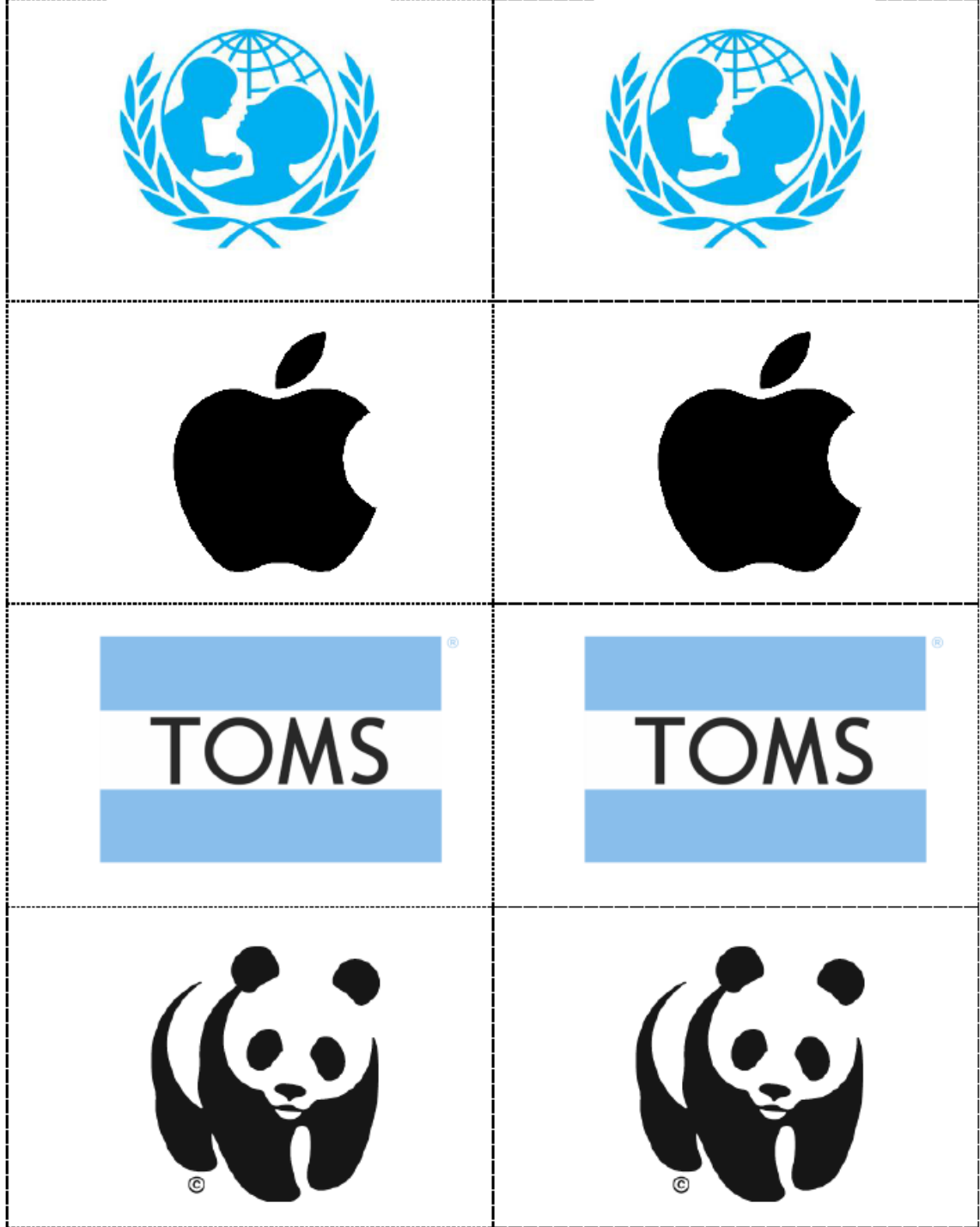
.....

.....

.....

Araç 3 - Hafıza oyunu

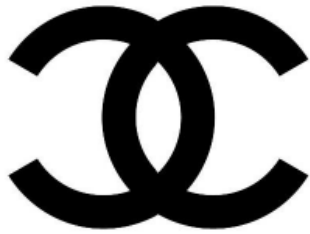
İlk 8 sayfayı çift yönlü olarak kalın kağıda basın ve kartları kesin. Son sayfayı A3 kağıdına basın.





dopper.

dopper.



Grameen Bank



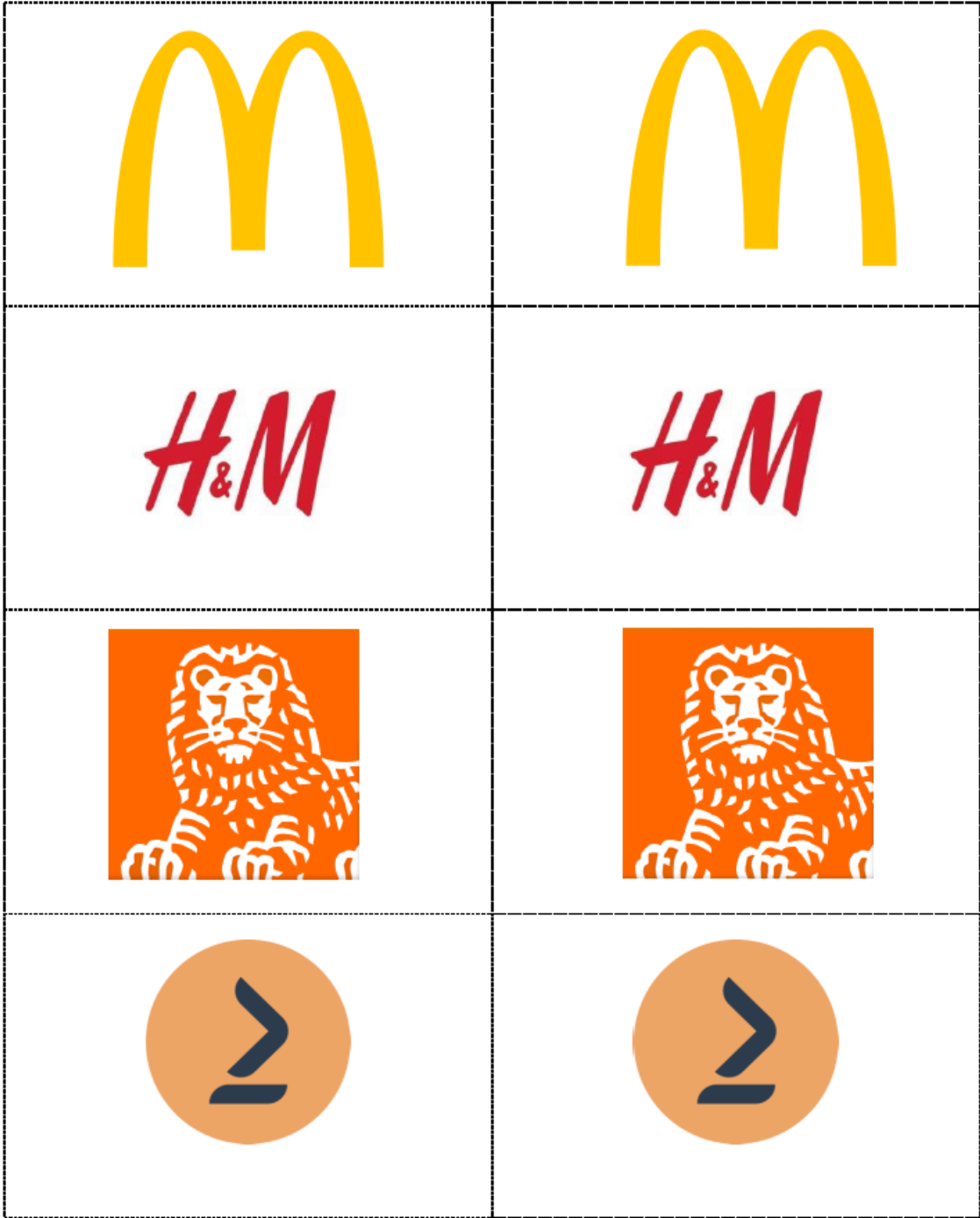
Grameen Bank













Normal işletme

Kurumsal sosyal sorumluluk sahibi normal işletme

Sosyal işletmeler

Hayır kuruluşları

Araç 4 - Rastgele İstek

Görev		Toplam Puan
1	<p>KRALINIZI TAÇLANDIRIN</p> <p>Her başarılı takımın bir lidere ihtiyacı vardır, kendilerine ilham veren ve zor zamanlarda kendilerini motive eden bir lidere. Bu aktivitede lider, personel ile konuşabilecek takımınızdaki tek aday kişidir. Lütfen liderinizi seçin ve seçilen lider oyun süresince lider olduğunu gösterecek fiziksel bir kimlik taşımalıdır. Daha sonra, lider kendisini öğretmeninize tanıtmalıdır.</p>	30
2	<p>RENKLERİNİZİ DİREĞE ÇİVİLEYİN</p> <p>Günlük iş yaşamının zorlukları arasında kimin yanınızda olup olmadığını bilmek önemlidir. Bir takım adına ve hangi takımda olduğunuzu gözle görülebilir şekilde temsil edecek bir yöntemle karar vermelisiniz. Bunları yaptıktan sonra lideriniz, öğretmene rapor verir.</p>	50
3	<p>AKILLI ZİHİNLER İÇİN CİN FİKİRLİ SORULAR</p> <p>Hepimiz herşeyi bilemeyiz, ancak nereye bakacağını bilenler için birşeyler bulmanın yolları vardır. Aşağıdaki her bir soru 4 puan değerindedir. Herhangi birine oyun süresince istediğiniz anda cevap verebilirsiniz ancak sadece bir cevap hakkınız var.</p> <ul style="list-style-type: none">• Yetişkin bir insanın 206 kemiği vardır. Bebekler bunlardan kaç tanesi ile doğarlar?• 1958 Hong Kong 'cha cha' şampiyonu kimdi?• Warner Communications, 'Mutlu Yıllar' şarkısının telif hakkı için ne kadar ödedi?• Yemek, hangi hızda kalın bağırsaktan geçiyor?• 'jiffy' bir zaman birimidir. Ne kadar uzunluktadır?• Marilyn Monroe'nun gerçek adı neydi?• Kravat ilk önce hangi ülkede takıldı?• Makası kim icat etti?• Satranç oyuncularının koruyucu azizi kimdir?• Bui sözcüklerin ortak noktası nedir: yarış arabası, seviye ve vay?	40
4	<p>SÖYLEYECEK SÖZ YOK</p> <p>Hepimizin hayatta ne diyeceğimizi bilmediğimiz, ya da aşırı derece şaşkınlıktan susup kaldığımız onları vardır. Bu nedenle, lütfen aşağıdaki önemli mesajları sessiz tiyatro yoluyla öğretmenlere iletin (konuşma, yazma, çizme ya da rakamlar kullanmak yasak).</p>	20

	<p>Mesaj 1: Köpeğim deniz fenerinde uyuyor. Mesaj 2: Kral aradı, 'merhaba!' dedi. Mesaj 3: Şapkamın altına bakarsan, küçük, sarı bir erkek çocuğu bulacaksın.</p>	
5	<p>ŞİŞELE</p> <p>Bu oyunu oynayabilmek için gidip öğretmen ile görüşmen gerekiyor; sana kuralları açıklayacak ardından başarılı bir şekilde tamamlamak ya da muhteşem puanları kaçırmak için sadece 2 dakikan olacak.</p>	30
6	<p>KIŞ GELİYOR...</p> <p>Böylesi düşük sıcaklıklarda belkide Noel için düşünme zamanı gelmiştir. Bazen hava o kadar kötü oluyor ki, hepimizin biraz üşümesi ve aklımızın tatil sezonuna kayması affedilebilir. İyimserliğini sürdürebilmen için oyun başladıktan sonraki 30 dakika içerisinde öğretmeni bulman ve ona Christmas Carol şarkısını söylemen gerekiyor.</p>	40
7	<p>MODERN ZAMAN ŞAİRLERİ</p> <p>Çoğu insan modern müziği geçmiş dönemdeki şiirlerin dengi olduğunu iddia eder. Bunu kanıtlamak için okulun veya şehrin hakkında 3 kıtalık bir rap şarkısı ya da şiir yaz ve bunu öğretmenine oku.</p>	100
8	<p>GEZİYORUZ</p> <p>Uluslararası bağlantılar ve ziyaretler eğlenceli ve eğitici. Aşağıdaki havaalanlarına iniyor olsanız hangi ülkede olacağınızı bulun.</p> <p>Don Muang Havaalanı = Charles De Gaulle Havaalanı = Tambo International Havaalanı = Heathrow Havaalanı =</p>	20
9	<p>DOĞAYI KORU YADA EVİNE DÖN</p> <p>Her işletmenin en önemli yanlarından biri de imajıdır; özellikle günümüzde herkes iyi görünme ve müşterilerine onları önemsedikleri hissini verme peşinde. Bu özellikle de müşterilerin genç, doğa ve çevre konusunda hassas oldukları modern</p>	50

	<p>işletmeler için geçerli. Çevreye olan bağlılığınızı göstermek için doğal bir kaptaki tam 15 ot sapı, altı taş ve çok küçük bir sopa getirmeniz gerekmektedir...</p>	
10	<p>AYDINLANMA YOLU</p> <p>İş insanları gibi meşgul insanlar özellikle içinde çalıştıkları hızlı ve teknolojik olarak gelişmiş dünyada kendilerini stres içinde bulabilirler. Bu göre başarıya bir yol açmanıza yardımcı olacak. Aşağıdaki adımları cevaplayarak daha iyi bir yaşama giden yolu bulacaksınız. Ama uyarıyoruz, eğer tüm adımları tek seferde doğru biçimde tamamlayamazsanız 30 puan kaybedecek ve stresli yollara geri döneceksiniz.</p> <p>Aydınlanma Yolu 1 : 'Oz Büyücüsü'ndeki Yellow Brick Road hangi renktedir? Aydınlanma Yolu 2 :House müziği hangi şehirde doğmuştur? Aydınlanma Yolu 3 : Aşağıdaki sıralamayı tamamlayınız:</p> <ul style="list-style-type: none">• Rio de Janeiro London Beijing Athens• Qatar Russia Brazil South Africa• Victoria Edward George Edward George• Edgbaston Harborne Quinton	100 (YADA EKSİ 30 PUAN)
11	<p>GÜLÜYOR MU?</p> <p>Hayatın koşuşturmacası içinde gülmeyi unutmamak önemlidir. Her takım elemanı bir fıkra/espri hazırlayacak, birbiri üzerinde deneyecek ve herkesin güzel bir fıkrası/esprisi olduğu anda hemen gidip öğretmene anlatılacak. Ne kadar çok güldürürseniz, o kadar çok puan alacaksınız.</p>	20-100
12	<p>MAMA MIA!</p> <p>Birçok üst düzey yönetici yiyip içmeyi sever: bu onlara anlaşmalar yaptırır. Yerel bir yönetici, İtalyan yemekleri konusunda uzmandır ancak son zamanlarda kafasını kurcalayan bir soru var... Spagetti ağaçta yetişir mi? Verdiğiniz cevabı kanıtı ile birlikte öğretmeninize sunun.</p>	60
13	<p>ÖZEL K DİYETİ</p> <p>bir çok insan ve süper model için K harfinin büyülü özellikleri var, sen veya grubunuz konuşmadan, yazmadan veya sessiz tiyatro oynamadan öğretmeninize K harfini gösterebilir misiniz?</p>	20

14	BUNA SİHİR DERİM Pual Daniels ve güzel asistanı ve eşi Debbie McGee emekli olduklarından beri, sihirbazlık tepetaklak düşüyor. Bu kötü durumu düzeltmek için, Paul'u emeklilik kararından caydırabilecek bir sihirli şapka numarası geliştirin ve yapın.	30
15	KÖKLERİNİZİ TANIYIN Gelecek vadeden herhangi bir sanatçı için gerçek zorluk, ayaklarının yere basması ve onları bugüne getiren insanlar ve yerlerle bağlantılarını sürdürebilmektir. Bunu aklınızda tutarak, Kral 6. Edward'ın kim olduğunu söyleyebilir misiniz? Bunun ötesinde, takım halinde, bu kral hakkında ilginç veya ünlü bir şey canlandırabilir misiniz?	60
16	SÜREKLİ AZALAN DAİRELER Sadece eğlence olsun diye, şapkası olan bir daire çiz...	30
17	BÜYÜK AMAÇLAR i) Chowen binasında zemin kattan ilk kata çıkmak için kaç adet merdiven vardır? ii) Bu sabah otoparkta kaç tane kırmızı araba vardı?	40
18	DİL DELİSİ Lütfen, aşağıdaki cümleleri Türkçe'ye çevirin: <ul style="list-style-type: none">• Ich habe meinen Schirm vergessen• S'il vous plaît puis-je commander un McDonald?• Спасибо	30
19	YARIŞMA BİTER 30 dakikanın sonunda puanları kaydedenin tüm skorlarınızı bildiğinden emin olun ve boy sırasına geçin! Geç kalırsanız ya da boy sırasında değilseniz puan kaybedeceksiniz.	30
		330

Araç 5 - Rastgele İstek 2

Görev		Toplam Puan
1	Yaşlı bir kadının caddenin karşısına geçmesine yardım edin	20
2	Birine temizlik konusunda yardım edin	30
3	Bir dürüst ticaret ürününü ücretsiz alın ve bunu tanımadığınız birine verin	50
4	Toplayabildiğiniz kadar çok şişe toplayın ve bunu bir derneğe bağışlayın	100
5	Birini bir çiçek ile, şarkı söyleyerek ya da dans ederek mutlu edin	10
6	Birinin market alışverişini paketlemesine yardım edin	10
7	Birinin köpeğini gezdirin	20
8	Sokakta en az 10 kişi ile birlikte Macerena dansı yapın	50
9	Birine masaj yapmayı teklif edin	25
10	Bir tezgahı mutlu etmek için ona çiçek verin	15
		330

Araç 6 - Talimatname - Çok Gizli - Görev

Gerekli bilgiler

Görev

- Bu aktivitede, bölgenizde çevreden ve insanlardan sorumlu olduğunuzu ve yapacak çok önemli bir işiniz olduğunu hayal etmelisiniz.
- Çok kırılabilir bir kabın içinde bulunan çok gizli bir bilgiyi koruma görevindesiniz
- Bilgiyi bir binadan dışarı güvenli bir şekilde çıkartmak için bir yöntem geliştirmelisiniz

Bilgi

- Bilgiyi kurtarmanın tek yolu, bilgiyi bir pencereden güvenli bölgeye atmaktır
- AMA unutmayın, gizli bilgi çok kırılabilir bir kap içerisinde saklanıyor ve....
- ... kap bilginin dışarı çıkmaması için kırılmamalı ya da çatlamamalı. Eğer bilgi dışarı sızarsa, bölgenizdeki insanlara ve çevreye zarar verecek. Bunun yanı sıra, tüm karınızı da kaybedeceksiniz.

Bilmeniz gerekenler

- Kap bir yumurtadır
- Yumurta bir üst kat penceresinden atılacak
- Bölgenizdeki insanlara ve çevreye zarar geleceğinden ve tüm karınızı da kaybedeceğinizden bilginin sızmasını engelleme için yumurta çatlamamalı ya da kırılmamalı.
- Size yardımcı olacak bazı materyalleriniz var:
 - Gazete
 - İp
 - Plastik poşetler
 - Selobant
 - Ataşlar
 - Kağıt

Aktivite

Yapacaklarınız şunlar: TASARLAYIN, ÇİZİN, OLUŞTURUN, TEST EDİN

- Yumurtayı bir pencereden aşağıya kırılmadan ya da çatlamadan atmak için 15 dakika içerisinde bir fikir geliştirmeli, ve geliştirdiğiniz bu fikri icat haline getirerek çizmelisiniz. Sadece size verilen materyalleri ve kaynakları kullanabilirsiniz. Yapmanız gereken 3 şey var:
 - İcadınıza bir isim verin: 5 puan
 - İşe yarayacağınız düşündüğünüz icadı grubunuzda tartışın: 5 puan
 - Tasarımınızı göstermek için çizim yapın ve çiziminizde tasarımın bölümlerini etiketleyin: 20 puan
- Ardından yumurtayı güvenli biçimde yere indirmek için bir yöntem üretmek için 20 dakikanız var. Fikriniz renkli ve güvenli olmalı ki, yumurta kırılmasın. Yumurtanın çatlamayacağı biçimde icadınızı yapın.
 - Fikir: 10 puan
 - Takım çalışması: 10 puan
 - Yapma/üretme: 10 puan

- Dekorasyon: 10 puan
- Genel: 10 puan
- Ardından, yumurtayı bir pencereden aşağı bırakarak kırılıp kırılmadığını test edeceksiniz.
 - Başarı: 30 puan
 - Kısmi başarı: 10 puan
 - Yumurta kırıldı: 0 puan

Bol şans!

Araç 7 - İş dosyası formatı - detaylı

İşletmenin adı

İşletmenin yeri

İşletmenin büyüklüğü

Kuruluş yılı.....

1. İşletmenin ana faaliyet alanları neler/ neler yapıyor?

.....
.....
.....
.....
.....

2. İşletme neden açıldı?

.....
.....
.....
.....
.....

3. İşletme neden bir sosyal işletme olarak sınıflandırılıyor?

.....
.....
.....
.....
.....

4. İşletme nasıl organize edilmiş, nasıl bir yapıya sahip?

.....
.....
.....
.....
.....

5. Zaman içinde işletme nasıl değişmiş?

.....
.....
.....
.....
.....

6. Geçmişinde işletme herhangi bir güçlük ile karşılaştı mı? İşletme bu güçlüklerle nasıl tepki verdi?

.....
.....
.....
.....

.....

7. İşletme zaman için büyüdü mü? Lütfen sebebiyle birlikte açıklayın.....

.....
.....
.....

8. Bu işletmeden zaman içinde ne öğrenebilirsiniz?

.....
.....
.....
.....
.....

Araç 8 - Mülakat Formatı

İşletmenin ad.....

İşletmenin yeri ve büyüklüğü.....

Kuruluş yılı.....

1. İşletmenizin ana faaliyet alanları nelerdir/neler yapılır?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. Bu işletmeyi neden açtınız?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. İşletmenizi bir sosyal işletme yapan şey nedir?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

4. Nasıl kar elde ediyorsunuz?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

5. Geçmişinde işletmeniz herhangi bir güçlükle karşılaştı mı? Eğer cevabınız evet ise, işletmeniz bu güçlüklerle nasıl tepki verdi?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

6. Gelecek planlarınız nelerdir?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

7. Neden bir sosyal girişimcisiniz?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

8. Bir sosyal girişimci olarak, bana bir tavsiye verecek olsanız, bu ne olurdu?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Araç 9 - Başarı ve başarısızlık hikayeleri şablonu

Başarı hikayeleri

	Örnek	Sebepler	Açıklama
Şirket			
Girişimci			

Başarısızlık hikayeleri

	Örnek	Sebepler	Açıklama
Şirket			
Girişimci			

Araç 10 - Mesleki gölge çalışması derinlemesine düşünme formu

Öğrenenin adı

Çalışmanın yapıldığı yer

Çalışmanın yapıldığı tarihler.....

Takip edilen kişiler.....

1. Neden mesleki gölge çalışması yapmak istediniz?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. Takip ettiğiniz mesleğe dair aktiviteleri ve çalışma ortamını anlatınız.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. Mesleki gölge çalışmasının en çok hangi yönünü sevdiniz?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

4. Mesleki gölge çalışması tecrübenizde en az hoşladığınız şey ne oldu?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

5. Bu kariyer alanı / iş sahası konusunda sizi en çok şaşırtan şey ne oldu?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

6. Mesleki gölge çalışmasından öğrendiğiniz en önemli şey ne oldu?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

7. Mesleki gölge çalışması yaptığınız alanda bir kariyer sahibi olmayı düşünür müsünüz?
Neden?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

8. Mesleki gölge çalışması kariyer tercihlerinizi / hedeflerinizi etkiledi mi?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
.....
.....
.....
.....

SATILDI	SATILDI
SATILDI	SATILDI
SATILDI	SATILDI
SATILDI	SATILDI

Araç 14 - 3S modeli şablonu

İşletmenin adı

İşletmenin yeri.....

İşletmenin büyüklüğü

Kuruluş yılı

1. NE satıyorlar?

Şirketin genel ürün teması nedir?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Belli başlı ürünler nelerdir?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Şirketin / ürünlerin markası nedir?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Belli başlı ürünler ve hizmetler haricinde şirket başka neler satıyor?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. KİME satıyorlar?

Müşteriler kim?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Müşteriler ne istiyor?

.....
.....
.....
.....

.....
.....
Müşterilerin ne istediğini nasıl/nereden biliyorlar?
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
Müşterilerini nasıl ellerinde tutuyorlar?
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
Ürünleri ve hizmetleri müşterilere nasıl ulaştırıyorlar?
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
Müşterilerin ürün ve hizmetlerden nasıl haberi oluyor?
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
Müşteriler neden bu şirketten ürün / hizmet satın alıyorlar?
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
3. KAÇA satıyorlar?

Ürün ve hizmetler için hangi fiyatlar uygulanıyor?
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
Şirket müşteriden talep edeceği fiyatları nasıl belirliyor?
.....
.....
.....

.....
.....
.....
.....

Süreç neden bir şehirden diğerine, bir ülkeden başkasına farklılık gösterebilir?

.....
.....
.....
.....
.....

Fiyatlar zaman içinde neden artıyor?

.....
.....
.....
.....
.....

Şirket fiyatlarında hiç indirim gidiyor mu? Neden?

.....
.....
.....
.....
.....

Araç 15 - 10 Euro ile sosyal işletme kurma görevi şablonu

İsim

Fikriniz nedir?

İşletmenin amacı/fikri nedir??

Projenin amaçları nelerdir?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

İşletme nelerden teşkil edilecek,
örneğin, ne arz edeceksiniz?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Bu fikir için öğretmeninizin ve rehberinizin onayını aldınız mı?

Bu aktivite için hangi kaynaklara ihtiyacınız var?
Kaça mal olacaklar?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Bu aktivitelerin sağlık ve güvenlik çekinceleri nelerdir?

Ne satacaksınız?

Kime satacaksınız?

İnsanlar bunları neden satın alacaklar?

Kaçta satacaksınız?

Neden bu fiyata satmaya karar verdiniz?

Sizce ne kadar para kazanacaksınız ve elde etmeyi planladığınız kar ne kadar?

Bunun gerçekleşmesi ve başarılı olmanız için neye ihtiyacınız var?

Bu iş fikrinin riskleri nelerdir, örneğin; neden başarısız olabilir? Sosyal işletmenizi etkileyen risk faktörlerini nasıl azaltabilirsiniz?

Araç 16 - İş modeli kanvası açıklaması

Kanvas İş Modeli

Kim için hazırlandı:

Tasarlayan:

Tarih: gün ay yıl

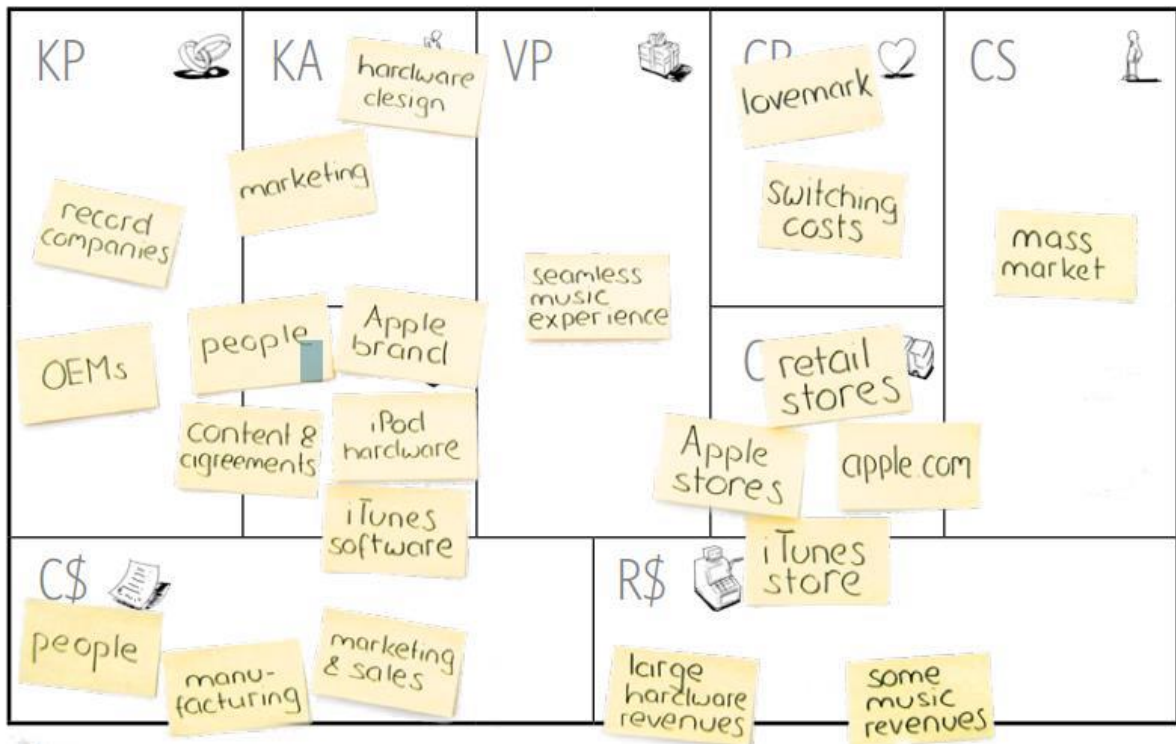
Yerliyon: No.

Kilit Ortaklar Kilit Ortaklarımız kimler? Kilit Tedarikçilerimiz kimler? Hangi Kilit Kaynakları ortaklarımızdan alıyoruz? Hangi Kilit Etkinlikleri ortaklarımızdan gerçekleştiriyoruz? <small>ÖRNEKLER: İNTERNET VE MOBİL UYGULAMALAR, YEREL İZLEME VE YERELİZASYON, İZLEME VE YERELİZASYON, İZLEME VE YERELİZASYON</small>	Kilit Etkinlikler Değer Önerilerimiz hangi Kilit Etkinliklere ihtiyaç duyuyor? Değerimiz hangi Kilit Etkinliklere ihtiyaç duyuyor? Müşteri İlişkileri? Değerimiz? <small>ÖRNEKLER: İZLEME VE YERELİZASYON, İZLEME VE YERELİZASYON, İZLEME VE YERELİZASYON</small>	Değer Önerileri Müşterimize sağladığımız değerler nelerdir? Müşterimizin hangi sorunlarına çözüme yardımcı oluyoruz? Her müşteri kesimine hangi Ürün ve Hizmet değerlerini sunuyoruz? Hangi müşteri ilişkilerini sağlıyoruz? <small>ÖRNEKLER: İZLEME VE YERELİZASYON, İZLEME VE YERELİZASYON, İZLEME VE YERELİZASYON</small>	Müşteri İlişkileri Müşteri kesitleri bizimle nasıl ilişki kuracaklar ve sürdürülebilirlik bekliyor? Bu ilişkilerden hangilerini kuruyoruz? İlişkiler, İş Modelimizin geri kalanı ile ne kadar uyumlu? Her müşteri ilişkisini? <small>ÖRNEKLER: İZLEME VE YERELİZASYON, İZLEME VE YERELİZASYON, İZLEME VE YERELİZASYON</small>	Müşteri Kesitleri Kimler için değer yaratıyoruz? En önemli müşterilerimiz kimlerdir? <small>ÖRNEKLER: İZLEME VE YERELİZASYON, İZLEME VE YERELİZASYON, İZLEME VE YERELİZASYON</small>	
Kilit Kaynaklar Değer Önerilerimiz hangi Kilit Kaynaklara ihtiyaç duyuyor? Değerimizi nasıl oluşturuyoruz? Müşteri İlişkilerimiz? Değerimiz? <small>ÖRNEKLER: İZLEME VE YERELİZASYON, İZLEME VE YERELİZASYON, İZLEME VE YERELİZASYON</small>	Kanallar Ürünlerimizi nasıl ulaştırıyoruz? Kanallarımız ne kadar uygun? Hangileri en iyi alıyor? Hangileri en maliyetli (ekonomik)? Kanallarımız müşteri ilişkilerimizle ne kadar uyumlu? <small>ÖRNEKLER: İZLEME VE YERELİZASYON, İZLEME VE YERELİZASYON, İZLEME VE YERELİZASYON</small>	Maliyet Yapısı İş modelimizin en önemli maliyet noktaları nelerdir? Temel kaynaklarımızdan en pahalı olan hangileridir? Temel etkinliklerimizden en pahalı olan hangileridir? <small>ÖRNEKLER: İZLEME VE YERELİZASYON, İZLEME VE YERELİZASYON, İZLEME VE YERELİZASYON</small>			Gelir Kaynakları Müşterilerimiz gerçekten hangi değerler için para bilmeyi kabul ediyor? Bu anda nasıl için ödeme yapıyorlar? Bu anda nasıl ödeme yapıyorlar? Nasıl ödeme yapıyorlar (örneğin nakit)? Her Gelir Kaynağının toplam gelire katkısı ne kadardır? <small>ÖRNEKLER: İZLEME VE YERELİZASYON, İZLEME VE YERELİZASYON, İZLEME VE YERELİZASYON</small>

www.businessmodelgenerator.com

Türkiye'de uygulanan Kanvas İş Modeli'ni www.adiboran.com adresinden indirip kullanabilirsiniz.

The work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94103, USA.




record companies: kayıt şirketleri

OEMs: orijinal ürün üreticisi

hardware design: donanım tasarımı
marketing: pazarlama
Apple brand: Apple markası
content & agreements: içerik ve anlaşmalar
iPad hardware: iPad donanımı
iTunes software: iTunes yazılımı
seamless music experience: kusursuz müzik deneyimi
lovermark: marka bağlılığı / sevilen marka olmak
switching costs: geçiş maliyetleri
retail stores: perakende mağazaları
Apple stores: Apple mağazaları
apple.com: apple.com
mass market: kitle pazarı
people: insanlar
manufacturing: üretim
marketing & sales: pazarlama ve satış
large hardware revenues: büyük donanım gelirleri
iTunes store: iTunes mağazası
some music revenues: kimi müzik gelirleri

Araç 17 - Sosyal eğilim kanvası açıklaması

PURPOSE Clearly defined in terms of the social/environmental impact that is intended and any financial goals as well as any other key aspects of the vision. This will include the overarching problem/s that the venture will look to solve. This box is not really part of the canvas as it is not part of the business model that needs to be validated. This needs to be in place before starting on the rest of the canvas as it will serve as a set of guiding principles for the development of the business model.				
PROBLEM What are the biggest problems? Note these are specific problems faced by the customers (in customer segments) not the overarching problems that arise in the Purpose section. Existing Alternatives How are these problems currently being solved?	SOLUTION What solution will deliver the UVP/s to the different customer segments? KEY METRICS What key numbers tell you whether your venture is succeeding?	UNIQUE VALUE PROPOSITION What single or multiple value propositions remove the problems faced by the different customer segments? High Level Concept A one-liner explaining what your organisation does.	UNFAIR ADVANTAGE Why will this venture succeed? CHANNELS How will you reach your customers in a scalable way?	CUSTOMER SEGMENTS Who do you need to move to make this business model work? - Customers - Users - Investors/Funders - Volunteers etc Early Adopters Which customers will move first?
COST STRUCTURE How much will it cost to deliver your solution to customers at scale?		FINANCIAL SUSTAINABILITY 1. Traditional Revenue Model - ongoing income, e.g. customers paying for your product/service, ongoing donations etc. 2. Funding Model - individuals or organisations contributing initial capital (also include the ownership structure proposed for this venture)		
 V1.04 Available at www.socialleancanvas.com		IMPACT What social or environmental impact will result and who are the beneficiaries? Including defined metrics for how these outcomes will be measured (these assumptions will be validated (and potentially pivoted on) like every other part of the business model).		

HEDEF

Hedef, hedeflenen sosyal/çevresel etki ve tüm mali hedeflerin yanı sıra, iş fikrinin tüm açıları bakımından açıkça belirlenir. Hedef, girişimin çözmeye çalışacağı problemi de içerir. Hayata geçirilmesi düşünülen iş modelinin doğrudan bir parçası olmadığından, bu kutucuk esasen canvasın bir parçası da değildir. Hedef, canvasın geri kalanının doldurulmasına rehberlik edeceğinden, geri kalanı doldurulmadan yerine konmuş olmalı.

PROBLEM

En büyük sorunlar nelerdir? (Bu sorunlar hedefler kısmında bahsedilen büyük sorunlar değil, müşteriler tarafından karşılaşılan sorunlardır).

Varolan Alternatifler

Bu problemler şu anda nasıl çözümleniyor?

ÇÖZÜM

Benzersiz değer tekliflerini hedef kitleye hangi çözüm ulaştıracak?

KİLİT METRİKLER

Girişimin başarılı olup olmadığını hangi anahtar rakamlardan öğrenebilirsiniz?

BENZERSİZ DEĞER TEKLİFİ

Hangi tek veya çoklu değer önerileri, farklı müşteri segmentleri tarafından karşılaşılan problemleri ortadan kaldırabilir?

Üst Düzey Kavramı

Kuruluşunuzun ne yaptığını açıklayan tek satırlık cümle.

REKABET AVANTAJI

Bu girişim neden başarılı olacak?

KANALLAR

Ölçeklendirilebilir bir biçimde müşterilerinize nasıl ulaşacaksınız?

HEDEF KİTLE

Bu iş modelinin çalışması için kimi harekete geçirmeniz gerekir?

- Müşteriler
- Kullanıcılar
- Yatırımcılar / Fon sağlayıcıları
- Gönüllüler vs.

Erken Benimseyenler

- Hangi müşteriler ilk önce harekete geçecek?

MALİYET YAPISI

Çözümünüzü müşterilere ulaştırmak ne kadara mal olacak?

FİNANSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK




1. Geleneksel Gelir Modeli - devam eden gelir, ör. Ürünleriniz/hizmetleriniz için ödeme yapan müşteriler, devam eden bağışlar vs.

2. Fonlama Modeli

Başlangıç sermayesine katkıda bulunan kişi veya kuruluşlar (bu girişim için önerilen sahiplik yapısını da içerir)

ETKİ

Hangi sosyal veya çevresel etki oluşacak ve faydalanıcıları kimlerdir? Bu sonuçların ölçülmesi için tanımlanmış metrikler de dahil olmak üzere bu varsayımların iş modelinin her bir parçası gibi doğrulaması yapılacaktır.

PURPOSE To create a business that can leverage positive purchasing decisions to provide shoes for people who cannot afford them at scale. The result of this being a reduction in disease, injury etc. in the communities affected					 One for One
PROBLEM First world consumer guilt Existing Alternatives: - Regular (not one for one) brand name shoes - Donating to charity	SOLUTION Traditional shoe manufacturing and supply chain with one for one donation component KEY METRICS - Customer acquisition rates - Metrics showing impact in line with theory of change	UNIQUE VALUE PROPOSITION For every pair of cool, good quality shoes you buy a pair for a child who really needs shoes High Level Concept Buy one someone else gets one free	UNFAIR ADVANTAGE - The Toms brand strength (based on mission) - Volunteer component of workforce CHANNELS - Word of mouth - Social media - Advertising Partnerships - Network of shoe retailers - Volunteers to distribute	CUSTOMER SEGMENTS 1. Socially conscious shoppers 2. Communities in need of footwear 3. People wanting to Volunteer Early Adopters Brand conscious people currently donating to third world charities	
COST STRUCTURE 1. Cost of producing shoes 2. Marketing costs - reduced due to feel good factor 3. Distribution of donated shoes – reduced due to volunteers		FINANCIAL SUSTAINABILITY 1. Revenue from shoe sales \$x per pair. Sold through retail partners 2. Venture is self funded from founder savings. Ownership – combination of private C-corp and charitable foundation			
 V1.04 Available at www.socialleancanvas.com		 One for One	IMPACT This would include Toms' Theory of Change and accompanying metrics that demonstrate that their activities are having the impact that they intend (this is complex and I wouldn't want to speculate)		

HEDEF

Almaya finansal gücü yetmeyen insanlara ayakkabı sağlamak için olumlu satın alma kararları alıracak bir iş yaratmak. Bunun sonucu olarak etkilenen topluluklarda hastalık, yaralanma vb. şeylerde azalma

PROBLEM

Gelişmiş ülkelerdeki tüketici suçluluğu

Varolan Alternatifler

- Sıradan ayakkabı markaları (one for one değil),
- Yardım kuruluşlarına bağış

ÇÖZÜM

one for one yardım bileşeni kullanımı ile geleneksel ayakkabı imalatı ve tedarik zinciri

KİLİT METRİKLER

- Müşteri edinme oranları
- Değişim teorisi ile paralellik gösteren ölçümler

BENZERSİZ DEĞER TEKLİFİ

Satın aldığınız her bir güzel ve kaliteli ayakkabı ile birlikte gerçekten ihtiyacı olan bir çocuk için de bir tane satın alırsınız

Üst Düzey Kavramı

Sen bir tane satın al, başkası diğerine ücretsiz sahip olsun

REKABET AVANTAJI

- Toms markasının gücü (göreve dayalı olarak)
- İşgücünün gönüllü bileşeni

KANALLAR

- Kulaktan kulağa
- Sosyal medya
- Reklam ortaklıkları
- Ayakkabı perakendecileri ağı
- Dağıtacak gönüllüler

HEDEF KİTLE

- Sosyal açıdan bilinçli alışveriş yapan kişiler
- Ayakkabı ihtiyacı duyan topluluklar
- Gönüllü olmak isteyen insanlar

Erken Benimseyenler

- Şu anda üçüncü dünya hayır kurumlarına bağışta bulunan marka bilinci sahibi insanlar

MALİYET YAPISI

1. Ayakkabı üretim maliyeti
2. Pazarlama maliyeti - kendini iyi hissetme faktörü nedeniyle düştü
3. Bağışlanan ayakkabıların dağıtım maliyeti - gönüllüler nedeniyle düştü

FİNANSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK


1. Perakende partnerleri aracılığı ile satılan ayakkabı satış geliri
2. Girişim kurucu birikimlerini kullanarak kendini fonlar - Mülkiyet - Özel C şirketi ve bağış yapılabilir hayır kurumu kombinasyonu

ETKİ

Burası Toms'un değişim teorisini ve beraberinde hedefledikleri etkiyi oluşturan aktivitelerini gösteren metrikleri içerebilir (bu karmaşık bir konudur ve bu nedenle yorum yapmak istemem).

Araç 18 - Sosyal eğilim kanvası şablonu

PURPOSE				
PROBLEM	SOLUTION	UNIQUE VALUE PROPOSITION	UNFAIR ADVANTAGE	CUSTOMER SEGMENTS
Existing Alternatives	KEY METRICS	High Level Concept	CHANNELS	Early Adopters
COST STRUCTURE		FINANCIAL SUSTAINABILITY		
			IMPACT	

 social lean canvas
V1.04 Available at www.socialleancanvas.com

Social Lean Canvas is adapted from The Business Model Canvas (© 2009 by Ash Maurya) and is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 International License.

PURPOSE: HEDEF

PROBLEM: PROBLEM

Existing Alternatives: Varolan Alternatifler

SOLUTION: ÇÖZÜM

KEY METRICS: KİLİT METRİKLER

UNIQUE VALUE PROPOSITION: BENZERSİZ DEĞER TEKLİFİ

High Level Concept: Üst Düzey Kavramı

UNFAIR ADVANTAGE: REKABET AVANTAJI

CHANNELS: KANALLAR

CUSTOMER SEGMENTS: HEDEF KİTLE

Early Adopters: Erken Benimseyenler

COST STRUCTURE: MALİYET YAPISI

FINANCIAL SUSTAINABILITY: FİNANSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

IMPACT: ETKİ

Araç 19 - Kendi işletmeni planlama

LÜTFEN AŞAĞIDAKİ REHBERİ İŞLETMENİZİ PLANLAMAKTA KULLANIN.
EYLEMLERİNİZ İÇİN BİR ZAMAN ÇİZELGESİ OLUŞTURUN. AÇILIŞA KALAN SÜREYE
BAĞLI OLARAK BU ÇİZELGE GÜNLÜK, HAFTALIK VE AYLIK OLARAK
OLUŞTURULMALIDIR.

GERÇEK HAYATTA İŞLETMENİZİ AÇMAK İÇİN NEYE İHTİYACINIZ VAR?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

BUNU BAŞARMAK İÇİN HANGİ KAYNAKLARA İHTİYACINIZ
VAR?.....

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

KURULUŞ SÜRECİ İÇİN NE KADAR ZAMANA İHTİYACINIZ VAR?

.....

NE ZAMAN AÇILIŞ YAPMAK İSTİYORSUNUZ? GERÇEK BİR TARİH YAZIN AÇILIŞ
TARİHİ.....

.....
BUGÜNÜN
TARİHİ.....

AÇILIŞ GÜNÜNDE NE YAPMAM
GEREKİYOR?.....

.....
.....
.....
.....
.....

AÇILIŞTAN BİR GÜN ÖNCE NE YAPMAM GEREKİYOR?

.....
.....

.....
.....
.....
.....
.....

AÇILIŞTAN İKİ GÜN ÖNCE NE YAPMAM GEREKİYOR?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

AÇILIŞTAN 3,4,5,6 GÜN ÖNCE NE YAPMAM GEREKİYOR?

.....
.....
.....
.....
.....

AÇILIŞTAN 7-13 GÜN ÖNCE NE YAPMAM GEREKİYOR?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

AÇILIŞTAN 14-20 GÜN ÖNCE NE YAPMAM GEREKİYOR?

.....
.....
.....
.....
.....

AÇILIŞTAN 21-27 GÜN ÖNCE NE YAPMAM GEREKİYOR?

.....
.....
.....

.....
.....
AÇILIŞTAN 28+ GÜN ÖNCE NE YAPMAM GEREKİYOR?
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
.....
YARDIMA İHTİYACINIZ OLURSA KİME GİDECEKSİNİZ?
.....
.....

.....
.....
İŞLETMENİZ İÇİN HERHANGİ BİR İZNE VEYA RESMİ LİSANSLAMAYA İHTİYACINIZ VAR MI?
.....
.....
.....

.....
.....
NELER YOLUNDA GİTMEYE BİLİR VE BU RİSKİ AZALTMAK İÇİN NELER YAPABİLİRSİNİZ?
.....

NE YANLIŞ GİDEBİLİR?	İŞLETMEM İÇİN BU NE KADAR ÖNEMLİ	BU RİSKİ MİNİMİZE ETMEK İÇİN NE YAPABİLİRİM?

--	--	--