

## Učni načrt in časovnica podjetniških krožkov Ustvarjalnika

V okviru podjetniških krožkov želimo mlade pripraviti za karseda uspešen nastop na trgu dela v naslednjih desetletjih. Zavedamo se, da se svet hitro spreminja, zato so za uspešnost v prihodnosti potrebna nova znanja in veščine.

### Veščine za trg dela 21.stoletja



## Shema aktivnosti podjetniškega krožka skozi šolsko leto



V Ustvarjalniku smo razvili lastno metodologijo za učenje podjetnosti, temelječo na konceptu Design Thinking-a, ki prihaja z univerze Stanford v ZDA.



## Razpored aktivnosti krožka po mesecih

Krožki bodo potekali od drugega tedna v oktobru do zadnjega tedna v maju z vmesnimi premori za počitnice. Pričakuje se, da bodo udeleženci krožkov svojim projektom namenili veliko prostega časa poleg tedenskih srečanj. Mentorji jim bodo pri tem ves čas na razpolago.

Mesec	Vsebina aktivnosti
Oktober	Spoznavanje med člani (kjer je možno, bomo skupine pomešali, tako da bodo krožek obiskovali mladi iz različnih izobraževalnih programov) Motivacija za nadalnje delo, obisk motivacijskega vikenda in aktivnosti za spodbujanje timskega duha.
November	Trening mehkih veščin, poslovne simulacije in situacijske igre, ki od mladih zahtevajo podjetniški pristop k reševanju problemov. Razbijanje strahu pred pristopanjem do neznanih ljudi in komunikacijo s potencialnimi strankami.
December	Pripoznavanje lastnih poslovnih idej, pot od poslovne ideje do razdelanega koncepta za razvoj lastnega produkta, spoznavanje z metodologijo poslovnega modeliranja in konceptom prototipiranja.
Januar	Testiranje in prototipiranje lastnih poslovnih zamisli in spoznavanje pristopov, potrebnih za preverjanje svojih poslovnih zamisli na trgu. Priprava na udeležbo na Startup Weekendu (priprava pitch-a, t.j. kratke predstavitve poslovne zamisli).
Februar	Udeležba na Startup Weekend-u in izdelava prototipa za svojo lastno poslovno zamisel. Priprava vseh potrebnih materialov za samostojen nastop na trgu, uvod v marketing.
Marec	Proces postopnega razvoja lastne poslovne zamisli in odkrivanje kupcev z metodo Customer Development. Pridobivanje prvih strank in spreminjanje osnovnega poslovnega modela glede na odziv trga.
April	Nadaljni razvoj lastne poslovne zamisli in pridobivanje strank, spoznavanje s pristopi za pospeševanje prodaje in razvoj novih prodajnih kanalov. Iskanje potencialnih partnerjev in morebiti investitorjev.
Maj	Priprava na sklepno konferenco, kjer se predstavi poslovna zamisel. Trening javnega govorništva in izdelava prepričljive predstavitve pred potencialnimi vlagatelji. Priprava predstavitve startupa na spletu, facebook-u, ipd...

Dejanski plan aktivnosti se lahko nekoliko spreminja, saj je odvisen od presoje posameznega mentorja, ki se lahko odloči, da z mladimi zastavi drugačno zaporedje dela v svojem krožku.