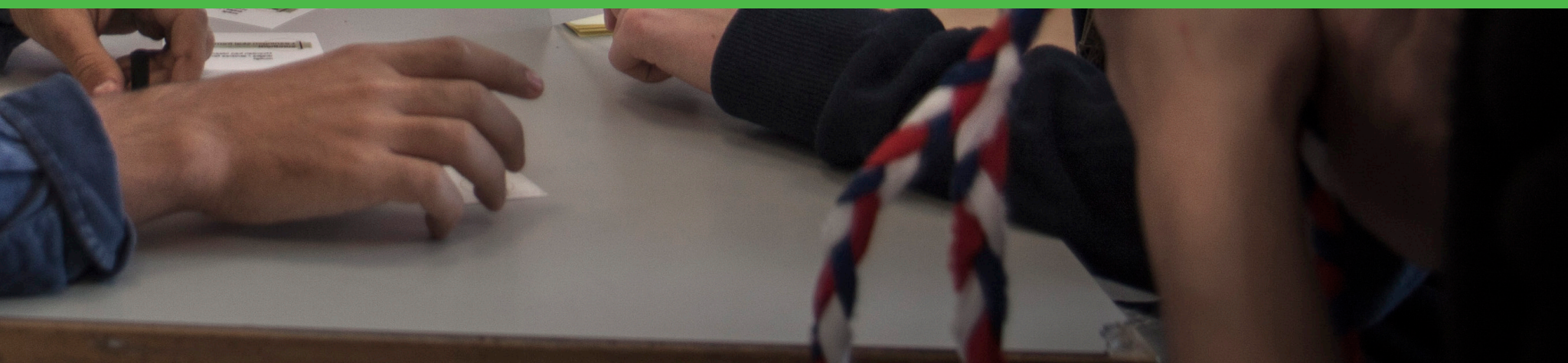




ARBEJDSARK

MIN VIRKSOMHED

Et undervisningsmateriale for 9.-10. klasse



ISBN 978-87-92167-84-2

Copyright © 2019

Fotografisk, mekanisk eller anden gengivelse af dette materiale eller dele af det er ikke tilladt ifølge gældende dansk lov om ophavsret.

1. udgave, 2019

Fonden for Entreprenørskab Kalaallit Nunaat



FONDEN FOR ENTREPRENØRSKAB KALAALLIT NUNAAT
JA WORLDWIDEMI ILAASORTAQ

Fonden for Entreprenørskab Kalaallit Nunaat er nationalt videntcenter og omdrejningspunkt for udvikling af entreprenørskab i undervisningen på alle uddannelsesniveauer, og Fonden er selv med til at skabe og udbrede ny viden og forskning om entreprenørskab i undervisningen. Fonden arbejder aktivt for, at evnen til at være innovativ skal være et grundelement i alle uddannelser fra abc til ph.d., og at innovation og entreprenørskab i højere grad skal integreres i uddannelserne og forankres på uddannelsesinstitutionerne.

INDHOLD

Idégenerering og virksomhedsdannelse	1
Teknikker	1
Kædeteknik	2
Idégenerering via associationer	3
Virkeliggørelse	4
En enkel handlingsplan	4
PMI - Plus, Minus eller Interessant	5
Pointskala	5
En enkel handleplan	6
PLUS	7
MINUS	8
INTERESSANT	9
Handleplansskema	10
Strategisk planlægning - SWOT-analyse	11
Strategisk planlægning - Økonomi	14
Til testpanelet - Introduktion til gæster	15
Standopbygning	15
Associationsnetværk - Eksempel	16
Koordinatsystem	17

IDÉGENERERING OG VIRKSOMHEDSDANNELSE

Teknikker (Kædeteknik og associationsteknik)

En af metoderne til at få nye idéer er at bryde med tankemønstre. Når tankemønstrene er brudt opbygges nye i form af nye idéer og løsninger. Dette skrift er bogstaveligt en vejledning; det er ikke en facitliste, men inspiration og konkrete eksempler og metoder, som kan anvendes af læreren.

Kædeteknik (Ole Striim: Ideudvikling)

Eleverne deles op i grupper på 4. En skriver ned. Hver gruppe får 3 idéskemaer. De skal nu fylde ord i ordkæderækken efter følgende model:

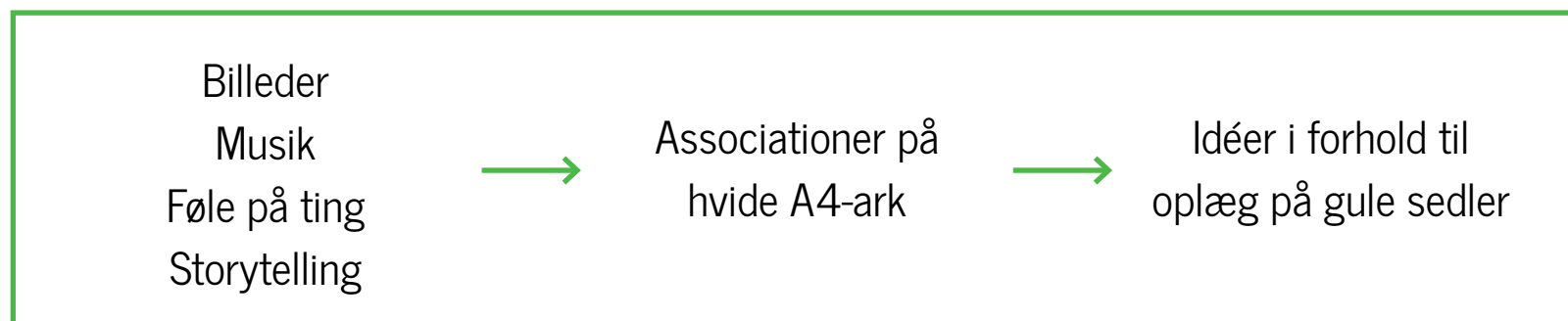
- Fase 1** Første elev siger et ord (navneord). Næste elev (evt. med uret rundt) siger det første, der falder vedkommende ind i forbindelse med det før sagte ord. Øvelsen skal gå hurtigt. Der er ikke tid til eftertanke. Skulle man være blank en enkelt gang, melder man pas. Således går det rundt om bordet til arkene er udfyldt. Skribenten deltager også. Der skulle nu være dannet en associationsrække af ord.
- Fase 2** Nu går man i gang med spalte 2, Spontane idéer. Til hvert enkelt ord nedskriver man hvilke spontane idéer, man får i forbindelse med det ord, der står i spalte 1. Her må ikke diskuteres. Alle idéer er lige gode. Alle tre ark udfyldes. Der må gerne stå flere ting i hver boks. Kan man ikke finde på noget, fortsætter man bare til næste ord.
- Fase 3** Nu skal man til selve idéudviklingen. Hver enkelt af de spontane idéer diskuteres nu igennem for at finde ud af, hvordan den kan realiseres. Når man har forslag til realiserbare idéer nedskrives de, beskrives og hænges op på tavlen.
- Fase 4** Ved at læse på de fremkomne idéer vælger eleverne idégrundlag og samarbejdspartnere for den virksomhed, de kunne tænke sig at starte.

Kædeteknik

Idéskema

1. Ordkæde	2. Spontane idéer	3. Idéudvikling (Hvordan?)
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
13.		
14.		
15.		
16.		
17.		
18.		
19.		
20.		

Idégenerering via associationer



Lad eleverne se på billeder et ad gangen. Giv dem max. 2 minutter til hvert billede til at skrive deres associationer ned. De må kun bruge ét ord til hver association. Gør det samme med musik etc.

Husk at veksle mellem teknikkerne; hvis ikke før så når eleverne bliver trætte. Brug gerne disse teknikker sidst på dagen eller på andendagen i arbejdet, for der opstår "flowtilstanden" lettest. Det er når de holder op med at tænke over, hvad de skriver. Jo mere direkte fra underbevidstheden associationerne kommer, jo bedre.

Dernæst får eleverne en gul post-it hver. De skal nu skrive idéer ud fra det, de har på deres hvide ark. En på hver seddel. De gule sedler sættes ukritisk op på tavlen. Det er vigtigt at alle idéer accepteres.

Nu skal idéerne kategoriseres med farveprikker ud fra følgende model:

- Grønne Dem man selv kan gennemføre. De almindelige idéer.
- Blå Andre må gennemføre disse. De originale idéer.
- Røde Meget spændende. Vilde, outrerede idéer.

Eleverne går til tavlen, ser idéerne igennem og kategoriserer dem med en tuschprik i den farve, de mener, passer til idéen. Dernæst vælger eleverne et antal gule sedler, sætter en på hver sit A4-ark og begynder at udvikle idéen og beskrive den på papiret.

Det er stadig vigtigt ikke at dræbe idéerne; det som virker umuligt for den ene er måske simpelt for en anden!

Hvor lang tid skal man så bruge på disse discipliner? Ting tager den tid, der er til rådighed! Det er tit bedst og mest givtigt at give korte, skarpe tidsfrister.

VIRKELIGGØRELSE

En enkel handlingsplan

1) Skriv de første fem ting ned, der skal gøres for at virkeliggøre din idé

Idéen med dette er at optræne muligheden for hurtigt at tænke på, hvilke konkrete ting man behøver for at virkeliggøre idéen. Det kræver øvelse. Gevinsten ved altid at have for vane at tænke på konkrete aktiviteter i forbindelse med en idé er, at idéen vokser og det at realisere den bliver en del af at få den. Øvelsen skaber nærvær og danner god basis for givende diskussioner, bl.a. om konsekvenser, blandt eleverne.

2) Brug 10 minutter på at skrive de ting ned, det tager mindre end 1 minut at gennemføre

Idéen med dette er at træne muligheden for at bryde en idé ned i en så lille bestanddel, at virkeliggørelsen kan påbegyndes direkte. Det er væsentligt lettere at få fart i idéudviklingen, når man har taget et lille skridt. Med denne øvelse kommer alle idéer ned på et hverdagsniveau.

3) Skriv de tre største udfordringer ned, du tror realiseringen vil møde

Hensigten er at forsøge at finde ud af, hvad der kunne tænkes at forsinke/forhindre udviklingen. Der er altid udfordringer ved realiseringerne. Hvis eleven har svært ved at finde ud af, hvad det er, kan du spørge, hvad det er, der gør, at eleven ikke virkeliggør idéen. En anden type udfordring kan være tid. Så er udfordringen at frigøre den påkrævede tid. Det kan også være at eleven ikke tør foretage et valg. Her kunne der spørges: "Hvad skal der til for, at du kan tage et skridt i virkeliggørelsen?" En af metoderne til at få nye idéer er at bryde med tankemønstre. Når tankemønstrene er brudt opbygges nye i form af nye idéer og løsninger.

PMI – plus, minus eller interessant

En måde at værdisætte en idé på er at lave en PMI. P står for plus, M for minus og I for interessant. På under et minut fokuseres der på alle plusfaktorerne, derefter alle minusfaktorerne og til slut på alle konsekvenser, som forslaget skaber. Resultatet af en sådan fokusering bliver, at opmærksomheden rettes mod idéen og ikke mod den, som har eller fik idéen.

Da man ud over plus og minus også beskriver ideen som "interessant" medfører det, at perspektivet bliver væsentligt bredere. PMI hjælper os til at udsætte bedømmelsen af idéen og lader os danne et mere fuldstændigt billede, før vi træffer endelige afgørelser.

Pointskala

En anden måde at foretage en vurdering på er at give eleverne mulighed for at give point efter en pointskala. 10, 8, 6, etc., og siden regne sammen, hvilken eller hvilke idéer får flest point. Man bør nok her mindst lave en PMI på de valgte idéer efterfølgende.

En enkel handleplan

Skriv de fem første handlinger ned, som du skal gøre for at virkeliggøre din idé

Brug 10 minutter til at skrive de ting ned, du kan gennemføre på et minut

Skriv de tre største udfordringer, du kan forestille dig at støde på under realiseringen

MINUS

Hvad er negativt ved denne idé?

INTERESSANT

Hvilke interessante ting kommer til at ske, hvis vi gennemfører denne idé?

Handleplansskema

Hvilke interessante ting kommer til at ske, hvis vi gennemfører denne idé?

Hvad	Hvordan	Hvem	Start/slut	Bemærkninger

Strategisk planlægning - SWOT-analyse

Styrker og svagheder - Interne forhold

Produkt	Hvilke behov dækker produktet? Hvordan dækker produktet de behov?
Markedsføring	Hvordan vil I reklamere? (PR, gratis reklame i lokalaviser og TV osv.?) Hvordan vil I sælge jeres produkt? Personligt salg, f.eks.?
Produktion	Selv? Underleverandør? Værksted? Store virksomheder kan give problemer (små kunder vil stå sidst i køen) Små virksomheder kan være en fordel (de kan ofte bedre afse tid)
Finansiering	Hvad skal I bruge penge til? Hvordan vil I skaffe dem?
Organisation	Hvordan vil I bruge jeres stærke sider? Hvordan vil I forbedre jeres svage sider? Hvem skal være hvad i virksomheden? (Direktør, økonomichef osv.)

Strategisk planlægning - SWOT-analyse

Muligheder og trusler - Eksterne forhold

Kunder	Hvem er jeres målgruppe? (segmentering, markedsanalyse) Hvordan tænker de? Hvordan påvirkes de? Hvilken livsstil og holdninger har de?
Konkurrenter	Hvem er jeres konkurrenter? Hvilke muligheder og trusler gør denne viden jer opmærksomme på?
Distribution	Udstilling på egen skole, bl.a. for respons
Leverandør	Undersøg, hvad en evt. produktion koster Fastsæt en brugbar salgspris
Demografi	Hvordan kan befolkningens sammensætning være en mulighed? Hvordan kan befolkningens sammensætning være en trussel?
Teknologi	Vær opmærksom på muligheder og priser.
Kultur	Subkulturer, nicher osv. kan have muligheder, I kan udnytte, eller trusler, I skal passe på.

Strategisk planlægning - SWOT-analyse

Internt	Styrker	Svagheder
Eksternt	Muligheder	Trusler

Strategisk planlægning - Økonomi

Eksempel på en opstilling

Forkalkulation Pris på materialer
 + Løn

 = Kostpris

Resultatbudget (forventet overskud for et år)

 Omsætning (antal stk. x salgspris)
 - Vareforbrug (antal stk. x kostpris)

 = Dækningsbidrag
 - andre variable omkostninger (transport/messeudgifter/evt. forplejning)

 = Dækningsbidrag 2
 - faste omkostninger (f.eks. husleje)

 Resultat (Forhåbentlig overskud)

Likviditetsbudget

Opdel resultatbudgettet i kvartaler eller lignende passende størrelser

Årsregnskab

Resultatbudget + balance

Til testpanelet - Introduktion til gæster

Introduktion til gæster fra erhvervslivet i forbindelse med emneuge i innovation og iværksættelse. Eleverne i klassen arbejder hele ugen med at udvikle idéer til brug for etablering af egen lille virksomhed. Det er meningen, at eleverne skal nå at have en prototype klar og afslutte ugen med en udstilling/messe, hvor idé/produkt, logo og slogan fremvises i forbindelse med en stand/udstilling.

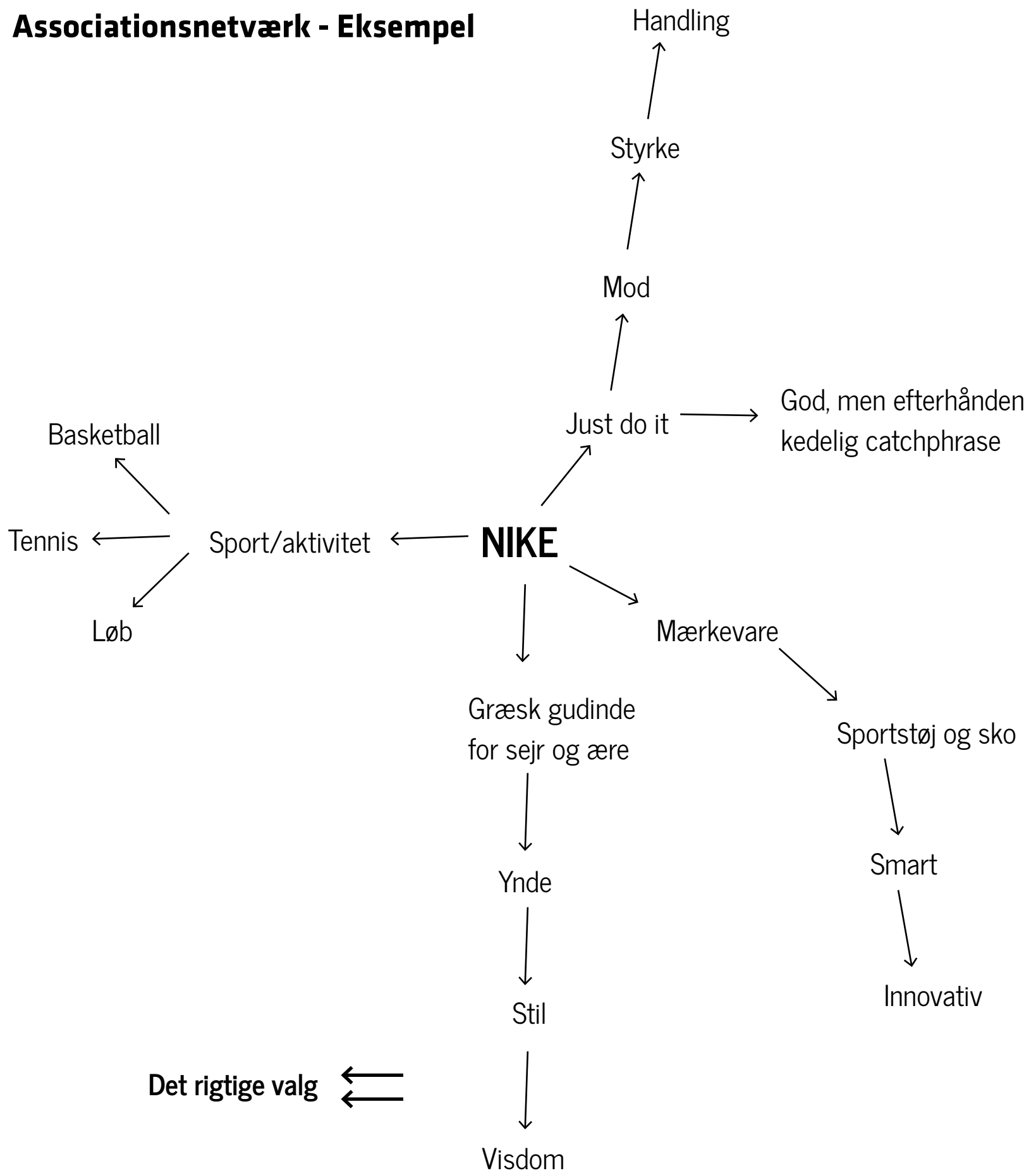
I forbindelse med testpanelet er det hensigten, at eleverne på max. 5 minutter skal præsentere deres idé, baggrund for idéen, hvilke problemer produktet forventes at løse, navn, slogan og logo og hvilke målgrupper, de forestiller sig vil være relevante at henvende sig til.

Som deltager i testpanelet er det vigtigt at være positiv og interesseret, stille opklarende spørgsmål og gerne give forslag til, hvordan eleverne kan komme videre. Det er ikke hensigten, at der skal foreligge en direkte vurdering, men derimod at skabe en dialog med eleverne, der kan få dem til at reflektere og sætte nye arbejdsprocesser i gang.

Standopbygning

1. Logo
2. Skilte
3. Præsentation af produktet
 - Selve produktet
 - Materialer til at demonstrere og vise produktet
4. Præsentationsmaterialer
 - Brochure
 - Flyer
 - Visitkort
 - Plakat
 - Fotos
 - Hjemmeside
5. Lys på standen
6. Diverse dekormaterialer
 - Stof eller andet dekoration til vægge
 - Værktøjskasse
7. Opmærksomheds-/hold-på-folk ting
 - Slik, kaffe, kage osv.
8. Påklædning

Associationsnetværk - Eksempel



A touch of class
Stil

Last season
Ikke trend
Traditionel

In
Tidens trend
Moderne

Less classy
Almindelig/praktisk