



FINAME PRO



Kompetencije za uspješnije  
cjeloživotno učenje i izazove  
suvremenog društva



Ekonomska i upravna škola

SPLIT



# UPRAVLJANJE PROJEKTIMA I (DRUŠTVENO) PODUZETNIŠTVO



2

PRIRUČNIK ZA NASTAVNIKE  
ZA PROVEDBU  
IZVANNASTAVNE  
AKTIVNOSTI



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda



Europska unija  
Zajedno do fondova EU





# UPRAVLJANJE PROJEKTIMA I (DRUŠTVENO) PODUZETNIŠTVO

PRIRUČNIK ZA NASTAVNIKE ZA  
PROVEDBU IZVANNASTAVNE AKTIVNOSTI

**Impressum:**

**Autori:**

Ranko Milić, mag. ing. el.

Michael Freer, mag. oec.

Filip Dulčić, mag. oec

**Izdavač:**

Ekonomska i upravna škola, Split, 2019.

Split, 2019.

Izradu ovog priručnika sufinancirala je Europska unija iz Europskog socijalnog fonda  
Sadržaj ovog priručnika isključiva je odgovornost Ekonomske i upravne škole, Split

## OSNOVNE INFORMACIJE O PROJEKTU:

**Naziv projekta:**

“FINAME PRO – Kompetencije za uspješnije cjeloživotno učenje i izazove suvremenog društva”

**Šifra projekta:**

UP.03.2.2.03.0082

**Korisnik projekta:**

EKONOMSKA I UPRAVNA ŠKOLA, SPLIT

A: Vukovarska 37, 21000 Split

T: +385 21 401 300

E: eb-skola@st.t-com.hr

W: <http://ss-ekonomskaiupravna-st.skole.hr/>

## PROJEKTNI PARTNERI:

- Škola za dizajn, grafiku i održivu gradnju, Split
  - Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet
  - Cluster za eko-društvene inovacije i razvoj CEDRA Split
- Trajanje projekta: 24 mjeseca (studeni 2017. – studeni 2019.)  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda  
Više informacija o EU fondovima: [www.struktturnifondovi.hr](http://www.struktturnifondovi.hr)

# Predgovor

Priručnik za nastavnike za provedbu izvannastavne aktivnosti Upravljanje projektima i (društveno) poduzetništvo izrađen je u sklopu projekta „FINAME PRO - kompetencije za uspješnije cjeloživotno učenje i izazove suvremenog društva“ (UP.03.2.2.03.0082), financiranog iz Europskog socijalnog fonda. Korisnik projekta je Ekonomska i upravna škola Split, a projektni partneri su Škola za dizajn, grafiku i održivu gradnju, Ekonomski fakultet Split i Cluster za eko-društvene inovacije i razvoj CEDRA Split.

Projekt je vodila Ekonomska i upravna škola kao izraz želje za modernizacijom srednjoškolskog kurikulumu sa svrhom povećanja financijske, digitalne, medijske, matematičke, čitalačke i multikulturalne pismenosti učenika što je preduvjet boljoj pripremi za uspješnije cjeloživotno učenje, odnosno daljnje školovanje i/ili tržište rada. Izrada ovog priručnika jedan je od ishoda projekta „FINAME PRO - kompetencije za uspješnije cjeloživotno učenje i izazove suvremenog društva“. U sklopu ovog projekta, osim priručnika, izrađeni su i Plan provedbe izvannastavne aktivnosti te zaseban priručnik za učenike.

Poduzetništvo kao temelj gospodarskog razvoja i društveno poduzetništvo kao koncept sa širim društvenim učincima, prepoznati su od strane Korisnika kao poluge ekonomskog i društvenog razvoja, a ova izvannastavna aktivnost uvedena je upravo kako bi učenici na kreativan način i u neformalnom okruženju razvijali svoje poduzetničke sposobnosti kao i komunikacijske i prezentacijske vještine. Polazeći od stajališta da se postizanje svakog većeg ili manjeg cilja može okarakterizirati kao svojevrsan projekt, s učenicima je proveden niz radionica na kojima su stekli osnovna znanja o upravljanju projektnim ciklusom u kontekstu razvoja poduzetničke ideje, odnosno poduzetničkog proizvoda ili usluge.

Radionice, osmišljene po principu učenja kroz rad, proveli su u školskoj godini 2018./2019. Ranko Milić i Michael Freer iz Clustera za eko-društvene inovacije i razvoj CEDRA Split i nastavnik Toni Santrić iz Škole za dizajn, grafiku i održivu gradnju u Splitu.

Ovim putem zahvaljujemo svim sudionicima radionica i nadamo se da će ova izvannastavna aktivnost potaknuti uvođenje i širenje primjene projektnog pristupa u učenju i poučavanju, te poticanju projektnog i poduzetničkog mišljenja i djelovanja u rješavanju najrazličitijih pitanja, potreba i problema, ali i boljem korištenju razvojnih prilika kako u društvu, ekonomiji, tako i u obrazovanju, odnosno kod samih nastavnika i učenika te njihovih škola, obitelji te sadašnjih i budućih obrazovnih i profesionalnih okruženja.

Želimo Vam uspješan i kreativan rad!

Autori

## Svrha priručnika za nastavnike

Priručnik za nastavnike za provedbu izvannastavne aktivnosti *Upravljanje projektima i (društveno) poduzetništvo* namijenjen je isključivo nastavnicima kao pomoć u osmišljavanju i provedbi izvannastavne aktivnosti i nije namijenjen učenicima za usvajanje znanja i svladavanje gradiva.

Priručnik se sastoji od devet cjelina u obliku prijedloga za pripremu i razradu nastavne jedinice/sata (koji treba biti pripremljen i proveden u obliku radionice) s opisom i strukturom radionice/sata te primjerima načina vođenja radionice i materijala koji se mogu koristiti. Kroz ovu izvannastavnu aktivnost učenicima bi trebalo približiti osnovne pojmove i koncepte poduzetništva, pojasniti pojam društvenog poduzetništva te ih uputiti u osnove poslovnog i financijskog planiranja, uključivo izradu projektnog proračuna, osnove marketinga (određivanje ciljanog tržišta/korisnika proizvoda ili usluge, izradu promotivnih materijala, prezentaciju proizvoda, korištenje Internet marketing alata) i evaluaciju učinjenog.

U provedbi ove izvannastavne aktivnosti, nastavnik ili voditelj radionice ima veliku slobodu u osmišljavanju zadataka za učenike, ali je cilj da provede učenike kroz sve faze projektnog ciklusa u kontekstu poduzetničkog poslovanja, odnosno razvoja proizvoda ili usluge (uspostava projektnih timova, generiranje poduzetničkih ideja, razvoj proizvoda/usluge, izrada projektnog proračuna i financijskog plana, marketinške aktivnosti, plasman proizvoda/usluge, evaluacija).

Radionice se sastoje od niza jednostavnih, neformalno strukturiranih zadataka i aktivnosti koje vode određenom cilju. Želja je učenicima pokazati kako se neke važne odluke mogu donijeti na zabavan i jednostavan način, praktički kroz igru. Primjer za to je osmišljavanje imena tvrtke koja je inače vrlo važan vid poslovanja i marketinga tvrtke.

Ime tvrtke može se smisliti na način da svatko u timu na komad papira napiše jednu riječ koja može biti ime, predmet, životinja, boja i sl. Svi papiri se stavljaju u jednu kutiju i zatim se izvlače dva po dva papira. Riječi sa svakog izvučenog para papira se zapisuju na ploču (na kraju imamo onoliko parova riječi koliko je bilo parova papira) i zajednički se odlučuje o najboljoj i najzvučnijoj kombinaciji riječi koja će se koristiti za ime tvrtke. Metode igre, oluja ideja i slične zabavne metode mogu se koristiti i u mnogim drugim važnim elementima poslovanja, te donošenja odluka.

Pretpostavka uspješne provedbe ove izvannastavne aktivnosti je aktivna participacija učenika i njihov kreativan rad te je stoga nužno i učenicima ostaviti što je veću moguću slobodu u rješavanju zadataka kako bi do izražaja došla njihova kreativnost, pri čemu nastavnik/voditelj radionice preuzima u ovom procesu prije svega ulogu mentora i moderatora.

Primjeri organizacije radionica prikazani u tablicama u nastavku samo su okvirni vodič za osmišljavanje radionica pa je i samom nastavniku ostavljena velika sloboda pri strukturiranju, organizaciji i vođenju radionica te u dinamici provedbe izvannastavne aktivnosti.

Ipak, poželjno je da raspored radionica prati predloženi redoslijed kako bi učenici bili uključeni u sve faze projektnog ciklusa koje imaju odgovarajući logičan slijed.

## Plan provedbe izvannastavne aktivnosti „Upravljanje projektima i (društveno) poduzetništvo“

Plan provedbe izvannastavne aktivnosti *Upravljanje projektima i (društveno) poduzetništvo* treba promatrati kao okvirni prijedlog voditelja radionica koji su provodili izvannastavnu aktivnost u ovom eksperimentalnom projektu.

Voditelji radionica/nastavnici koji budu provodili izvannastavnu aktivnost u budućnosti ne moraju se strogo držati ovdje navedene strukture, ali je poželjno da raspored radionica prati predloženi redoslijed kako bi se sukcesivno obradile sve faze projektnog ciklusa.

Predloženih 9 cjelina nije nužno održati u 9 susreta s učenicima, a trajanje pojedine cjeline je također okvirno (trajanje u tablicama je samo prijedlog) te je na voditelju radionice da ocijeni koliko je optimalno trajanje svake cjeline, odnosno da diktira dinamiku rada. To znači da jedna cjelina može trajati i više školskih sati i provoditi se kroz veći broj radionica.

## Tablice s predloženim planom provedbe cjelina i radionica:

### Cjelina 1: Uspostava projektnih timova

<b>Predmet</b>	Upravljanje projektima i (društveno) poduzetništvo	
<b>Tema</b>	Uvod, upoznavanje i motiviranje. Uspostava projektnog tima	
<b>Naziv</b>	Upoznavanje članova projektnog tima	
<b>Trajanje</b>	50 minuta ili više. Preporučeno 1-2 radionice	
<b>Ciljevi:</b>	Probijanje leda Stvaranje osobnih veza Razmišljanje o timskom radu kroz zabavu Samoprocjena	
<b>Zadaci/Aktivnosti</b>		
	Predstavljanje nastavnika/voditelja radionice i načina ocjenjivanja/vrednovanja	10 min
	PROBIJANJE LEDA - IGRA IMENA – napišite svoje ime komadić papira (post it) i stavite ga u balon za napuhivanje. Napužite balon i dodavajte se balonima s ostalima u grupi. Kada nastavnik da znak, uzmite balon koji vam je najbliži i probušite ga. Nađite učenika čije ime piše na papiriću kojeg ste dobili i uhvatite tu osobu za ruku te nastavite tražiti osobu koju je vaš par izvukao na papiriću. Nastavite dok se svi učenici ne uhvate za ruku i dok se na taj način ne formira krug (ponekad se može formirati i više krugova)	5 min
	IGRA – RJEŠAVANJE PROBLEMA – podijelite razred u grupe od 4-5 učenika. Dajte svakoj grupi dvije vrećice za otpad i recite im da ih zavežu jednu za drugu i tako naprave krug. Svaki član grupe mora proći kroz krug u što kraćem vremenu (vrijeme prolaska svakog učenika mjeri se štopericom). Ukoliko grupa ima samo 4 člana, svaki član mora proći kroz krug dva puta. Svaki učenik treba pokušati proći kroz krug tri puta i nastojati smanjiti vrijeme prolaska tj. što brže proći kroz krug. Učenike treba uputiti da svaki put pokušaju proći kroz krug na drukčiji način i tako skrate vrijeme prolaska. Tražite od njih da objasne kako su inovirali, poboljšali ili promijenili tehniku prolaska svaki put kada su prolazili.	15 min
	IDENTITET TIMA – Učenici su podijeljeni u iste grupe kao i gore. Svaka grupa/tim treba smisliti ime tima, logo i moto i nakon toga dizajnirati plakat s imenom, logom i motom. Svaki tim mora između sebe raspraviti svoje snage/prednosti i slabosti (pojedinačno kao članovi tima i skupno kao cijeli tim) vezano za različite teme kao što su meke vještine znanja i školske predmete i sl.	10 min
	Učenici trebaju predstaviti sebe ostatku razreda u jednoj minuti, uključujući predstavljanje tko su, svoje snage i slabosti.	8 min



Zaključne napomene nastavnika/voditelja radionice i najava daljnjih aktivnosti	2 min
<b>Oprema/Resursi:</b> Upitnici za samoprocjenu (u dodatku), Post-it papirići, Baloni, Vreće za otpatke - 2 za svaki tim od 5 učenika, A4 papir za svaki tim, Flomasteri, Markeri	
<b>Domaći rad:</b> Ispuniti dnevnik rada o provedenim aktivnostima i prvu polovicu upitnika za samoprocjenu	

## Cjelina 2: Generiranje ideja

<b>Predmet</b>	Upravljanje projektima i (društveno) poduzetništvo	
<b>Tema</b>	Ideje	
<b>Naziv</b>	Generiranje ideja	
<b>Trajanje</b>	60 minuta ili više. Preporučeno 1-2 radionice	
<b>Ciljevi:</b>	Potaknuti kreativno razmišljanje učenika Potaknuti učenike na međusobnu komunikaciju i zajednički rad Razmišljati zbog čega postoje proizvodi i usluge i kako nastaju	
<b>Zadaci/Aktivnosti</b>		
	Rekapitulacija prethodne cjeline i uvod u novu cjelinu	3 min
	DISKUSIJA S UČENICIMA – Što čini dobru poslovnu ideju? Učenici u slobodnom razgovoru iznose koja je njihova najdraža poslovna ideja koju poznaju i zbog čega misle da je dobra (uporabna vrijednost, dizajn, inovativnost, način na koji proizvod/usluga čine život lakšim/boljim)?	5 min
	AKTIVNOST – Podijelite se u timove kao i u prethodnoj cjelini. Pokažite učenicima jedan obični predmet za svakodnevnu upotrebu. Učenici trebaju smisliti za što bi se sve taj predmet mogao upotrijebiti (osim uobičajene upotrebe) i mogu u tome biti kreativni koliko žele. Timovi trebaju prezentirati koje sve namjene su smislili za taj predmet i koja je najinovativnija namjena koju su smislili. Ukoliko je neki drugi tim smislilo istu tu namjenu to znači da ta namjena nije inovativna i da moraju smisliti drugu namjenu sve dok ne smisle potpuno jedinstvenu, originalnu i inovativnu namjenu.	10 min
	AKTIVNOST – pitajte svaki tim da pojasne zbog čega su sjedalica, žlica i automobil izmišljeni i što je dovelo do tih izuma. Neka popišu 5 razloga i podijele s drugima razloge koje smatraju najvažnijima.	10 min
	DISKUSIJA/ZAKLJUČAK – Što sada mislite što čini dobru poslovnu ideju!	5 min
	To je ona ideja koja rješava konkretan problem ili iskorištava neku priliku, odnosno uklanja neku „bol“ (engl. pain) ili stvara neku „korist“ (engl. gain).	

<p><b>AKTIVNOST</b> – Svaki tim treba smisliti ili prepoznati 3 problema</p> <p>Jedan lokalni društveni problem          Jedan lokalni problem vezan za okoliš          Jedan problem vezan za njihovu školu</p>	5 min
<p>Napišite sve probleme na ploču i zatražite od timova da izaberu jedan problem i da smisle rješenje za njega – rješenje može biti bilo kakvo (nerealistično, ilegalno i sl.)</p>	10 min
<p>Neka timovi odaberu jedan problem za kojeg misle da ga mogu riješiti poslovnom idejom. Ovo će možda tražiti više pomoći od nastavnika/voditelja radionice. Ako vidite da nedostaje ideja, dajte neke konkretne primjere kao poticaj za razmišljanje.</p> <p><b>Primjeri:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• U blizini škole nema trgovine zdravom hranom/pićem – otvoriti bar sa zdravim svježim sokovima</li> <li>• Nigdje nije promovirano čime se naša škola bavi i koje su njene prednosti – napraviti promotivni suvenir</li> <li>• Ne postoji mogućnost testiranja stečenih vještina na tržištu – pokušati prodati učenički proizvod u obližnjim hotelima</li> </ul>	10 min
<p>Rezimirajte lekciju i potaknite učenike da i dalje razmišljaju o tome što bi mogli prodavati i koji problem bi time mogli riješiti ili korist stvoriti za kupca proizvoda ili usluge.</p>	2 min
<p><b>Oprema/Resursi</b></p> <p>Kako bi se povećala interaktivnost, učenicima se može dati nekakav svakodnevni predmet (slamka, papir, spajalica, kamen) u prvoj aktivnosti, a učenici moraju smisliti različite namjene za taj predmet.</p>	
<p><b>Domaći rad</b></p>	
<p><b>Dnevnik rada</b></p> <p>Dodatno razmišljati koji bi problem mogli riješiti nekim svojim proizvodom ili uslugom koje bi mogli prodavati putem učeničke zadruge!</p>	

### Cjelina 3: Razvoj proizvoda/usluge i osnivanje učeničke zadruge

<b>Predmet</b>	Upravljanje projektima i (društveno) poduzetništvo
<b>Tema</b>	Razvoj proizvoda/usluge i odabir pravnog oblika poslovanja
<b>Naziv</b>	Pokretanje poslovanja
<b>Trajanje</b>	75 minuta

<b>Ciljevi:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Naučiti pravne oblike poslovanja</li> <li>• Naučiti „Lean startup“ metodologiju (Vitka metodologija)</li> <li>• Naučiti o Platnu poslovnog modela (Business model canvas)</li> <li>• Poboljšati komunikacijske vještine</li> </ul>
<b>Zadaci/Aktivnosti</b>	
Rezimirati prethodnu lekciju	3 min
PREDAVANJE - Upoznajte učenike s „lean startup“ metodologijom i kako ju možemo primijeniti na ono što na ovim radionicama radimo. Prezimirajte im svaku fazu „lean startup“ metode i pojasnite im što je potrebno napraviti u kojoj fazi. Ukažite im na to kako ćemo kroz sljedećih nekoliko (5 ili više) radionica raditi upravo po toj metodologiji sve do plasmana proizvoda.	15 min
DISKUSIJA – Pregledajte svi zajedno poslovne prilike koje su učenici prepoznali tijekom i nakon prethodne radionice i odaberite onu koju smatrate najisplativijom i izvedivom, odnosno prikladnom za rad kroz ovaj program. (Ovaj korak se može kasnije ponoviti ukoliko dođe do novih ideja).	8 min
AKTIVNOST – Platno poslovnog modela (Business model canvas) – podijelite učenike u grupe kao i ranije i podijelite im A3 verziju platna poslovnog modela i blok post-it papirića. Objasnite učenicima što je platno poslovnog modela i zajednički ga ispunite ne temelju najbolje poslovne prilike koju ste odredili ranije. Rok za ispunjavanje svake rubrike platna je samo 2 minute. Učenici moraju razmišljati brzo i dati brze odgovore. Nastavnik ih može usmjeriti, ali neka učenici sami dođu do odgovora. Za pripremu, moguće je pronaći nekoliko primjera ispunjenih platana poslovnih modela na internetu.	20 min
PREDAVANJE – Ukažite učenicima da je svaka vrsta poslovanja i stjecanja prihoda uređena zakonom te da svoje poslovanje (poduzetnički pothvat) moraju uskladiti sukladno zakonskim propisima (ukažite i na sankcije ukoliko se postupi protivno tome). Upoznajte učenike s mogućim pravnim oblicima poslovanja i razlikom između obrta, zadruga i trgovačkog društva. Također ih upoznajte s različitim vrstama osnovnih oblika trgovačkih društava (dioničko društvo, društvo s ograničenom odgovornošću) i posebno s pojmom zadruga. Istaknite prednosti i nedostatke svakog od oblika gospodarskog udruživanja.	15 min
DISKUSIJA – Učenici u grupama (timovima) među sobom diskutiraju koji bi bio najbolji pravni oblik za realizaciju njihovog poslovnog pothvata. Predstavnik svakog tima nakon toga izlaže i obrazlaže zaključke svog tima	7 min
AKTIVNOST – Ispunite zajednički sve formulare za osnivanje učeničke zadruge i izvršite prijavu (obraci dostupni za preuzimanje na web stranici Hrvatske udruge učeničkog zadrugarstva).	5 min
Rezimiranje lekcije i zadavanje domaćeg rada	2 min

### Oprema/Resursi

Lean startup metodologija – literatura za nastavnike

Platno poslovnog modela (Business model canvas) – literatura za nastavnike

A3 verzija platna poslovnog modela

Post it papirići

### Domaći rad

Ispuniti dnevnik rada o provedenim aktivnostima

Poboljšati, izmijeniti i završiti platna poslovnog modela

### Literatura za nastavnike:

- Obrt I trgovačko društvo- Usporedba (15.07.2019); URL:<http://pcsamobor.hr/poduzetnicki-vodic/obrt-i-trgovacko-drustvo-usporedba/>
- Što je Zadruga; URL: <https://www.zadrugaizazov.hr/sto-je-zadruga/> (05.07.2019)
- Zadruga; URL: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Zadruga> (05.07.2019)
- Pravni okvir – Zadruga; URL: <http://www.zadruga.obz.hr/index.php/hr/zadruga-sto-je-to/pravni-okvir> (05.07.2019)
- Zakon o zadrugama (pročišćeni tekst); Narodne novine 34/11, 125/13, 76/14, 114/18, 98/19 (dostupna o na <https://www.zakon.hr/z/458/Zakon-o-zadrugama>)
- Osnivanje učeničke zadruge; Hrvatska udruga učeničkog zadrugarstva; URL: <https://www.mojkvart.hr/Zagreb/Centar/Drustva-klubovi-zajednice-savezi/hrvatska-udrugacucenicog-zadrugarstva/OSNIVANJE-UCENICKE-ZADRUGE-S7858> (05.07.2019)
- Hrvatska udruga učeničkog zadrugarstva; URL: <http://www.huuz.hr/> (05.07.2019)
- Eric Ries: "The Lean Startup" – The Lean Startup Methodology – URL: <http://theleanstartup.com/principles> (25.07.2019)
- Miro Hegedić: "Lean Startup: Uvod u revoluciju koja mijenja evoluciju stvaranja novih tech proizvoda". Netokracija.com, 23.9.2013. URL: <https://www.netokracija.com/lean-startup-pokret-56980> (20.07.2019)
- Steve Blank: "Why the Lean Start-Up Changes Everything", Harvard Business Review, svibanj 2013. URL: <https://hbr.org/2013/05/why-the-lean-start-up-changes-everything> (21.07.2019)
- Marko Todtling: "Vitki projektni menadžment" (Završni rad), Sveučilište u Zagrebu Fakultet strojarstva i brodogradnje, rujan 2015. URL: [http://repozitorij.fsb.hr/4817/1/T%C3%B6dtling\\_2014\\_zavr%C5%A1ni\\_preddiplomski.pdf](http://repozitorij.fsb.hr/4817/1/T%C3%B6dtling_2014_zavr%C5%A1ni_preddiplomski.pdf)

## Cjelina 4: Financije

<b>Predmet</b>	Upravljanje projektima i (društveno) poduzetništvo
<b>Tema</b>	Financije
<b>Naziv</b>	Novac, novac, novac
<b>Trajanje</b>	50 minuta

<b>Ciljevi:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Naučiti o investicijskim prilikama za početničke (startup) tvrtke</li> <li>• Povećati financijsku pismenost</li> <li>• Poboljšati vještine računanja napamet</li> <li>• Poboljšati timski rad i komunikacijske vještine</li> </ul>
<b>Zadaci/Aktivnosti</b>	
<p>REZIME PROŠLE LEKCIJE – Pregledajte zajednički sva platna poslovnog modela koje su učenici napravili i zajednički odaberite najbolje dijelove sa svih platana. Prenesite post it papiriće s upisanim dijelovima platna na glavno platno i prodiskutirajte zajedno s razredom. Ova aktivnost zahtijeva aktivnu ulogu nastavnika koji mora usmjeravati aktivnost.</p>	15 min
<p>PREDAVANJE – financiranje startup tvrtke – opišite učenicima kako se startup tvrtke sve mogu financirati. Uzmite u obzir privatne i javne izvore financiranja</p>	10 min
<p>RADIONICA – Podijelite postojeće timove u tri grupe. Svaka grupa će raditi na različitom dijelu financija – troškovi startupa, tekući troškovi i troškovi razvoja. Učenici moraju razmišljati o svim proračunskim stavkama, troškovima i razvoju i koliko će što koštati.</p>	10 min
<p>Kada završe, razmijenite materijale (ili mjesta za stolom) i dajte zadatak svakom timu da temeljito prouči brojke do kojih je drugi tim došao. Napravite to dva puta dok se sve tri grupe nisu izmijenile na pojedinom dijelu financija. Svaka grupa može komentirati tuđe materijale/proračune. Nastavnik treba provjeriti sve i ukazati na sve nedostatke. Odaberite jednu osobu koja će sve to zapisivati.</p>	10 min
<p>Pitajte učenike misle li da mogu prikupiti novac za startup i gdje misle da ga mogu nabaviti</p>	2 min
<p>Rezimiranje lekcije i zadavanje domaćeg rada</p>	3 min
<b>Oprema/Resursi</b>	
<p>Platna poslovnog modela od prethodne radionice, Graf financiranja startupa, Tri A3 lista papira, Markeri</p>	
<b>Domaći rad</b>	
<p>Na školskom satu matematike ili računovodstva mogu uzeti popis troškova kojeg su napravili i izračunati koliko bi proizvod/usluga trebali koštati kako bi se pokrili svi mogući troškovi, nakon toga napraviti projekciju dobiti i gubitka i eventualno bilance Dnevnik rada</p>	
<b>Literatura za nastavnike:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anna Vital: "How a startup funding works"; Adiom.com, 9.5.2013, URL: <a href="https://blog.adioma.com/how-funding-works-splitting-equity-infographic/">https://blog.adioma.com/how-funding-works-splitting-equity-infographic/</a> (24.9.2019.)</li> </ul>	

## Cjelina 5: Marketing

<b>Predmet</b>	Upravljanje projektima i (društveno) poduzetništvo	
<b>Tema</b>	Marketing	
<b>Naziv</b>	Definiranje naših kupaca	
<b>Trajanje</b>	50 minuta	
<b>Ciljevi:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bolje razumijevanje marketinga</li> <li>• Poboľšane prezentacijske vještine</li> <li>• Poboľšane vještine donošenja odluka</li> <li>• Veća svijest o riziku i bolje promišljanje rizika</li> </ul>	
<b>Zadaci/Aktivnosti</b>		
Rekapitulacija prethodne lekcije i pregled zadatka napravljenog na satu matematike/računovodstva		5 min
PREDAVANJE - Marketing miks – 5P – proizvod, cijena, mjesto, promocija i svrha (product, price, place, promotion and purpose)		10 min
PREZENTACIJA – tražite od par učenika da se sjete kako smo segmentirali naše kupce i koje smo kanale između proizvoda i kupca izabrali. Tražite povratnu informaciju od ostatka učenika ostaju li te stvari iste ili ih mijenjamo.		10 min
RADIONICA – podijelite učenike u timove – svaki tim neka smisli 3 imena tvrtke/poduzetničkog pothvata i napišite ih na komad papira (svaki tim ovo radi zasebno). Dodajte papir s nazivima drugom timu da prekriži naziv na papiru koji mu se najmanje sviđa. Svaki tim neka napravi isto tako da svi dobiju papir od ostala dva tima i prekriže naziv koji im se najmanje sviđa. Napišite sve nazive tvrtki koji su ostali na papirima na ploču i odredite nasumično jednog učenika da dođe pred ploču i obriše naziv koji mu se najmanje sviđa. Ponavljajte ovo sve dok da samo tri naziva ne ostanu na ploči. Nakon toga svi neka glasaju i odaberu jedno ime.	3 min ideje  3 min odluke	
RADIONICA – podijelite učenike u timove – na temelju odabranog imena svaki tim neka smisli tri logotipa za tvrtku i neka ih nacрта na komad papira. Svaki tim neka doda papir drugom timu koji treba prekrižiti logotip koji mu se najmanje sviđa. Ponovite ovo tako da samo jedan logotip ostane na svakom papiru. Stavite papire na sredinu razreda tako da svi vide logotipe. Pozovite proizvoljno jednog učenika da dođe i baci logo koji mu se najmanje sviđa. Ponavljajte ovo sve dok samo tri loga ne ostanu. Nakon toga glasajte i zajedno odaberite logo tvrtke.	min ideje  3 min odluke  10 min	

<p>PROMJENA TIMOVA – dozvolite učenicima da se sami podijele u sljedeće nove timove:</p> <p>Financije - 20% razreda  Marketing - 30% razreda  Uprava - 20% razreda  Razvoj proizvoda - 30% razreda</p>	<p>3 min</p>
<p>Rezimiranje i domaći rad</p>	
<p><b>Resursi/Materijali</b>  Rezultati rada na satu matematike  5P (Marketing) - Materijali za nastavnike  A4 papiri, Flomasteri u boji</p>	
<p><b>Domaći rad</b>  Na satu informatike učenici mogu dizajnirati logo i naziv koristeći predviđeni program. Na satu informatike mogu također kreirati online kanale za promociju (Facebook, Instagram stranica i sl.) putem kojih će obavijestiti potencijalne kupce o novom proizvodu, promovirati ga i prikupljati povratne informacije  Na satu hrvatskog jezika učenici mogu napisati tekst za njihovu web stranicu, plakat i ostale kanale koje su izabrali za promociju proizvoda.  Marketinški tim treba osigurati da su svi kanali postavljeni do sljedeće radionice  Tim za razvoj proizvoda treba sastaviti popis dobavljača proizvoda (ili sirovina/repro materijala) i za pakiranje proizvoda i ukoliko je moguće kreirati minimalno održivi proizvod (engl. MVP - Minimum Viable Product ili proizvod s minimalnim funkcionalnim osobinama i koji sadrži ključne značajke za rješavanje problema kupca do sljedeće radionice  Tim za financije mora finalizirati cijene proizvoda, dobiti povratnu informaciju od potencijalnih kupaca i kreirati popis koji sadrži sve moguće načine za financiranje početnih troškova startup tvrtke.  Uprava treba osigurati da se sve gore navedeno ostvari na način da surađuje sa svim timovima i nadgleda ih te da od sada nadalje vodi rekapitulacije i rezimira sve aktivnosti Dnevnik rada</p>	
<p><b>Literatura za nastavnike:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Philip Kotler, Wong V., Saunders J, Armstrong G: Osnove Marketinga, MATE d.o.o., 2006.</li> <li>• "What are the 5 P's of Marketing", CFI Education Inc. URL: <a href="https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/other/5-ps-marketing/">https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/other/5-ps-marketing/</a> (20.9.2019)</li> <li>• "Minimum Viable Product (MVP)", agilealliance.org; URL: <a href="https://www.agilealliance.org/glossary/mvp/#q=~(infinite~false~filters~(tags~(~'mvp))~searchTerm~'~sort~false~sortDirection~'asc~page~1)">(https://www.agilealliance.org/glossary/mvp/#q=~(infinite~false~filters~(tags~(~'mvp))~searchTerm~'~sort~false~sortDirection~'asc~page~1)</a> (1.10.2019.)</li> <li>• "What is Minimum Viable Product and how it works", medium.com; URL: <a href="https://medium.com/existek/what-is-mvp-and-how-it-is-used-by-startups-and-enterprises-942bc8ee7da6">https://medium.com/existek/what-is-mvp-and-how-it-is-used-by-startups-and-enterprises-942bc8ee7da6</a> (1.10.2019.)</li> <li>• "Minimum Viable Product (MVP)", productionplan.com; URL: <a href="https://www.productionplan.com/glossary/minimum-viable-product/">https://www.productionplan.com/glossary/minimum-viable-product/</a> (15.9.2019)</li> </ul>	



## Cjelina 6: Presentacija (Pitch)

<b>Predmet</b>	Upravljanje projektima i (društveno) poduzetništvo	
<b>Tema</b>	Kako prezentirati	
<b>Naziv</b>	Privlačenje investitora	
<b>Trajanje</b>	55 minuta	
<b>Ciljevi:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razumjeti što je prezentacija (Pitch = kratka, sažeta i brza prezentacija kojom se budi interes potencijalnog investitora)</li> <li>• Razumjeti kako svijet investicija za startupe funkcionira</li> <li>• Poboljšati komunikacijske vještine, naročito u terminima uvjeravanja i pregovaranja</li> <li>• Poboljšati prezentacijske vještine</li> <li>• Poboljšati vještine timskog rada</li> </ul>	
<b>Zadaci/Aktivnosti</b>		
Ponavljjanje s prošle lekcije i dopune i izvještaji od uprave (tim Uprava)		5 min
PREDAVANJE – što je „Pitch“ (posebna vrsta prezentacije), kada ga koristimo i koje su ključne stvari kod njega koje trebamo napraviti i koje su stvari koje ne smijemo napraviti.		10 min
RADIONICA – u prijašnjim timovima učenici trebaju zajedno pokušati napraviti „pitch“ prezentaciju. Neka presaviju A4 papir u 12 kvadrata. Svaki kvadrat predstavlja jedan slajd prezentacije. Jedan učenik može nacrtati kako će slajd izgledati, drugi može raditi na tekstu za kartice koje služe kao podsjetnik onome koji drži prezentaciju, dok ostali članovi tima mogu složiti scenarij prezentacije i odrediti tko će što govoriti. Kada završe mogu uvježbavati prezentaciju do trenutka kada im više nije potreban pisani scenarij za održavanje prezentacije već su im dovoljne kartice s kratkim bilješkama (koje netko drži ispred njih dok prezentiraju).		30 min
Ponavljjanje i zadavanje domaćeg rada		10 min
<b>Resursi</b>		
Hodogram Pitch prezentacije za nastavnike (u dodatku)		
<b>Domaći rad</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Svaki tim treba dovršiti „Pitch“ prezentaciju na satu informatike (ili kod kuće) i napraviti prezentaciju u PowerPoint ili sličnom programu.</li> <li>• Nakon toga učenici trebaju organizirati natjecanje u „pitch“ prezentacijama na koje trebaju pozvati potencijalne investitore (ovo mogu biti drugi učenici, prijatelji, nastavnici, rodbina i sl.) i prezentirati im ideju. Ova aktivnost se može održati na zasebnoj idućoj radionici, a nastavnik treba biti prisutan.</li> </ul>		



**Literatura za nastavnike:**

- Scott Tuning: "Business Pitch: Definition, Types & Importance", Study.com., URL: <https://study.com/academy/lesson/business-pitch-definition-types-importance.html> (25.08.2019.)
- Caroline Cummings: "9 Things That Take a Pitch From Good to Great", bplans.com., URL: <https://articles.bplans.com/9-things-that-take-a-pitch-from-good-to-great/> (25.08.2019)
- YouTube: How to pitch your business idea. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uZdVuQIppqVM>
- YouTube: How to give the perfect pitch. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Njh3r-KoGKBo>

**Cjelina 7: Priprema za izlazak na tržište**

<b>Predmet</b>	Upravljanje projektima i (društveno) poduzetništvo	
<b>Tema</b>	Priprema MVP (minimalno održivog proizvoda) proizvoda za tržište	
<b>Naziv</b>	Priprema za plasman	
<b>Trajanje</b>	50 minuta	
<b>Ciljevi:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Povećati znanje o osnovama financija u poslovanju</li><li>• Razumjeti klasični i online (Internet) marketing</li><li>• Razviti vještine upravljanja projektima</li><li>• Poboľjšati vještine timskog rada i komunikacijske vještine</li></ul>	
<b>Zadaci/Aktivnosti</b>		
Kratak izvještaj od upravljačkog tima – uključujući predstavljanje rezultata „pitch“ prezentacije		5 min
PREDAVANJE – Što je plasman proizvoda (dan plasmana) / navedite primjer		5 min
RADIONICA – Zajednički kao razred odlučite o najpovoljnijem mjestu i vremenu plasmana proizvoda/usluge. Može se raditi i o pretprodaji. U ovom slučaju učenici trebaju razmišljati o njihovim potencijalnim kupcima koje su definirali u platnu poslovnog modela (BMC), odnosno tko su kupci, koji problem kupaca naš proizvod/usluga rješava, gdje se nalaze kupci i sl. Također, trebaju koristiti informacije prikupljene marketinškim promotivnim kanalima (Facebook, Instagram i sl.). Na temelju prethodno navedenog, učenici trebaju odabrati optimalno mjesto i vrijeme prezentacije i plasmana proizvoda/usluge. Odabir mora pratiti sve prethodne informacije pa ako su na primjer učenici odredili da su drugi učenici i nastavnici njihove škole njihovo ciljano tržište i potencijalni kupci, odredit će da je najbolji datum za plasman i predstavljanje proizvoda/usluge Dan škole u vrijeme najveće posjećenosti škole i sl.		10 min

RADIONICA – U timovima koje ste ranije oformili (financije, marketing, razvoj proizvoda, uprava) počnite planirati dan plasmana proizvoda. Financije moraju isplanirati proračun i kako će financirati troškove, tim za razvoj proizvoda mora isplanirati kako će sve potrebne resurse za prodaju dopremiti do lokacije koju su odredili i što im sve treba za uspješnu prodaju (stolovi, sjedalice, elektronika, laptop, razglas, evidencija prodaje,...), tim za marketing treba isplanirati sve promotivne aktivnosti i izraditi promotivni plakat, uprava mora izraditi popis odgovornosti (tko je za što odgovoran i što je čiji zadatak), rokova, logistiku i koordinirati ostale timove tako da osiguraju da svi rade što trebaju i da djeluju usklađeno.	25 min
Ponavljanje i domaći rad	5 min
<b>Materijali</b> Možete pripremiti radne materijale/listove za proračun, marketing, resurse i odgovornosti ili dati učenicima da ih sami osmisle i pripreme	
<b>Domaći rad</b> Na satovima drugih predmeta, učenici mogu dovršiti pripremne aktivnosti za dan plasiranja proizvoda – na satu matematike mogu provjeriti valjanost proračuna, na satu informatike mogu napraviti promotivne materijale i sl. Uprava treba organizirati sastanak s timovima prije dana plasmana kako bi osigurala da sve pripremne aktivnosti teku prema planu. Dnevnik rada	

## Cjelina 8: Plasman proizvoda

<b>Predmet</b>	Upravljanje projektima i (društveno) poduzetništvo
<b>Tema</b>	Dan plasmana
<b>Naziv</b>	Testiranje proizvoda na tržištu
<b>Trajanje</b>	-
<b>Ciljevi:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poboljšane vještine timskog rada</li> <li>• Povećati samopouzdanje pri govoru i prezentiranju</li> <li>• Veća svijest o riziku i promišljeno preuzimanje rizika</li> <li>• Poboljšane vještine upravljanja projektima</li> </ul>
<b>Zadaci/Aktivnosti</b>	
MOTIVACIJSKI GOVOR – Učenici trebaju doći na mjesto prodaje proizvoda ranije i tada im nastavnik treba održati motivacijski govor i ukazati kako će se danas vidjeti rezultata cjelokupnog njihovog dosadašnjeg truda	

PRIPREMA – Svi učenici trebaju doći ranije i pripremiti sve što je potrebno za prodaju i promociju proizvoda. Uprava (upravljajući tim) treba postaviti ciljeve i pojasniti ih ostalima – ciljevi se mogu odnositi na količinu prodanih proizvoda ili na primjer na broj ljudi s kojima su prodavatelji ili tim za marketing razgovarali i predstavili im proizvod – uprava definira ciljeve. Uprava također treba raspodijeliti zadatke tako da svi učenici budu uključeni te nadzirati radi li svatko na dodijeljenim zadacima. Poželjno je da nastavnik pomogne u ovome.	
PLASMAN – svi učenici bi trebali biti na neki način uključeni. Osigurajte da uprava koordinira i nadzire rad ostalih učenika. Ako neki učenik nema što raditi ili nema dodijeljen zadatak, spojite ga s drugim učenikom ili učenicima koji imaju zadatak i nešto rade ili mu dajte zadatak da razgovara i s posjetiteljima i privuče potencijalne kupce.	
Dan plasmana ne treba biti naročito financijski uspješan, ne mora čak biti prodan nijedan proizvod. Cilj je da učenici testiraju svoju poslovnu ideju i prikupе reakciju kupaca i povratne informacije s tržišta.	
KRAJ DANA – svi učenici neka ostanu do kraja i pomognu u raspremanju stvari. Održite kratki sastanak na kojem ćete se kratko osvrnuti na sve napravljeno i prikupiti dojmove učenika o cijelom danu. Podsjetite učenike da ćete detaljnije zaključke donijeti na sljedećoj radionici koja je ujedno i posljednja u nizu.	
<b>Oprema/Resursi</b> Sve što je potrebno za plasman	
<b>Domaći rad</b> Dnevnik rada Uprava treba pripremiti sažetak rezultata za sljedeću radionicu	

## Cjelina 9: Promijeniti smjer ili ustrajati

Predmet	Upravljanje projektima i (društveno) poduzetništvo	
Tema	Promijeniti smjer i korigirati ili ustrajati	
Naziv	Daljnji koraci	
Trajanje	-	
Ciljevi:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bolje razumjeti poslovni svijet</li> <li>• Povećati samopouzdanje pri govoru i prezentiranju</li> <li>• Veća svijest o riziku i promišljeno preuzimanje rizika</li> </ul>	
<b>Zadaci/Aktivnosti</b>		
IZVJEŠTAJ – uprava treba prezentirati postignute rezultate cijelog pothvata u svim fazama (istraživanje tržišta/prodaju/profit/interes kupaca i sve ostalo).		5 min

RADIONICA – podijelite učenike u prijašnje timove. Neka svaki tim između sebe prodiskutira svoje dojmove o tome kako je sve proteklo, što im se najviše svidjelo, što ima se najmanje svidjelo, što je dobro odrađeno a što ne i što bi u budućnosti mijenjali.	10 min
PREZENTACIJA – svaki tim neka kroz najviše 5 minuta prezentira svoje dojmove	15 min
OSVRT – lean startup – osvrnite se na fazu projektnog ciklusa do koje ste došli, rezimirajte sve faze do sada i razgovarajte o daljnjoj odluci - promijeniti smjer i korigirati određene stvari ili ustrajati show (engl. <i>pivot or persevere</i> )	5 min
GLASOVANJE – zaokret ili ustrajanje – neka svi glasaju na komadiću papira o tome misle li da ovakva poslovna ideja može uspjeti i žele li ju provoditi i sljedeće godine (ustrajati – <i>preserve</i> ) ili misle da ju treba potpuno promijeniti tj. Da je potreban značajan zaokret u realizaciji svih faza ( <i>pivot</i> ). Prebrojite glasove i objavite rezultate	5 min
OCJENA DRUGIH ČLANOVA – podijelite timovima kartice za ocjenjivanje da ocijene članove svojih timova. Napišite svoje ime na kartici samo ako to želite. Možete unaprijed odlučiti koja područja će se ocjenjivati (prijedlog kartice za ocjenu se nalazi u dodatku). Kartice se stavljaju u kutiju tako da učenici ne moraju znati tko je koga kako ocijenio. U ovom koraku učenici ocjenjuju jedni druge (bez da ih nastavnik ocjenjuje) što formira njihovu konačnu ocjenu .	5 min
SAMOPROCJENA – Učenici ispunjavaju drugu polovicu upitnika za samoprocjenu i predaju ih nastavniku	5 min
POHVALA I PROSLAVA – pohvalite i nagradite učenički rad. Nakon toga dajte učenicima 15 sekundi da zahvale jedni drugima. Nakon svega, upriličite malu proslavu, iskažite važnost učenja i iskustva koje su prošli i čestitajte svima na sudjelovanju.	4 min
Završna riječ, prikupljanje dnevnika rada učenika i upitnika za samoprocjenu	1 min
<p><b>Oprema/Resursi</b>  Zabilješke rezultata s dana plasmana  Kartice za glasovanje (<i>pivot or preserve</i>)  Kartice za ocjenjivanje  Kutija  Upitnici za samoprocjenu</p>	
<p><b>Literatura za nastavnike:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Luke Hohmann: "The Entrepreneur's Dilemma: Perseverance or Pivot?", innovationgames.com, 21.12.2011, URL: <a href="https://www.innovationgames.com/2011/12/the-entrepreneurs-dilemma-perseverance-or-pivot/">https://www.innovationgames.com/2011/12/the-entrepreneurs-dilemma-perseverance-or-pivot/</a> (20.09.2019.)</li> <li>• Jurgen Apello: "Pivot, Patch, or Persevere (I Patched the Lean Startup)", medium.com, 18.01.2018., URL: <a href="https://medium.com/swlh/pivot-patch-or-persevere-i-patched-the-lean-startup-206d63023b9c">https://medium.com/swlh/pivot-patch-or-persevere-i-patched-the-lean-startup-206d63023b9c</a> (20.09.2019.)</li> </ul>	

# Dodatak

## Materijali i predlošci

Dnevnik rada učenika - sve cjeline

Datum:

Ime:

Razred:

Škola:

Što sam danas naučio/la:

Što mi se danas najviše svidjelo?

Što mi se danas najmanje svidjelo? Što bih promijenio/la?

## Upitnik za samoprocjenu – 1. i 9. cjelina

Sve informacije iz ovog upitnika će biti strogo povjerljive

Što se nadate da ćete naučiti/postići ovom edukacijom  
(Upravljanje projektima i društveno poduzetništvo)?

Kako biste ocijenili sebe u sljedećem? (1=jako loše, 5=izvrsno)

Javni nastup	1	2	3	4	5
Samopouzdanje	1	2	3	4	5
Kritičko razmišljanje	1	2	3	4	5
Slušanje drugih	1	2	3	4	5
Integritet/poštenje + iskrenost	1	2	3	4	5
Komunikacija	1	2	3	4	5
Kreativnost	1	2	3	4	5
Inspiriranje drugih	1	2	3	4	5

Koji je vaš najveći strah?

Kojim aktivnostima se najviše radujete?

Zbog čega ste se odlučili pohađati ovu izvannastavnu aktivnost?

Želite li još nešto komentirati?

Kako ste postigli svoje ciljeve?

Ocijenite sebe nakon provedene nastave. (1 = jako loše, 5 izvrsno)

Javni nastup	1	2	3	4	5
Samopouzdanje	1	2	3	4	5
Kritičko razmišljanje	1	2	3	4	5
Slušanje drugih	1	2	3	4	5
Integritet/poštenje + iskrenost	1	2	3	4	5
Komunikacija	1	2	3	4	5
Kreativnost	1	2	3	4	5
Inspiriranje drugih	1	2	3	4	5

Jeste li nadvladali svoj strah?

Što vam se od aktivnosti najviše svidjelo?

Što vam se od aktivnosti najmanje svidjelo?

Želite li nastaviti s ovakvim izvannastavnim aktivnostima?

## Platno poslovnog modela (Business Model Canvas) – 3. cjelina

Ključni partneri	Ključne aktivnosti	Ponuda vrijednosti	Odnosi s kupcima	Segmenti kupaca
Ključni resursi	Ključni resursi	Izvori prihoda	Kanali	Struktura troškova

## Hodogram „pitch“ prezentacije – 6. cjelina

<p><b>UVOD</b> Tko ste i zašto ste ovdje? - Kratko, sažeto i interesantno (možda i duhovito)</p>	<p><b>TIM</b> Prezentirajte ljude koji stoje iza ideje i kratko opišite njihovu ulogu</p>
<p><b>PROBLEM (ILI KORIST)</b> Koji problem pokušavate riješiti svojim proizvodom/uslugom? Koju korist stvarate svojim proizvodom/uslugom? Je li to stvarno (postojeći) problem? Je li to stvarna korist?</p>	<p><b>PREDNOSTI</b> Što čini vaše rješenje posebnim? Po čemu se razlikujete od drugih?</p>
<p><b>RJEŠENJE</b> Opišite na koji način namjeravate riješiti problem ili ponuditi korist!</p>	<p><b>PROIZVOD</b> Kako vaš proizvod ili usluga funkcionira? Pokažite neke primjere!</p>
<p><b>INTERES (TRACTION)</b> Interes (Traction) znači da imate mjerljivi krug kupaca kojima možete investitoru dokazati potencijal. To je zapravo dosadna potvrda interesa kupaca za naš proizvod ili uslugu.</p>	<p><b>TRŽIŠTE</b> Trebate znati ili barem nastojati predvidjeti veličinu vašeg ciljanog tržišta.</p>
<p><b>KONKURENCIJA</b> Koja su alternativna rješenja problema kojeg nastojite riješiti? Koja su alternativna rješenja koristi koju nastojite ponuditi?</p>	<p><b>POSLOVNI MODEL</b> Na koji način namjeravate zaraditi novac? Prikažite plan kada smatrate da ćete početi ostvarivati prihode.</p>
<p><b>INVESTIRANJE</b> Koliki je vaš planirani proračun i od čega se sastoji? Koliko novca trebate prikupiti i koliko tražite od investitora?</p>	<p><b>KONTAKT</b> Ostavite svoj kontakt i kažite ljudima na koji način vas mogu brzo kontaktirati.</p>

### Napomene za provedbu radionice (6. cjelina)

Kao što smo vidjeli, postoji dosta novca dostupno startup tvrtkama diljem svijeta, a investitore možemo privući samo ako im kvalitetno prezentiramo svoju ideju..

„Pitch“ je vrlo kratka prezentacija. Cilj je privući pozornost i probuditi interes osobe ili grupe ljudi na način da nakon prezentacije oni žele znati više o vašoj ideji i žele se u nju uključiti. Naziv dolazi od naziva „elevator pitch“ (vožnja liftom). Prezentacija mora biti toliko kratka, sažeta i interesantna da ju nekome možete ispričati tijekom vožnje liftom.

Gdje se obično nalaze uredi direktora ili važnih ljudi?

Naravno, na zadnjem katu zgrade (zamislite direktora neke velike korporacije ili banke u svom neboderu). Da bi direktor došao do svog ureda mora se voziti liftom što znači da svakodnevno imate priliku susresti se s njim (iako ne u svakom trenutku). Kada se nađete s direktorom u liftu, od prizemlja do zadnjeg kata imate malo vremena da ga impresionirajte.



rate svojom idejom, ali imate jako malo vremena što znači da morate biti jasni, jezgroviti i obuhvatiti sve najvažnije komponente da biste ga zainteresirali. To je ideja „pitch“ prezentacije.

Pogledajte sljedeći video s osnovnim idejama „pitch“ prezentacije:

<https://www.youtube.com/watch?v=TqOtan49rmc>

Koje su ključne točke iznesene?

- Definiraj problem koji želiš riješiti
- Predoči kako rješavaš problem
- Mora biti izravno
- Mora biti svima jasno razumljivo
- Mora biti privlačno ljudima kojima se prezentira
- Mora biti jasno – ne smije stvarati neizvjesnost

Na radionici svaki tim treba napraviti „pitch“ prezentaciju. Prezentacija može biti o nekom postojećem proizvodu ili o vlastitoj poslovnoj ideji. Poželjno je da prezentacija uvijek slijedi gornju strukturu, ali prije nego se počne s izradom same prezentacije potrebno je odrediti kome se obraćamo.

Ciljana publika uvelike će odrediti sadržaj prezentacije. Za vježbu, pokažite učenicima slike poznatih osoba (naročito onih iz poslovnog svijeta), pitajte ih znaju li tko su ti ljudi i neka odrede što bi svaku pojedinu osobu koju ste im pokazali moglo zanimati i kakva pitanja bi te osobe mogle postavljati. Na primjer – Mark Zuckerberg – zanimaju ga društvene mreže i inovacije, a mogao bi postaviti pitanje o marketinškoj strategiji (ili marketinškom potencijalu poslovne ideje) i problemu privatnosti i zaštite podataka.

Sada kada znamo kome prezentiramo (ciljana publika), možemo početi raditi našu prezentaciju. Nije nužno da se radi PowerPoint prezentacija jer skiciranje na papiru ide brže, ali je važno slijediti gore predloženu strukturu koju treba pokazati učenicima. Treba odrediti tko će držati prezentaciju za svaki tim (jedan učenik ili više njih).

Timovi kreću s izradom „pitch“ prezentacije (svaki tim radi svoju prezentaciju) i imaju 15 minuta da ju pripreme. Sama prezentacija ne smije trajati dulje od 2 minute (ukoliko pri izlaganju potraje dulje nastavnik treba prekinuti učenika).

Dok jedan tim prezentira, nastavnik treba drugim timovima podijeliti fotografije poznatih osoba (svakom timu najmanje jednu fotografiju). Nakon svakog izlaganja ostali timovi igraju ulogu osobe s fotografije i postavljaju pitanja koja bi ta osoba postavila da je prisutna.

Nastavnik mora aktivno pratiti svaku prezentaciju i eventualno raditi zabilješke te nakon svake prezentacije komentirati je li prezentacija bila dobra ili nije, je li sve što je bilo potrebno rečeno u zadanom roku od 2 minute, je li prezentacija jasna, sažeta i cjelovita, jesu li korektno korišteni jezik i izrazi, je li govor tijela bio dobar i sl. Također tražite od drugih timova da kratko ocijene prezentaciju kolega po istim tim kriterijima.

Nakon što su sve prezentacije gotove dajte učenicima (u istim timovima) 5 minuta da poprave svoju prezentaciju. Nakon toga neka izlože novu verziju.

Nakon drugog izlaganja, pitajte ih da odgovore je li njihova druga prezentacija bolja od prve i u čemu.

Napomenite da jedino vježbom možemo doći do savršenstva i da je prije svake prezentacije nužno višekratno uvježbavati nastup. Ukažite im na važnost tečnog govora i važnost govora tijela.

## Kartice za ocjenjivanje – 9. cjelina

Svrha kartica za ocjenjivanje je da učenici ocjenjuju jedni druge kako bi bili pod manjim pritiskom vezano za ocjenjivanje budući da ih ne ocjenjuje nastavnik već njihovi kolege. Istovremeno, želja je potaknuti učenike da se dokažu jedni drugima kao dobri članovi tima i da im ocjena služi kao vodič za ponašanje u budućim projektima. Dolje prikazana tablica je samo prijedlog i nastavnik ju može modificirati prema vlastitim željama i potrebama koje uoči.

Ime i prezime	Zalaganje	Timski rad	Izvršavanje zadataka	Ugodan/na za suradnju	UKUPNO (max. 20)



OSNOVNE INFORMACIJE O KORISNIKU PROJEKTA

## Ekonomski i upravni škola

SPLIT

A: Vukovarska 37, 21000 Split

T: +385 21 401 300

F: +385 21 401 301

E: ured@ss-ekonomskaiupravna-st.skole.hr

www.ss-ekonomskaiupravna-st.skole.hr

PROJEKTI PARTNERI



Škola za dizajn, grafiku  
i održivu gradnju, Split  
www.gogss.hr



Sveučilište u Splitu,  
Ekonomski fakultet  
www.efst.unist.hr



Cluster za eko-društvene  
inovacije i razvoj CEDRA Split  
www.cedra.hr

**Naziv projekta:**

"FINAME PRO – Kompetencije za uspješnije cjeloživotno učenje  
i izazove suvremenog društva"

**Šifra projekta:**

UP.03.2.2.03.0082

**Trajanje projekta:**

24 mjeseca (studen 2017. – studen 2019.)

**Vrijednost projekta:**

1.371.199,99 HRK

**Sufinancirano iz europskih strukturnih i investicijskih fondova:**

1.239.190.85 HRK

**Više informacija o EU fondovima:**

www.strukturnifondovi.hr

POSREDNIČKO TIJELO RAZINE 1 (PT1)



MINISTARSTVO ZNANOSTI  
I OBRAZOVANJA  
REPUBLIKE HRVATSKE

A: Donje Svetice 38, 10 000 Zagreb

W: www.mzo.hr

E: odgojio obrazovanje@mzo.hr

POSREDNIČKO TIJELO RAZINE 2 (PT2)



Agencija za  
strukovno obrazovanje  
i obrazovanje odraslih

A: Amruševa 4, 10 000 Zagreb

W: www.asoo.hr/defco

E: defco@asoo.hr