

**CURRICULUM IMPACT PE
COMPONENTA
ANTREPRENORIAL SOCIAL**

Prezenta lucrare a fost realizată de Fundația Noi Orizonturi în cadrul proiectului „IMPACT – model de educație extracurriculară nonformală în România” (2010-2012), finanțat de Romanian-American Foundation (RAF). Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a RAF. Prima ediție a fost realizată în cadrul proiectului „IMPACT - Antreprenori Sociali pentru Viitor” (2009-2010) prin programul Fondul ONG, Mecanismul Financiar al Spațiului Economic European 2004-2009.

Dreptul de copyright pentru această publicație aparține Fundației Noi Orizonturi. Reproducerea parțială sau integrală a acestui material este permisă doar cu acordul scris al Fundației Noi Orizonturi și în condițiile menționării sursei.

Echipa realizare curriculum

Coordonatori curriculum: Anca Maria Gaidoș și Tiberiu Culidiuc

Co-autori: Maria Neagu Butyka

ISBN: 978-973-0-11020-3

Mai 2011,

Fundația Noi Orizonturi

B-dul Păcii, Bl. 5, Ap. 9, 335600, Lupeni, jud. Hunedoara, România

Tel/fax: 0040 254 56 44 71

www.noi-orizonturi.ro, www.tabara-viata.ro, www.viatacorporate.ro



Cuprins

INTRODUCERE - MODELUL IMPACT ȘI STRUCTURA CURRICULARĂ A MODELULUI IMPACT.....	5
STRUCTURĂ CURRICULUM ANTREPRENORIAL SOCIAL.....	25
MODULUL INTRODUCERE ÎN ANTREPRENORIALUL SOCIAL.....	33
1. Progres și posibilități: idei care au schimbat lumea.....	36
2. Antreprenorii sociali – portrete	40
3. Dezvoltarea unei întreprinderi sociale - de la inspirație la realitate.....	45
MODULUL POTENȚIALUL MEU DE ANTREPRENOR.....	49
1. Spiritul antreprenorial în exemple de lângă noi	52
2. Trăsături comune antreprenorilor de succes.....	54
3. Pot fi eu un antreprenor de succes?.....	57
MODULUL NEVOILE ȘI DORINȚELE COMUNITĂȚII.....	61
1. Grupuri de persoane și problemele lor.....	64
2. Resursele comunității	66
3. Schimbarea socială	68
4. Priorități în alegerea unei probleme din comunitate	70
MODULUL IDEEA MEA DE AFACERE.....	73
1. Inovație și creativitate	76
2. Generarea unei idei viabile care să ajute la rezolvarea problemei alese.....	80
3. Testarea ideii de afaceri.....	83
MODULUL PLANUL MEU DE AFACERI.....	87
1. Importanța planificării și elaborarea planului de afaceri.....	90
2. Definirea produsului și/sau serviciului	93
3. Analiza pieței – clienții.....	95
4. Proiecții financiare.....	98
5. Planul de marketing.....	106
6. Resurse umane și administrarea afacerii: cum se împart responsabilitățile.....	109
7. Finanțarea afacerii.....	111

MODULUL OPERAȚIUNI DE AFACERI.....	113
1. Evidențe financiare și raportări.....	116
2. Vânzarea produselor și serviciilor.....	120
3. Aspecte legale/juridice.....	123
4. Împărțirea profitului.....	126
 BIBLIOGRAFIE ȘI RESURSE DOCUMENTARE ONLINE.....	 129

INTRODUCERE - MODELUL IMPACT ȘI STRUCTURA CURRICULARĂ A MODELULUI IMPACT

Acest curriculum IMPACT se implementează doar în cadrul Programului IMPACT, de către facilitatorii (liderii IMPACT) recunoscuți de Fundația Noi Orizonturi. Folosirea acestor materiale și în alte contexte se acceptă doar cu aprobarea Fundației Noi Orizonturi și cu menționarea sursei de proveniență a acestora.

ABSTRACT

Acest document este destinat facilitatorilor IMPACT (liderilor sau animatorilor socio-educativi) și descrie pas cu pas tematica modelului IMPACT și a structurii curriculare a modelului IMPACT pe care facilitatorii (liderii), împreună cu membrii IMPACT, le implementează în cadrul întâlnirilor IMPACT.

1.



MODELUL IMPACT ȘI STRUCTURA CURRICULARĂ A MODELULUI IMPACT

Prezenta lucrare a fost realizată de Fundația Noi Orizonturi în cadrul proiectului „IMPACT – model de educație extracurriculară nonformală în România” (2010-2012), finanțat de Romanian-American Foundation (RAF). Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a RAF. Prima ediție a fost realizată în cadrul proiectului „IMPACT - Antreprenori Sociali pentru Viitor” (2009-2010) prin programul Fondul ONG, Mecanismul Financiar al Spațiului Economic European 2004-2009.

Prezentul curriculum se adresează unuia dintre cele patru obiective de învățare ale Programului IMPACT, dezvoltat de Fundația Noi Orizonturi. Obiectivul pentru care a fost dezvoltat acest curriculum este **antreprenoriatul social**.

Programul IMPACT (Implicare, Motivare, Acțiune, Comunitate, Tineri) este un program de educație prin experiență, constând într-o rețea de cluburi de inițiativă comunitară pentru tineri. Cluburile IMPACT combină învățarea, distracția și serviciul în folosul comunității pentru a ajuta tinerii cu vârste între 12 și 18/19 ani să-și dezvolte abilități de viață. Prin intermediul IMPACT, tinerii sunt învățați și motivați să se dezvolte pe patru componente cheie: cetățenie activă, angajabilitate, antreprenoriat social și leadership. IMPACT îi ajută pe tineri să devină agenți ai schimbării, capabili să-și transforme propria viață și comunitatea în care trăiesc în mod pozitiv. Membrii IMPACT se implică direct în comunitate, fiecare club IMPACT implementând anual trei proiecte de serviciu în folosul comunității.

Clubul IMPACT se întâlnește o dată sau de două ori pe săptămână, după caz. Întâlnirile de club IMPACT includ: o activitate distractivă și de învățare în echipă (un joc), o povestire de dezvoltare a caracterului; urmate de procesarea rezultatelor jocului și ale povestirii, alte metode de educație nonformală (dezbateri, lucru pe grupe, brainstorming, etc.), toate în strânsă legătură cu proiectele de serviciu în folosul comunității. Întâlnirea IMPACT se finalizează cu lucrul la un proiect de serviciu în folosul comunității, acesta reprezentând instrumentul principal de învățare în IMPACT. Fiecare club este format din aproximativ 15 membri și patru lideri de club (facilitatori sau animatori socio-educativi). Modelul IMPACT este ușor replicabil, putând fi implementat atât în sistemul școlar (școli generale și licee), cât și în alte structuri (organizații non guvernamentale, biserici etc.).

Facilitatorii, sau „liderii de club” cum sunt denumiți în IMPACT, sunt voluntari. Aproximativ 80% din liderii de club IMPACT sunt profesori, alături de asistenți sociali, preoți, părinți, studenți, etc. Liderii de club IMPACT (facilitatorii) își desfășoară activitatea în urma parcurgerii unui set de trei module de formare care le oferă abilitățile necesare coordonării activității unui astfel de club și cu ajutorul unor instrumente de lucru dezvoltate de Fundația Noi Orizonturi: manualul IMPACT, curriculum IMPACT pe patru componente, o baza de jocuri și povestiri. Ce este un curriculum IMPACT?



Contextul modelului de dezvoltare de abilități de viață IMPACT

Un curriculum IMPACT este o experiență planificată de educație având ca scop dezvoltarea de competențe în rândul copiilor și tinerilor membri ai cluburilor IMPACT, folosind ca metodologie de bază educația prin experiență și educația prin serviciu în folosul comunității, în vederea atingerii celor patru obiective generale IMPACT (vezi tabel pagina 8).

Curriculumul IMPACT își propune:

- ✓ să ofere o experiență de învățare unui grup larg de tineri (12-18/19 ani), în special grupului 14-18/19 ani;
- ✓ să fie un instrument de lucru flexibil și bine structurat pentru a fi folosit cu ușurință;
- ✓ să atingă obiectivele Programului educațional IMPACT;
- ✓ să respecte obiectivele și misiunea Fundației Noi Orizonturi;
- ✓ să fie bazat pe ceea ce vrem ca tinerii să știe, să facă și să fie (cunoștințe, abilități, atitudini, comportamente);
- ✓ să folosească resursele cele mai potrivite pentru a satisface nevoile beneficiarilor;
- ✓ să țină cont de caracteristicile vârstelor beneficiarilor finali (membrii IMPACT);
- ✓ să fie un instrument de lucru calitativ, nu cantitativ, bazat pe ceea ce tinerii dobândesc în materie de competențe, nu pe cât de mult este livrat către ei;
- ✓ să demonstreze ceea ce tinerii au învățat/dobândit.

Curriculumul IMPACT este structurat pe **patru componente majore** care reflectă și obiectivele generale ale Programului IMPACT:

CETĂȚENIE ACTIVĂ	ANGAJABILITATE	ANTREPRENORIAT SOCIAL	LEADERSHIP
------------------	----------------	--------------------------	------------

Prezentul curriculum este dezvoltat pentru componenta de **antreprenoriat social** a Programului IMPACT. Mai jos sunt prezentate toate cele patru componente, ce reprezintă și ce își propune fiecare dintre ele.

COMPONENTE IMPACT/OBIECTIVE GENERALE IMPACT
Prin cetățenie activă , IMPACT sprijină tinerii să-și dezvolte acele competențe, prin intermediul proiectelor de serviciu în folosul comunității, pentru a deveni cetățeni responsabili, de încredere, integri și plini de compasiune, capabili să contribuie la bunăstarea și binele comunității.
Prin angajabilitate , IMPACT sprijină tinerii să-și dezvolte competențe sociale, organizaționale și tehnice pentru a le crește șansele de succes pe o piață competitivă a muncii.



Prin **antreprenoriat social**, IMPACT sprijină tinerii să devină antreprenori creativi și curajoși care să aibă în vedere, dincolo de dobândirea profitului, atingerea unor scopuri sociale și de mediu.

Prin **leadership**, IMPACT oferă tinerilor oportunități de implicare în activități de facilitare și/sau coordonare în cadrul programelor Fundației Noi Orizonturi sau a altor organizații, care să dezvolte competențele specifice unor lideri capabili să urmărească pe termen lung binele și bunăstarea comunității.

COMPETENȚE CHEIE ÎN IMPACT

Pornind de la aceste obiective generale, prin implementarea curriculumului IMPACT ne propunem dezvoltarea a **5 competențe cheie**, care sunt în același timp și **competențe transversale**. Acestea pot fi atinse în diverse proporții de către membrii IMPACT dacă în cadrul clubului sunt organizate întâlniri IMPACT pe fiecare din cele patru componente IMPACT (cetățenie, angajabilitate, antreprenoriat social și leadership). Transversabilitatea reprezintă capacitatea unei competențe de a putea fi atinsă la niveluri diferite.

Înainte de a merge mai departe, este important să înțelegem ce înseamnă competențele ca rezultat final al învățării pe care ne propunem să îl atingem prin intermediul Programului IMPACT, inclusiv prin componenta antreprenoriat social. **Rezultatele învățării** reprezintă ceea ce o persoană înțelege, cunoaște și este capabilă să facă la finalizarea unui proces de învățare. Rezultatele învățării se exprimă prin *competențele* dobândite.

COMPETENȚA = cunoștințe + abilități + valori & atitudini	
Reprezintă capacitatea dovedită de a selecta, combina și utiliza adecvat cunoștințe, abilități și alte achiziții constând în valori și atitudini, pentru rezolvarea cu succes a unei anumite categorii de situații care ne ajută să ne dezvoltăm personal și profesional.	
Cunoștințele reprezintă rezultatul asimilării, prin învățare, a unui ansamblu de fapte, principii, teorii și practici legate de un anumit domeniu de interes.	Abilitatea reprezintă capacitatea de a aplica și de a utiliza cunoștințe pentru a duce la îndeplinire sarcini și pentru a rezolva diverse situații.
Valori/atitudini - Atitudinea exprimă o modalitate de raportare față de anumite aspecte ale realității și vieții și implică reacții afective, cognitive și comportamentale. Mai pot fi definite ca principii generale și abstracte despre ceea ce este important și de prețuit în viață, despre cum ar fi de recomandat ca oamenii să se comporte și să aprecieze situațiile, evenimentele, persoanele, precum și obiectele naturale și sociale.	



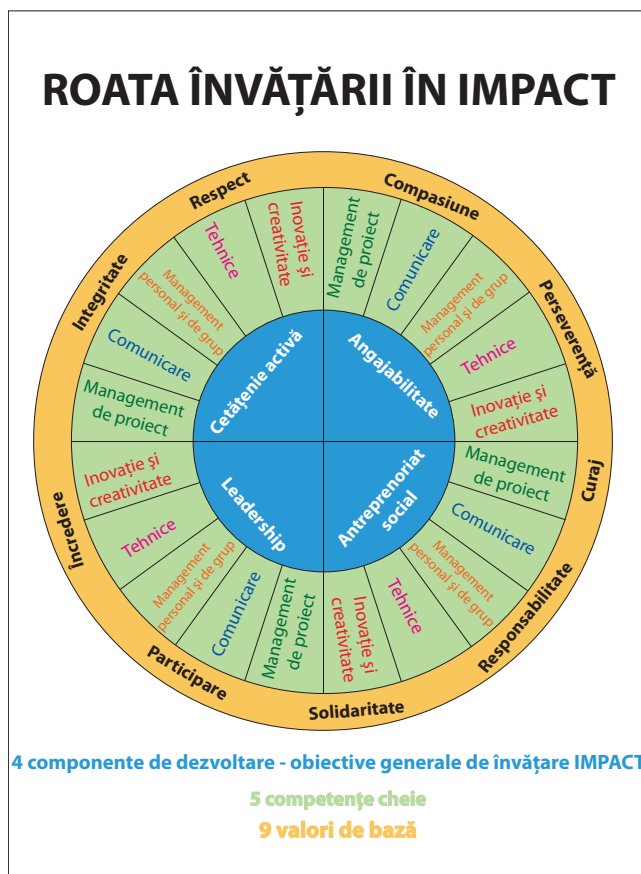


Figura nr. 1 - Roata învățării în IMPACT

COMPETENȚELE CHEIE care se doresc a fi atinse prin parcurgerea curriculumului IMPACT sunt următoarele:

COMPETENȚE DIN SFERA MANAGEMENTULUI DE PROIECT (proiecte de serviciu în folosul comunității și proiecte de antreprenoriat social) Reflectă competențele necesare membrilor IMPACT pentru a identifica și a se ocupa de nevoi specifice ale comunității prin proiecte de serviciu în folosul comunității și antreprenoriat social.	COMPETENȚE DIN SFERA COMUNICĂRII Reflectă competențe necesare membrilor IMPACT pentru a se exprima și a comunica eficient la nivel individual și de grup, adaptându-se diferitelor situații care necesită abilități de comunicare.
---	---



COMPETENȚE DIN SFERA TEHNICĂ Reflectă competențele necesare membrilor IMPACT pentru a putea folosi diferite metode și instrumente necesare în comunicarea și implementarea proiectelor de serviciu în folosul comunității sau proiectelor de antreprenariat social.	COMPETENȚE DIN SFERA MANAGEMENTULUI PERSONAL ȘI DE GRUP Reflectă competențele necesare membrilor IMPACT pentru a se autoevalua, pentru a dezvolta și implementa un plan personal de învățare, împreună cu abilitatea de a lucra în echipă pentru un scop comun.
COMPETENȚE DIN SFERA INOVAȚIEI ȘI CREATIVITĂȚII Reflectă competențele necesare membrilor IMPACT pentru a identifica și aborda idei creative, inovatoare, necesare în diferite situații și în rezolvarea unor probleme.	

Descrierea detaliată a competențelor cheie IMPACT atinse prin cele patru componente IMPACT:

Competențe din sfera managementului de proiect (proiecte de serviciu în folosul comunității sau proiecte de antreprenariat social)

Reflectă competențele necesare pentru a identifica și a se ocupa de nevoi specifice ale comunității prin proiecte de serviciu în folosul comunității sau proiecte de antreprenariat social.

- ✓ Identifică nevoi realiste și abordabile de către un club IMPACT în comunitate;
- ✓ Are inițiativă și ia decizii referitoare la proiectele IMPACT;
- ✓ Stabilește obiective clare și rezultate în cadrul unui proiect IMPACT;
- ✓ Alocă oameni și resurse în cadrul unei activități;
- ✓ Planifică utilizarea eficientă a resurselor în cadrul proiectului;
- ✓ Participă la îmbunătățirea continuă a planului unui proiect IMPACT;
- ✓ Participă la scrierea unui proiect IMPACT;
- ✓ Dezvoltă un plan personal de învățare asociat fiecărui proiect IMPACT;
- ✓ Prevede riscurile unui proiect, evaluează alternative și aplică criterii de evaluare;
- ✓ Gândește critic și are o abordare pozitivă în rezolvarea de probleme;
- ✓ Colectează, analizează și organizează informații.



Competențe din sfera comunicării

Reflectă competențele necesare pentru a se exprima eficient, pentru a-i înțelege pe ceilalți, răspunzând corespunzător diferitor oameni în situații diferite.

- ✓ Ascultă activ și înțelege;
- ✓ Vorbește clar și direct (asertiv);
- ✓ Negociază activ și responsabil;
- ✓ Negociază conflicte în cadrul clubului;
- ✓ Empatizează cu membrii clubului;
- ✓ Este persuasiv, aduce și prezintă eficient argumente în diferite situații;
- ✓ Utilizează mijloacele de comunicare IMPACT (rețeaua NING);
- ✓ Caută și împărtășește informații relevante cu membrii clubului;
- ✓ Vorbește și scrie într-un mod creativ (folosește creativitate în comunicare);
- ✓ Oferă și primește feedback de la membrii grupului, dar și de la lideri: își comunică nevoile, așteptările și temerile;
- ✓ Participă la discuțiile de grup;
- ✓ Folosește un limbaj care dovedește respect față de ceilalți membri ai clubului;
- ✓ Folosește eficient limbajul corpului și limbajul vorbit;
- ✓ Dezbate și folosește mijloace de argumentare.

Competențe din sfera tehnică

Reflectă competențele necesare pentru a utiliza diferite instrumente și metode necesare în comunicarea și implementarea unui proiect IMPACT (de serviciu în folosul comunității sau un proiect de antreprenoriat social).

- ✓ Se documentează și folosește diferite instrumente importante în cadrul clubului: lista de prezență, procesul verbal al întâlnirii, template-ul de proiect, chestionare de evaluare, scrisori de intenție, redactarea poveștilor de succes, a CV-urilor, etc.;
- ✓ Utilizează tehnologii și instrumente de comunicare IMPACT: website, platformă de comunicare NING, newslettere, grupuri de discuții, e-mail, etc.;
- ✓ Utilizează operații matematice pentru bugetare și management financiar pentru a rezolva diverse probleme specifice unui proiect IMPACT, dar și pentru a ține bugete personale;
- ✓ Folosește diferite programe IT creative pentru a dezvolta diverse materiale de promovare în cadrul clubului IMPACT;
- ✓ Folosește diferite instrumente de căutare și cercetare de oportunități (în special pe internet).



Competențe din sfera managementului personal și al managementului de grup

Reflectă competențele necesare pentru a se autoevalua, pentru a dezvolta un plan de învățare personală, dar și la nivel de grup, alături de abilitatea de a lucra în echipă pentru un scop comun.

1. Competențe din sfera managementului personal

a. Autoevaluare

- ✓ Conștientizează nevoia de a învăța pentru a susține dezvoltarea atât la nivel personal, cât și la nivelul comunității;
- ✓ Monitorizează și evaluează propriile performanțe în cadrul clubului IMPACT;
- ✓ Identifică noi oportunități de dezvoltare în cadrul clubului IMPACT;
- ✓ Evaluează și își planifică timpul personal, dar și timpul clubului IMPACT.

b. Stabilire de scopuri

- ✓ Planifică scopuri personale și de grup în cadrul clubului IMPACT;
- ✓ Este responsabil și investește timp în învățarea personală;
- ✓ Își propune diverse niveluri de performanță în cadrul clubului IMPACT.

2. Competențe din sfera managementului de grup

a. Lucru în echipă

- ✓ Lucrează și colaborează cu persoane diferite ca vârstă, gen, rasă, religie, etc.;
- ✓ Respectă ceilalți membri ai clubului;
- ✓ Lucrează eficient individual, dar și ca membru al echipei;
- ✓ Identifică rolurile sale și ale celorlalți în cadrul echipei;
- ✓ Utilizează competențele de lucru în echipă în diferite situații de conflict sau criză, etc.

b. Facilitare

- ✓ Facilitează un joc, o poveste sau alte metode în cadrul clubului sau în afara acestuia;
- ✓ Adaptează metode la nevoile grupului;
- ✓ Motivează membrii clubului sau alte persoane;
- ✓ Cunoaște diverse metode de educație nonformală pentru a lucra cu tinerii;
- ✓ Manageriază informații și timp (personal sau al grupului);
- ✓ Deleagă sarcini în cadrul grupului dacă este necesar;
- ✓ Reprezintă clubul sau grupul în diverse situații (întâlniri, seminarii, conferințe, prezentări, etc.);
- ✓ Împarte leadershipul grupului sau al clubului cu alți membri;
- ✓ Organizează și planifică întâlniri;
- ✓ Ia decizii etice în cadrul clubului.



Competențe din sfera creativității și inovației

Reflectă competențele necesare pentru a putea colecta și evalua informații necesare dezvoltării ideilor creative și inovatoare în vederea rezolvării diverselor probleme.

- ✓ Gândește creativ (abilitatea de a dezvolta idei originale și soluții inovatoare);
- ✓ Abordează problemele și soluțiile într-un mod flexibil;
- ✓ Rezolvă probleme (aplică o gamă de strategii inovatoare pentru a rezolva problemele);
- ✓ Riscă și învață din riscuri;
- ✓ Transformă ideile bune în acțiuni concrete;
- ✓ Privește în afara „cutiei” și are o abordare practică/pragmatică;
- ✓ Ia decizii (abilitatea de a aduna informații, de a evalua opinii cu scopul de a lua decizii cât mai argumentate).

ABORDAREA CURRICULUMULUI IMPACT

În aplicarea curriculumului IMPACT trebuie să ținem cont de următoarele reguli:

1. Curriculumul IMPACT este structurat în patru părți:

- ✓ Curriculum cetățenie activă;
- ✓ Curriculum angajabilitate;
- ✓ Curriculum antreprenoriat social;
- ✓ Curriculum leadership.

2. Curriculumul este structurat pe două categorii:

✓ **Curriculum obligatoriu** - care se regăsește în cadrul „Curriculumului IMPACT pe componenta cetățenie activă” și cuprinde primele patru module IMPACT (11 întâlniri IMPACT, din care nouă din tematica cetățeniei active și două din tematica angajabilității). Orice club IMPACT trebuie să parcurgă cele 11 întâlniri IMPACT obligatorii indiferent dacă este un club nou sau un club cu vechime în Programul IMPACT.

✓ **Curriculum opțional** - reprezintă curriculumul sau întâlnirile IMPACT care pot fi parcurse de un club IMPACT la alegerea membrilor IMPACT și a liderilor facilitatori, în afara celor 11 întâlniri obligatorii, cu mențiunea că după finalizarea fiecărui proiect de serviciu în folosul comunității alegerea temelor/modulelor opționale se face după parcurgerea **întâlnirii de evaluare** (vezi „Curriculum obligatoriu pe componenta Cetățenie activă”).

Pe parcursul unui an școlar IMPACT (septembrie - septembrie) se pot realiza 28 - 31 de întâlniri IMPACT conform standardului de calitate IMPACT. În **FIGURA 2.**, Structura logică a întâlnirilor IMPACT, se poate vizualiza modul de structurare și abordare a curriculumului IMPACT astfel încât, după finalizarea fiecărui proiect de



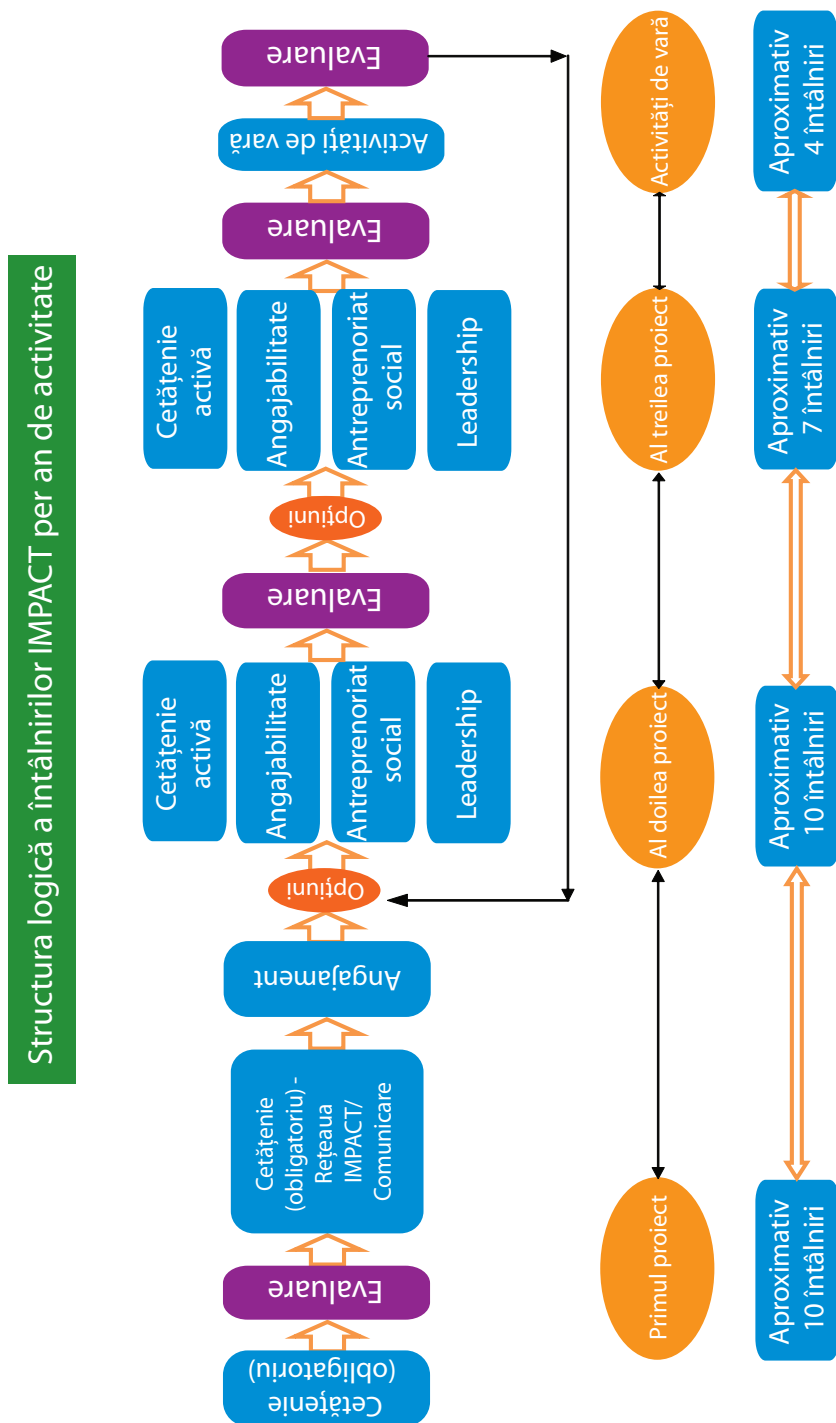


Figura nr. 2 - Structura logică a întâlnirilor IMPACT

serviciu în folosul comunității, să aibă loc întâlnirea de evaluare a proiectului și a competențelor dobândite și, implicit, alegerea unor noi module din curriculumul opțional IMPACT.

CUM ESTE STRUCTURAT CURRICULUMUL IMPACT

Curriculumul IMPACT este structurat pe:

✓ 4 componente sau obiective generale;

✓ 28 de module în cadrul celor 4 componente;

✓ fiecare modul este format din întâlniri IMPACT, în total 91 întâlniri IMPACT acoperind activități pentru 3 ani, respectând standardele de calitate IMPACT.

Vezi modul de structurare a modulelor mai jos.

COMPONENTA IMPACT	MODULE IMPACT	ÎNTÂLNIRI IMPACT
Cetățenie activă (38)	MODULE OBLIGATORII IMPACT	
	1. Eu și IMPACT (3)	1.1. Prima întâlnire IMPACT 1.2. Descoperă IMPACT 1.3. Implicarea mea contează
	2. Eu și comunitatea (5)	2.1. Analiza comunității mele 2.2. Pașii proiectului de serviciu în folosul comunității 2.3. Obiectivele și activitățile unui proiect de serviciu în folosul comunității 2.4. Strângerea de fonduri și vizibilitatea proiectului IMPACT 2.5. Proiectul IMPACT de succes
	3. Întâlnirea de evaluare (o dată la 3 luni) (1)	3.1. Autoevaluare: individual, club, proiectul de serviciu în folosul comunității



MODULE OPȚIONALE CETĂȚENIE ACTIVĂ IMPACT	
4. Diversitate/ Incluziune/ Interculturalitate (8)	4.1. Diversitate 4.2. Identitate 4.3. Etnocentrism 4.4. Stereotip și prejudecăți 4.5. Prejudecățile formate în mass-media 4.6. Solidaritate 4.7. Valorile personale 4.8. Excluziune
5. Mediu (3)	5.1. Relația cu mediul înconjurător 5.2. Mediul - parte din viața mea 5.3. Principii de reducere a deșeurilor
6. Violența (3)	6.1. Violența în societate 6.2. Cauzele violenței 6.3. Eu și violența
7. Sănătate (6)	7.1. Viața sănătoasă - o privire generală 7.2. Alimentația 7.3. Apă, aer, soare 7.4. Activitatea - exerciții fizice, odihna 7.5. Temperanța – consumul și abuzul de substanțe, dependența 7.6. Fără stres
8. Advocacy (2)	8.1. Advocacy – campanii de advocacy 8.2. Advocacy și lobby - diferențe
9. Corupție (4)	9.1. Explorarea corupției 9.2. Prejudiciul corupției 9.3. Explorarea integrității 9.4. Explorarea metodelor anticorupție

	10. Alte tematici opționale (3)	10.1. Locuința mea 10.2. Familia 10.3. Prietenia
	11. Ateliere opționale (4) – sunt mini-traininguri de weekend care prezintă metode specifice de educație nonformală care se pot folosi în cadrul proiectelor IMPACT	11.1. Atelier de Teatru Forum 11.2. Atelier de animație stradală 11.3. Atelier de produse manufacturate artzi-partzi 11.4. Atelier de vânatoare de comori
MODUL OBLIGATORIU ANGAJABILITATE IMPACT		
Angajabilitate (20)	12. Rețeaua IMPACT (2)	12.1. Comunicare – ascultarea activă și feedback-ul 12.2. Instrumente de comunicare în IMPACT - rețeaua NING
	MODULE OPȚIONALE ANGAJABILITATE IMPACT	
	13. Profesia mea (3)	13.1. Eu în viitor 13.2. Scrierea creativă 13.3. Competențele și motivația mea
	14. Noi și comunicarea (2)	14.1. Comunicare - percepție și feedback 14.2. Comunicare - rezolvarea conflictelor
	15. Luarea deciziilor (2)	15.1. Cine decide 15.2. Luarea deciziilor
	16. Dezbatere și argumentare (4)	16.1. Dezbatere și argumentare 1 16.2. Dezbatere și argumentare 2 16.3. PR în IMPACT 1 16.4. PR în IMPACT 2 - Comunicatul de presă în IMPACT



	17. Inovație și creativitate (2)	17.1. Inovație și creativitate 1 17.2. Inovație și creativitate 2
	18. Contabilitate (3)	18.1. Contabilitatea personală 1 18.2. Contabilitatea personală 2 18.3. Contabilitatea personală 3
	19. Managementul timpului (2)	19.1. Managementul timpului 1 19.2. Managementul timpului 2
Antreprenoriat social (24)	MODULE OPȚIONALE ANTREPRENORIAS SOCIAL IMPACT	
	20. Introducere în antreprenoriatul social	20.1. Progres și posibilități: idei care au schimbat lumea, portrete de antreprenori sociali 20.2. Antreprenori sociali - portrete 20.3. Dezvoltarea unei afaceri sociale - de la inspirație la realitate
	21. Potențialul meu de antreprenor (3)	21.1. Spiritul antreprenorial în exemple de lângă noi 21.2. Trăsături comune antreprenorilor performanți 21.3. Pot fi eu un antreprenor de succes?
	22. Nevoile și dorințele comunității (4)	22.1. Grupuri de persoane și nevoile lor 22.2. Resursele comunității 22.3. Schimbarea socială 22.4. Priorități în alegerea unei probleme



	23. Ideea mea de afaceri (3)	23.1. Inovație și creativitate 23.2. Generarea unei idei viabile 23.3. Testarea ideii de afaceri
	24. Planul meu de afaceri (7)	24.1. Importanța planificării și planul pentru elaborarea planului de afaceri 24.2. Definirea produsului și a serviciului 24.3. Analiza pieții 24.4. Proiecții financiare 24.5. Planul de marketing 24.6. Resurse umane și administrarea afacerii clubului IMPACT 24.7. Finanțarea afacerii
	25. Operațiuni de afaceri (4)	25.1. Evidențe financiare și raportări 25.2. Vânzare de produse și servicii 25.3. Aspecte legale 25.4. Împărțirea profitului/reinvestirea profitului
Leadership (9)	26. Leadership (2)	26.1. Liderii în lume 26.2. Stiluri de lideri și rolurile liderilor
	27. Grup (2)	27.1. Stagiile dezvoltării grupului 27.2. Tehnici de motivare a grupului



Total: 91 de întâlniri IMPACT și 4 ateliere de metode nonformale	28. Facilitare (5)	28.1. Învățarea prin experiență 28.2. Facilitare și procesare/debriefing avansat 1 28.3. Facilitare și procesare/debriefing avansat 2 28.4. Stiluri de învățare 28.5. Oportunități în și în afara IMPACT
---	---------------------------	--

Cum citim întâlnirile din cadrul curriculumului, implicit a curriculumului pe tematica antreprenoriat social

Fiecare întâlnire este construită astfel încât să puteți alege din întâlnirile propuse activitățile și metodele pe care le considerați cele mai relevante pentru clubul IMPACT ținând cont de:

- ✓ vârsta participanților (membrii IMPACT);
- ✓ obiectivele de învățare așteptate;
- ✓ preferințele membrilor;
- ✓ stilul facilitatorilor (liderilor);
- ✓ secvența activităților;
- ✓ spațiul de desfășurare;
- ✓ materialele necesare, etc.

Durata întâlnirii este de maxim 2 ore 30 de minute (incluzând lucrul la proiectul de serviciu în folosul comunității). Aveți posibilitatea să fiți flexibil în alegerea activităților din interiorul modulului și a întâlnirilor IMPACT. Timpul pentru implementarea unei întâlniri este de asemenea flexibil, dar respectând standardul de calitate IMPACT și ținând cont de mai multe aspecte ca: vârsta participanților, stilul de învățare al participanților, dinamica grupului, stadiul de formare în care se află grupul, perioada de timp din an, etc.

Recomandare importantă!!!

Alegerea metodelor pentru fiecare întâlnire IMPACT este flexibilă. Apreciem creativitatea liderilor facilitatori ai întâlnirilor în alegerea altor metode, chiar și adaptarea obiectivelor de învățare astfel încât să fie atins scopul general al modulului.



În tabelul de mai jos puteți vizualiza modul de construcție a fiecărei întâlniri IMPACT.

Numele întâlnirii	Durata întâlnirii	Modul
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: <i>Ce ar trebui să știe să facă sau să cunoască membrii IMPACT după parcurgerea întâlnirii.</i> <i>Acestea sunt mai tangibile și evaluabile după derularea programului.</i>	Concepte: <i>Cuvinte care vor trebui explicate și care reprezintă concepte noi și important de învățat într-o lecție.</i>	Materiale de lucru: <i>Orice instrument necesar pentru derularea corespunzătoare a întâlnirii IMPACT (ex. caiete, markere, flipchart-uri scrise, filme, etc.).</i>
Metodele nonformale folosite/Timp acordat: <i>Aici sunt listate metodele nonformale folosite și timpul recomandat pentru fiecare metodă în parte.</i>		
Descrierea fiecărei activități: <i>Prezintă pas cu pas fiecare activitate pe care ar putea să o facă liderul de club pentru a atinge obiectivele de învățare din cadrul fiecărei întâlniri.</i> Aspecte constante, care apar în cadrul fiecărei întâlniri IMPACT: <i>Lucrul la proiectul de serviciu în folosul comunității.</i> Aspecte administrative: <i>verificarea atingerii obiectivelor întâlnirii, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.</i>		Întrebări de procesare/debriefing: <i>Aici regăsim întrebările de procesare sau debriefing pe care liderii IMPACT este recomandat să le folosească după activități pentru a atinge obiectivele de învățare. Aceste întrebări sunt foarte importante pentru procesul de învățare al membrilor IMPACT.</i>
Alte recomandări/idei: <i>Aici se regăsesc diverse recomandări de activități sau alte aspecte de luat în considerare pentru întâlnirea respectivă.</i>	Bibliografie/Resurse pentru documentare: <i>Această secțiune oferă pentru cei interesați surse cu informații suplimentare și bibliografie pentru fiecare întâlnire.</i>	



Cum citim sinteza acestui curriculum

Pentru o parcurgere cât mai ușoară, la începutul fiecărei componente a curriculumului puteți vizualiza structura tabelară a acestuia. În structura tabelară sunt cuprinse:

- ✓ componenta sau obiectivul general de învățare vizat;
- ✓ denumirea modulului și numărul acestuia pentru fiecare componentă în parte;
- ✓ numărul și denumirea întâlnirii IMPACT (un modul e format din mai multe întâlniri IMPACT);
- ✓ competențele care se dezvoltă și care pot fi măsurabile (valori, abilități, cunoștințe);
- ✓ metodele prin care se ating aceste competențe;
- ✓ etapa în care clubul IMPACT ar putea să se afle în momentul respectiv (E.P. = etapa de planificare, E.I.= etapa de implementare, E.E.= etapa de evaluare, E.C.= etapa de celebrare); etapa de evaluare coincide de cele mai multe ori cu întâlnirea de evaluare din curriculumul obligatoriu IMPACT (vezi curriculum obligatoriu pe componenta cetățenie activă).

Structura „Curriculumului IMPACT pe componenta antreprenoriat social”

Componenta ANTREPRENORIAT SOCIAL este alcătuită din șase module. Mai jos puteți identifica scopul fiecărui modul opțional.

Scopul modului „Introducere în antreprenoriatul social” este de a-i sprijini pe membrii IMPACT să înțeleagă semnificația antreprenoriatului social și a competențelor antreprenoriale, precum și rolul antreprenoriatului și al antreprenorilor în societate.

Scopul modulului „Potențialul meu de antreprenor” este de a oferi tinerilor posibilitatea de a-și evalua propriul potențial antreprenorial în termeni de competențe profesionale, de afaceri personale și de a ajusta atitudinile, valorile și motivațiile lor la cerințele antreprenoriatului social.

Scopul modulului „Nevoile și dorințele comunității” este de a dezvolta în rândul membrilor IMPACT dorința de a cerceta și cunoaște nevoile comunității, de a identifica potențialul și resursele existente și de a lua decizii privind problemele asupra cărora se vor apleca, spre rezolvare. Tinerii vor învăța despre schimbare și își vor dezvolta abilități și atitudini pentru interacțiunea interpersonală: empatie, comunicare, respect.

Scopul modului „Ideea mea de afacere” este ca, prin intermediul metodelor de gândire creativă și a instrumentelor de analiză, să formuleze o idee viabilă de afaceri, care să aducă schimbări pozitive în comunitate. În cadrul acestui modul, tinerii vor avea posibilitatea să-și dezvolte gândirea creativă și analitică, acest lucru ajutându-i să-și analizeze riscurile și oportunitățile în calitate de antreprenori.



Scopul modulului „Planul meu de afaceri” este ca, prin intermediul exercițiilor practice, să-și dezvolte capacitatea de a elabora un plan viabil de afaceri și de a planifica organizarea și finanțarea unei afaceri sociale. Tinerii vor fi inițiați și ghidați de-a lungul procesului de elaborare a unui plan de afaceri. De asemenea, ei vor fi familiarizați cu aspectele financiare, organizaționale și juridice ale lansării unei afaceri.

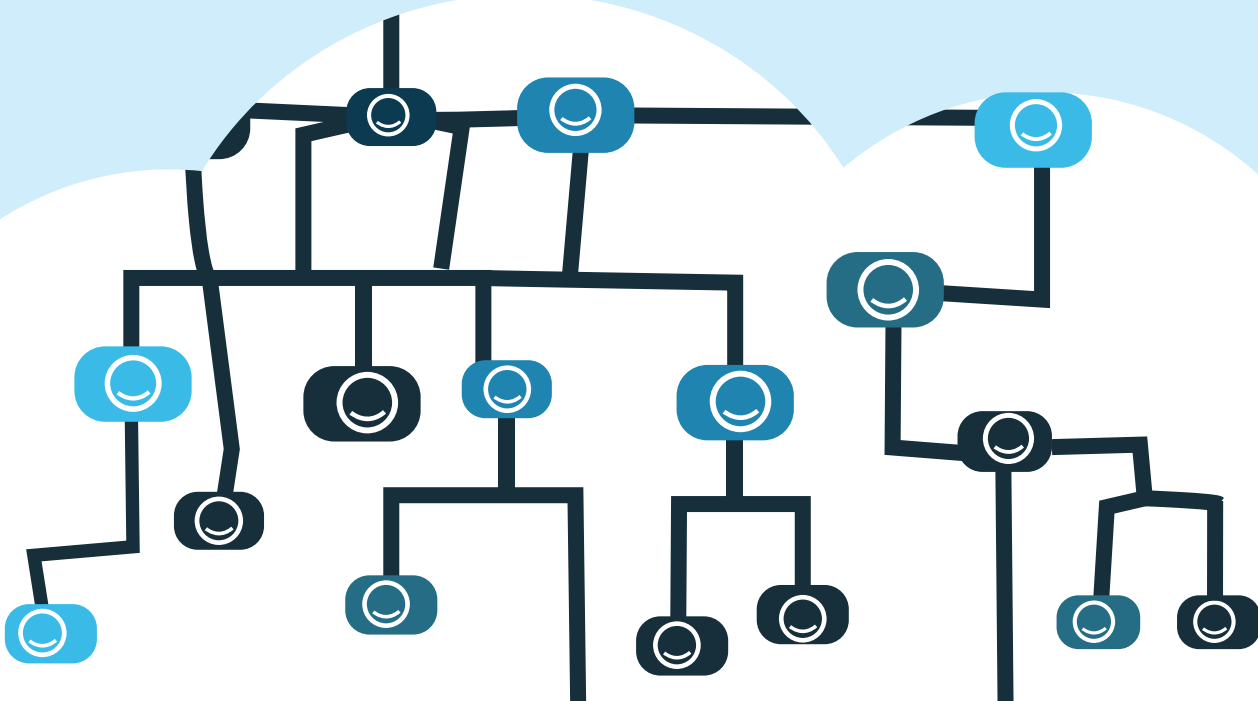
Scopul modulului „Operațiuni de afaceri” este de a implica membrii IMPACT în managementul și derularea afacerilor prin intermediul simulării situațiilor practice în cadrul jocurilor de roluri sau a „mini-afacerilor”. În acest modul, tinerii se vor implica în activități de marketing și publicitate, vânzări și achiziții, precum și în activități organizaționale referitoare la „mini-afacerea” lor. În plus, membrii IMPACT vor fi familiarizați cu aspectele administrative, financiare și de dezvoltare a resurselor umane în operațiuni de afaceri.



STRUCTURĂ CURRICULUM ANTREPRENORIAL SOCIAL

Acest curriculum IMPACT se implementează doar în cadrul Programului IMPACT, de către facilitatorii (liderii IMPACT) recunoscuți de Fundația Noi Orizonturi. Folosirea acestor materiale și în alte contexte se acceptă doar cu aprobarea Fundației Noi Orizonturi și cu menționarea sursei de proveniență a acestora.

2.



Modul IMPACT	Tema întâlnirii IMPACT	COMPETENȚE			Metodele folosite	Proiect de servi- ciu în folosul comuni- tății
		Valori/Atitudini	Abilități	Cunoștințe		
20. Introduce-re în antreprenoriatul social	1. Progres și posibilități; idei care au schimbat lumea	<i>V - Conștientizează importanța asumării responsabilității personale în ceea ce privește inițiativa și activitatea antreprenorială</i>	<i>A - Diferențiază între ideea de antreprenoriat social și ideea de afacere</i>	<i>C – Numește cel puțin trei idei de antreprenoriat</i>	• Joc de spargere a gheții • Studii de caz • Exercițiu	E.P./E.I./E.E.
	2. Antreprenorii sociali: portrete	<i>V - Conștientizează modul în care indivizii pot produce o diferență pozitivă în lume</i>	<i>A - Lucrează în echipă</i>	<i>C - Numește cel puțin trei antreprenori sociali</i> <i>C - Enumeră cinci caracteristici ale antreprenorilor sociali</i>	• Joc • Povestire • Joc de rol • Discuții libere • Lucru pe grupe	E.P./E.I./E.E.
	3. Dezvoltarea unei afaceri sociale – de la inspirație la realitate	<i>V - Înțelege importanța dezvoltării afacerilor sociale</i>	<i>A - Explică modelul de dezvoltare a unei afaceri sociale</i>	<i>C - Descrie pașii prin care vor trece în crearea propriei afaceri sociale</i>	• Joc de spargere a gheții • Vizionare film • Lucru pe grupe	E.P./E.I./E.E.
21. Potențialul meu de antreprenor	1. Spiritul antreprenorial în exemple de lângă noi	<i>V - Înțelege importanța încrederii în sine</i> <i>V - Manifestă curaj în relațiile cu antreprenori din comunitate</i>	<i>A - Ascultă activ și exersează înțelegerea</i> <i>A - Socializează și împărtășește informații cu membrii grupului</i>	<i>C – Descrie conceptul de conflict și consecințele acestuia în cadrul unui grup</i>	• Joc de spargere a gheții • Discuție liberă • Lucru pe grupe • Simulare interviu	E.P./E.I./E.E.



	2. Trăsături comune antreprenorilor performanți	<i>V - Își asumă valorile și calitățile unui antreprenor de succes</i>	<i>A - Construiește un chestionar sau o grilă de evaluare A - Negociază în interiorul unui grup diferite calități și caracteristici</i>	<i>C - Definește cel puțin cinci caracteristici ale unui antreprenor de succes</i>	- Joc de spargere a gheții - Lucru pe grupe	E.P./E.I./E.E.
	3. Pot fi eu un antreprenor de succes?	<i>V - Își evaluează propriile abilități pentru a deveni antreprenor</i>	<i>A - Își stabilește trei obiective pentru dezvoltarea potențialului de antreprenor A - Analizează și evaluează creativ informații și situații despre subiecte diferite</i>	<i>C - Definește cel puțin cinci caracteristici ale unui antreprenor de succes</i>	- Joc de spargere a gheții - Evaluare personală - Discuții libere	E.P./E.I./E.E.
22. Nevoile și dorințele comunității	1. Grupuri de persoane și nevoile lor	<i>V - Conștientizează problemele diverse ale diferitelor grupuri dezavantajate din comunitate</i>	<i>A - Concepe și aplică chestionare într-un mic proiect de cercetare</i>	<i>C - Definește un grup dezavantajat</i>	- Joc de spargere a gheții - Exercițiu de grup - Lucru individual	E.P./E.I./E.E.
	2. Resursele comunității	<i>V - Conștientizează că pentru orice problemă există și o oportunitate</i>		<i>C - Identifică cel puțin trei resurse din comunitate pe care ar putea să le folosească în scopuri antreprenoriale</i>	- Joc de spargere a gheții - Exercițiu pe grupe - Vizită în comunitate	E.P./E.I./E.E.



	3. Schimbarea socială	<i>V - înțelege rolul antreprenorului în a produce o schimbare socială</i>		<i>C - definește conceptul de schimbare socială</i>	- Joc de spargere a gheții - Discuții pe teme date	E.P./E.I./E.E.
	4. Priorități în alegerea unei probleme din comunitate		<i>A - utilizează tehnici de decizie participativă</i> <i>A - argumentează criteriile de alegere a unei probleme</i>		- Joc de spargere a gheții - Discuții pe teme date	E.P./E.I./E.E.
23. Ideea mea de afaceri	1. Inovație și creativitate	<i>V - Demonstrează deschiderea pentru idei noi</i>	<i>A - Apreciază importanța creativității în producerea unei schimbări pozitive la nivel de comunitate</i> <i>A - Dezvoltă idei originale și soluții creative pentru diferite situații</i>	<i>C - Enumeră caracteristici ale creativității</i>	- Exerciții de gândire creativă - Vizionare film - Povestire - Exercițiu de creativitate	E.P./E.I./E.E.
	2. Generarea unei idei viabile care să ajute la rezolvarea problemei alese		<i>A - Identifică oportunități de afaceri pe plan local</i>	<i>C - Definește noțiunea de oportunitate de piață</i>	- Joc de energizare - Exerciții de creativitate	E.P./E.I./E.E.



	3. Testarea ideii de afaceri		<i>A - Detectează și justifică oportunități care au potențial pentru afacerea socială</i> <i>A - Face diferența între o afacere și o oportunitate de piață</i>		• Discuții libere • Joc de luare a deciziilor	E.P./E.I./E.E.
24. Planul meu de afaceri	1. Importanța planificării și elaborarea planului de afaceri	<i>V - Conștientizează importanța planului de afaceri</i>		<i>C – Definește planul de afaceri</i> <i>C - Enumeră pașii elaborării unui plan de afaceri</i>	• Joc de spargere a gheții • Povestire	E.P./E.I./E.E.
	2. Definirea produsului și/sau serviciului		<i>A - Utilizează termeni specifici pentru definirea produsului sau a serviciului oferit</i>	<i>C - Definește produsul sau serviciul oferit</i>	• Joc de spargere a gheții • Prezentare	E.P./E.I./E.E.
	3. Analiza pieței - clienți și cumpărători		<i>A - Identifică așteptările potențialilor clienți referitor la produsele sau serviciile oferite</i> <i>A - Proiectează și conduce un studiu de piață</i>	<i>C - Descrie piața și grupul țintă pentru vânzarea produsului sau serviciului</i>	• Joc de spargere a gheții • Lucru în grupe • Cercetare de piață	E.P./E.I./E.E.
	4. Proiecții financiare		<i>A - Explică importanța previziunilor financiare</i>	<i>C – Enumeră capitolele principale din costurile</i>	• Joc energizant • Prezentare • Joc de simulare	E.P./E.I./E.E.



			A - Diferențiază între contul de profit și pierdere și cashflow A - Determină pragul de rentabilitate și decide prețul unui produs	de pornire, de producție sau de operare		
	5. Planul de marketing		A - Creează un plan de marketing A - Creează un pliant și o carte de vizită	C – Definește elementele de identitate pentru firmele de antreprenoriat social, sigla și logo-ul C - Enumeră cel puțin două exemple de instrumente de marketing	• Joc energizant • Prezentare • Lucru pe grupe	E.P./E.I./E.E.
	6. Resurse umane și administrarea afacerii: împărțirea responsabilităților		A - Dimensionează necesarul de resurse umane pentru afacerea socială	C - definește cel puțin trei roluri cheie într-o afacere	• Joc energizant • Prezentare • Lucru pe grupe	E.P./E.I./E.E.
	7. Finanțarea afacerii		A - Stabilește necesarul de finanțare și sursele pentru pornirea afacerii A - Întocmește un plan de afaceri	C - Enumeră trei surse de finanțare a unei afaceri	• Joc energizant • Lucru în echipă	E.P./E.I./E.E.

25. Operațiuni de afaceri	1. Evidențe financiare și raportări	<i>V - Exersează responsabilitatea în ceea ce privește evidențierea și înregistrarea corectă a cheltuielilor și încasărilor</i>	<i>A - Înregistrează corect cheltuielile și veniturile în registrul de casă și în jurnalul de încasări și plăți A - Realizează un raport financiar pentru investor</i>	<i>C - Definește utilitatea unei chitanțe, a unei facturi, a unui bon fiscal</i>	• Joc de spargere a gheții • Prezentare • Lucru pe grupe	E.P./E.I./E.E.
	2. Vânzarea produselor / serviciilor			<i>C - Enumeră factorii cheie pentru reușita în vânzări</i> <i>C - Enumeră pașii necesari pentru încheierea unei vânzări</i>	• Joc de spargere a gheții • Exercițiu de simulare • Prezentare	E.P./E.I./E.E.
	3. Aspecte legale/ juridice			<i>C - Enumeră cele mai relevante forme de funcționare juridică a unei afaceri sociale</i> <i>C - Explică rolul principalelor instituții ale statului în relație cu afacerea socială</i>	• Joc de spargere a gheții • Prezentare ppt	E.P./E.I./E.E.
	4. Finanțarea afacerii	<i>V - Își asumă responsabilitatea susținerii cauzei sociale pentru care s-a dezvoltat afacerea socială</i>	<i>A - Calculează profitul obținut în urma desfășurării activității economice</i>	<i>C - Definește principalele beneficii aduse de afacerea socială</i>	• Joc energizant • Lucru pe grupe	E.P./E.I./E.E.

**E.P. = etapa de planificare, E.I. = etapa de implementare, E.E. = etapa de evaluare,
E.C. = etapa de celebrare**



MODULUL INTRODUCERE ÎN ANTREPRENORIATUL SOCIAL

Acest curriculum IMPACT se implementează doar în cadrul Programului IMPACT, de către facilitatorii (liderii IMPACT) recunoscuți de Fundația Noi Orizonturi. Folosirea acestor materiale și în alte contexte se acceptă doar cu aprobarea Fundației Noi Orizonturi și cu menționarea sursei de proveniență a acestora.

ABSTRACT

Acest document este dedicat facilitatorilor IMPACT (liderilor sau animatorilor socio-educativi) și descrie pas cu pas trei întâlniri opționale pe tematica „Introducere în antreprenoriatul social” pe care facilitatorii (liderii), împreună cu membrii IMPACT, le pot implementa la alegere în cadrul întâlnirilor IMPACT.

3.



Scopul modului „Introducere în antreprenoriatul social” este de a-i sprijini pe membrii IMPACT să înțeleagă semnificația antreprenoriatului social și a competențelor antreprenoriale, precum și rolul antreprenoriatului și al antreprenorilor în societate.

Obiectivele generale de învățare ale modului pentru membrii IMPACT sunt:

- ✓ să dezvolte dorința de implicare socială, printr-un demers antreprenorial;
- ✓ să faciliteze dezvoltarea competențelor de înțelegere și interacțiune socială în comunitatea în care locuiesc;
- ✓ să inițieze tinerii în problematica afacerilor și a inițiativelor antreprenoriale;
- ✓ să clarifice pașii care trebuie urmați în constituirea unei afaceri sociale.

Structura modului:

Întâlnirea 1 – Progres și posibilități: idei care au schimbat lumea

Întâlnirea 2 – Antreprenorii sociali: portrete

Întâlnirea 3 – Dezvoltarea unei afaceri sociale: de la inspirație la realitate

Cum citim acest curriculum: fiecare întâlnire este construită astfel încât să puteți alege din activitățile și metodele propuse pe cele pe care le considerați cele mai relevante pentru clubul IMPACT ținând cont de:

- ✓ vârsta participanților (membrilor IMPACT);
- ✓ obiectivele de învățare așteptate;
- ✓ preferințele membrilor;
- ✓ stilul facilitatorilor (liderilor);
- ✓ secvența activităților;
- ✓ spațiul de desfășurare;
- ✓ materialele necesare, etc.

Durata întâlnirii este de maxim 2 ore și 30 de minute (incluzând lucrul la proiectul de serviciu în folosul comunității). Aveți posibilitatea să fiți flexibili în alegerea activităților din interiorul modului și a întâlnirilor IMPACT. Timpul pentru implementarea unei întâlniri este de asemenea flexibil, dar respectând standardul de calitate IMPACT și ținând cont de mai multe aspecte ca: vârsta participanților, stilul de învățare al participanților, dinamica grupului, stadiul de formare în care se află grupul, perioada de timp din an, etc.



Numele întâlnirii 1. Progres și posibilități: idei care au schimbat lumea	Durata întâlnirii 2 h	Modul Introducere în antreprenoriatul social
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: V - să conștientizeze importanța asumării responsabilității personale în ceea ce privește inițiativa și activitatea antreprenorială; A - să diferențieze între ideea de afacere și ideea de antreprenoriat social; C - să numească trei idei de antreprenoriat social.	Concepte: • Afacere • Antreprenoriat • Antreprenoriat social	Materiale de lucru: 1. Baloane, sfoară, creioane, post-it-uri. 2. Coli de scris pentru flipchart, creioane colorate, markere, foarfece, reviste și ziare vechi; 2. Studii de caz printate.
Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Joc de spargere a gheții - Baloane (10 minute) Exercițiu - Harta comunității (40 minute) Studii de caz (30 minute) Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității (30 minute) Aspecte administrative (10 minute)		
Descrierea fiecărei activități: 1. Joc de spargere a gheții - Baloane: Participanții trebuie să se gândească pentru două minute în ce fel de societate ar dori să trăiască și să prezinte una sau două trăsături ale acesteia. Ei vor scrie cele două trăsături pe un post-it și le vor lipi pe peretele pentru notițe. După aceasta, fiecare va trebui să se gândească la două „obstacole”, care îi împiedică să corespundă celor două trăsături ale societății ideale. Împărțiți instrumentele de scris, câte două baloane și două bucăți de ață fiecăruia și spuneți-le să scrie pe baloane cele două „obstacole”, cu litere mari. Tinerii vor trebui să spună cele două cuvinte pe care le-au scris pe baloane. După aceasta, participanții vor avea posibilitatea să elimine aceste două obstacole. Fiecare își va lega câte un balon de	Întrebări de procesare / debriefing: 1. Cât de greu a fost să scrieți răspunsul la întrebări? Cum a fost să le împărtășiți cu ceilalți participanți? Ce ați descoperit despre voi dar și despre ceilalți? Ce sunt obstacolele și cum	



fiecare picior și, când toată lumea e gata, vor sări pe baloane pentru a le sparge și, în felul acesta, pentru a elimina „obstacolele”. 2. Harta comunității: Împărțiți în câteva grupe (a câte 4-5 persoane), participanții primesc o coală de fliphart, culori, reviste din care pot să decupeze și sunt rugați să construiască un desen al comunității/al țării, așa cum și-o doresc să fie când vor fi mari. După ce termină, fiecare grupă își prezintă și argumentează desenele. La final, liderul de club întreabă cine cred ei că ar fi responsabilii pentru a face ca această viziune a lor să se realizeze. Notează pe flipchart și verifică dacă ei, tinerii, sunt și ei nominalizați. Concluzionează împreună cu membrii IMPACT că lumea va fi mai bună, cea pe care ne-o dorim, dacă începem să o reprezentăm prin idei concrete de schimbare și dacă ne asumăm fiecare un rol. Mai departe o să vedem ce roluri și ce și-au asumat anumiți oameni pentru a face lumea mai bună. 3. Studii de caz: Împărțiți în trei grupuri, participanții primesc fiecare câte un studiu de caz (vezi mai jos) pe care îl citesc în grup. Fiecare grup va trebui să prezinte celorlalți povestea. Studiu de caz 1. Christopher Benz, New York și Bali, Indonezia - Craftnetwork. <i>Christopher Benz a fondat în 2007 firma CraftNetwork pentru a conecta artizani din țările în curs de dezvoltare cu piețele țărilor bogate. Implicând meșterii locali sub numele unei mărci renumite, CraftNetwork îi ajută să îndeplinească standardele de calitate și să răspundă cerințelor pieței, crescându-le astfel veniturile. Firma are 26 de angajați și exportă bunuri de la 1.355 de artizani care provin din 124 sate, din trei țări. Veniturile firmei în anul 2008 au fost de 419.000 de dolari, iar acum țintește la o cifra de afaceri 672.000 de dolari.</i> Studiu de caz 2. Sam Goldman și Ned Tozun, San Francisco, New Delhi și Shenzhen, China - D.Light Design <i>Goldman și Tozun s-au întâlnit prima dată în 2005, la un MBA (o formă de studii postuniversitare în domeniul afacerilor).</i>	pot fi depășite? Ce ați învățat despre propria persoană și despre ceilalți în urma acestui exercițiu? 2. Ce ați reprezentat în harta voastră? Vă rog să descrieți. Care sunt elementele care fac lumea mai bună? Cum ați putea contribui voi pentru a face lumea mai bună? Ce înseamnă schimbarea? Cum puteți voi, individual, să produceți schimbarea? 3. Fiecare grup va trebui să răspundă la două întrebări: de ce este specială ideea de afacere pe care au citit-o și care sunt beneficiile pe care le aduce o astfel de afacere?
--	---



Au lucrat împreună la o temă de clasă, pentru a face produse accesibile. Produsul lor a fost o lampă solară, cu leduri, pe care au oferit-o spre vânzare gospodăriilor rurale, care nu dispuneau de electricitate.

Firma are acum 50 de angajați și produsele lor se adresează persoanelor care câștigă mai puțin de 5 dolari/zi. Lămpile costă între 15 și 40 de dolari și pot fi achiziționate printr-un program de împrumut. Firma se așteaptă anul acesta la o cifră de afaceri de 5 milioane de dolari.

Studiu de caz 3. Scott James, Brainbridge Island, Wash – Fair Trade Sport.

James conduce o afacere prin care produce și vinde mingi de fotbal. Mingile sunt fabricate în Pakistan, iar angajații sunt câteva sute de persoane, plătite decent. Cauciucul din care se fabrică mingile este produs în India și Sri Lanka, plătit de asemenea cu venituri decente. Cifra de afaceri a firmei se apropie de 500.000 de dolari și James donează tot profitul obținut unor organizații nonprofit, care activează în interesul copiilor.

După ce grupele își prezintă povestea și răspund la întrebările de procesare, liderul de club punctează cele trei idei de afaceri sociale și pune imagini sugestive în dreptul fiecăreia pentru ca participanții să își amintească mai ușor. În acest context, facilitatorul va încerca să sublinieze dimensiunile antreprenoriatului social ca:

- ✓ afacere care valorizează și promovează munca unor persoane defavorizate;
- ✓ afacere care vinde produse la un preț accesibil unei categorii de populație defavorizată;
- ✓ afacere care donează profitul pentru cauza unor persoane defavorizate.

4. Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității

5. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.



Alte recomandări/idei: Membrii IMPACT pot primi ca sarcină pentru acasă, să facă o mică cercetare (internet, reviste, etc.) pentru a afla și alte idei de afaceri care au contribuit la crearea unei lumi mai bune. Pentru data viitoare pot aduce cu ei o fotografie, o imagine sau să comunice facilitatorului link-ul pentru a fi listată la imprimantă.	Bibliografie/Resurse pentru documentare: 1. http://images.businessweek.com/ss/09/04/0403_social_entrepreneurs/6.htm 2. http://images.businessweek.com/ss/09/04/0403_social_entrepreneurs/8.htm 3. http://images.businessweek.com/ss/09/04/0403_social_entrepreneurs/9.htm 4. http://www.craftnetwork.com/ 5. http://www.dlightdesign.com/ 6. http://fairtradesports.com/ 7. David Bornstein, How to Change the World, Oxford University Press, 2007
--	---

Numele întâlnirii 2. Antreprenorii sociali - Portrete	Durata întâlnirii 2 h	Modul Introducere în antreprenoriatul social
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: V - să conștientizeze modul în care indivizii pot produce o diferență pozitivă în lume; A - să lucreze în echipă; C - să numească cel puțin trei antreprenori sociali; C - să enumere cel puțin cinci caracteristici/calități ale antreprenorilor sociali.	Concepte: • Antreprenori sociali	Materiale de lucru: 1. Cartonașe, creioane; 2. Foaie și creion pentru fiecare participant 3. Film – Mohammad Yunus 4. Poveste Florence Nightingale 5. Hârtie, creioane colorate
Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Joc de spargere a gheții - Cine sunt eu? (10 minute) Alte idei de antreprenori - discuție liberă (15 minute) Vizionare film - Muhammad Yunus (20 minute) Povestea lui Florence Nightingale (20 minute) „Portretul robot” al antreprenorului (20 minute) Lucrul la proiectul de serviciu în folosul comunității (20 minute) Aspecte administrative (5 minute)		
Descrierea fiecărei activități: 1. Joc de spargere a gheții – Cine sunt eu? Fiecare persoană va avea lipit pe spate o poză sau un nume al unei persoane faimoase din domeniul antreprenoriatului. Participanții se vor amesteca prin sală și vor trebui să afle ce este scris pe spatele lor. Ei vor putea pune întrebări celorlalți, însă răspunsurile vor fi doar de forma „da” sau „nu”. Când toată lumea a reușit să identifice numele persoanelor jocul se termină. 2. Alte idei de antreprenori - discuție liberă: Participanții sunt întrebați ce alte exemple de idei de antreprenori care au schimbat lumea au mai găsit.	Întrebări de procesare / debriefing:	



Se face un panou de modele la care se adaugă cele aduse acum de tineri și la care vor mai fi adăugate și altele. Liderul întreabă care este diferența dintre cei care au o afacere pentru profit și cei care dezvoltă o afacere pentru a rezolva problemele oamenilor. Facilitatorii vor trebui să cerceteze nume de persoane faimoase în domeniul antreprenoriatului social. 3. Vizionare film – Muhammad Yunus: Liderul face o scurtă introducere despre Muhammad Yunus. Se vizionează filmul cu Yunus. Discuții după vizionare: Ce v-a impresionat cel mai mult la acest om? Cum îl puteți caracteriza? Ce l-a determinat să înceapă afacerea cu banca? De ce credeți că a avut succes? Vezi la bibliografie link-ul filmului. 4. Poveste – Florence Nightingale: Florence Nightingale s-a născut într-o familie britanică bine poziționată în societate. Părinții ei, William și Fanny Nightingale, făceau parte din acea categorie de oameni înstăriți, cu proprietăți imobiliare, deschiși călătoriilor. Una dintre călătoriile făcute, și anume cea din 12 mai 1820, la Florența, a adus cu sine un nou copil, și anume pe Florence. Cele două fete ale familiei au fost educate pentru a deveni doamne în lumea burgheză britanică. Cu toate acestea, Parthenope, sora cea mare a lui Florence, era interesată de desen, broderie și rețete culinare, în timp ce Florence petrecea foarte mult timp studiind latina, matematica și filosofia. Se spune ca Florence Nightingale avea, încă din copilărie, probleme emoționale, explicabile poate doar dacă ne gândim că tatăl său era o persoană retrasă, în timp ce mama sa era entuziastă și jovială. Dorința de a-și ajuta semenii a apărut din adolescență, confirmarea fiind însemnările ei din jurnalele acelei perioade. Cu timpul, sentimentele sale au devenit și mai puternice. Se simțea limitată și inutilă și își căuta ocupații care să ofere un sens vieții. Aceste dorințe puternice contraveneau planurilor mamei sale, care ar fi dorit s-o mărite. Anul 1837 a fost decisiv în viața ei. Așa cum reiese din însemnările sale din 17 februarie, Florence a avut o revelație: "Dumnezeu mi-a vorbit și m-a chemat în slujba Lui."	3. Care este mesajul transmis? Ce v-a impresionat cel mai mult la Muhammad Yunus? Cum îl puteți caracteriza? Ce l-a determinat să înceapă afacerea cu banca? Cum a considerat Muhammad Yunus că poate ajuta pe cei în nevoie? De ce credeți că a avut succes? Ce sentimente aveți în legătură cu ceea ce a făcut Muhammad Yunus? Ce ați învățat din această experiență despre antreprenoriatul social? Ce ar putea fi aplicat în țara noastră?
---	---

Afirmația a dat naștere unor controverse, dar Florence nu a fost o persoană care să sufere din punct de vedere psihic și nici nu a fost o împătimită a religiei. Tocmai din această cauză nu poate fi acuzată de misticism.

În 1839 cele două surori au fost prezentate la Curte și și-au petrecut vacanța la Londra. A fost perioada în care mama lor și-a dublat eforturile pentru a le mărita.

Aflarea veștii că Florence va deveni infirmieră a avut consecințe violente. În perioada victoriană, infirmierele erau desconsiderate de clasa burgheză, spitalul nu era nici pe departe cel mai indicat loc pentru o viitoare doamnă de societate.

Părinții săi s-au opus categoric deciziei luate de fiica lor, interzicându-i orice acțiune în acest sens. Reacția părinților i-a provocat o depresie puternică, Florence pierzându-și astfel dorința de a mai trăi. În taină, a adunat cât mai multe informații privind desfășurarea activității spitalelor din Anglia, starea lor sanitară și tratamentul oferit. Și-a dezvoltat astfel planul de creare a unui sistem de tratament medical adecvat.

În această perioadă (1847) i-a cunoscut la Roma pe Sidney și Liz Herbert, secretarul de stat al Angliei și soția acestuia. În momentul în care a împlinit 31 de ani, Florence s-a decis să plece în Germania, lăsând în urmă restricțiile impuse de familie, pentru a urma cursuri de specialitate.

După întoarcerea în Regat, Liz Herbert a recomandat-o pentru funcția de directoare a spitalului pentru femei din Harley Street. Instituția, după spusele lui Charles Dickens, a fost transformată de Florence într-un spital adevărat: cu bucătărie, grupuri sanitare, farmacie, lifturi și clopoței pentru solicitarea ajutorului. Adevărata capacitate de organizare și-a arătat-o abia în anul 1854, în timpul războiului din Crimeea. Condițiile din spitalele pentru soldații englezi răniți în Crimeea, descrise de primul reporter de război din istorie - William Russell, erau înfricoșătoare: lipsa îngrijirii medicală de specialitate iar igiena era inexistentă.

Pentru a dezamorsa situația, guvernul britanic a hotărât să trimită pe cineva capabil care să se ocupe de acest serviciu, și anume pe Florence Nightingale. Aceasta, însoțită de 38 dintre cele mai bune infirmiere formate de ea, a ajuns la

4. De ce este considerată Florence Nightingale un antreprenor social? Ce calități avea? Ce piedici a trebuit să depășească pentru a reuși? Care este importanța unor astfel de inițiative la nivel de comunitate? Cum puteți voi ajuta comunitățile să progreseze și să devină mai bune?



spitalul de pe front pe 21 octombrie 1854. Bazele britanice erau amplasate în Scutari, (sau Üsküdar, o suburbie a Istanbulului), la 545 km de Crimeea.

Acolo au descoperit că soldații răniți erau prost îngrijiți de personalul medical complet demoralizat ca urmare a indiferenței oficiale. Pe deasupra, era lipsă de medicamente, igiena era neglijată, iar infecțiile în masă erau răspândite, multe fiind fatale. Nu exista echipament pentru prepararea mâncării pentru pacienți. Doctorii britanici desconsiderau aportul infirmierelor în recuperarea postoperatorie a răniților.

Florence și colegile ei au început prin curățirea temeinică a spitalului și a echipamentelor, precum și prin reorganizarea îngrijirii pacienților. Dar, în perioada în care s-a aflat la Scutari, rata mortalității nu a scăzut, ba din contră, a început să crească. În timpul primei sale ierni la Scutari au murit 4077 de soldați, majoritatea din cauza unor boli ca tifosul, holera și dizenteria, nu din cauza rănilor. În spital condițiile erau mizerabile din cauza suprapopulării, ventilației proaste și a lipsei grupurilor sanitare. O comisie sanitară a guvernului britanic a fost trimisă la un moment dat și a reglat aceste aspecte. Mortalitatea a fost redusă.

Nightingale a continuat să creadă că rata de mortalitate a crescut din cauza alimentației proaste și supraîncărcării cu soldați. După ce s-a întors din Marea Britanie, ea a început să colecteze dovezi pentru a le prezenta Comisiei Regale pentru Sănătate în Armată pentru a demonstra că majoritatea soldaților au fost omorâți de condițiile proaste din spitale. Aceasta experiență a influențat-o și mai târziu în carieră, ea susținând mereu importanța condițiilor de trai. Ca urmare, a contribuit la reducerea mortalității în armata britanică pe timp de pace, îndreptând atenția asupra aspectelor ce țin de igiena în spitale.

O dată cu mărirea numărului de răniți aduși de pe front, spiritul organizatoric al lui Florence a fost apreciat de doctori. În acea perioadă, ea și-a dobândit numele de „Lady with the Lamp” (Femeia cu lampa), deoarece personalul infirmier făcea turul de noapte al saloanelor. Totuși, în momentul în care spitalul a început să funcționeze



normal, ea s-a îmbolnăvit atât de grav, încât, după revenirea în Anglia, la vârsta de 37 de ani, a rămas paralizată la pat. Cu tenacitate și ambiție, ea și-a depășit invaliditatea și a condus acțiunea de organizare a spitalelor de garnizoană din Anglia, a creat un sistem de sănătate în India, a înființat și a condus școlile sanitare. Nimeni nu a fost deranjat de faptul că, practic, consultațiile aveau loc în dormitorul lui Florence sau prin corespondență. I-au cerut părerea miniștri, generali și directori, iar ea le-a răspuns cu același profesionalism. A ajuns astfel, de-a lungul vieții, să scrie peste 17.000 de scrisori, ceea ce-i conferă un loc înalt în istoria epistolografiei.

Datorită ei, s-au înființat Academia Medicală Militară și Școala de infirmiere de pe lângă Spitalul Sf. Thomas.

Cu timpul, depresia ei, revenită sub influența bolii, s-a agravat. Florence a limitat contactul cu exteriorul până la minimul necesar. Se simțea singură și neîmplinită. Niciodată nu s-a căsătorit, deși spre bucuria mamei, la început, a avut mulți pretendenți. Unul dintre ei, Richard Monckton Milles, a iubit-o toată viața. Din păcate, refuzat după șapte ani de încercări, acesta nu s-a mai întors niciodată.

La bătrânețe s-a împăcat cu oamenii: mult timp și l-a petrecut cu infirmierele sale la picnicurile organizate pe proprietatea surorii sale din Chaydon și și-a vizitat familia. În 1901 și-a pierdut definitiv vederea, ceea ce a împiedicat-o să corespundă. Șase ani mai târziu, ca recunoaștere a activității sale, i s-a acordat Ordinul pentru merite deosebite.

Florence Nightingale a murit pe 13 august 1910 și a fost înmormântată în cavoul familiei din East Wellow.

5. „Portretul robot” al antreprenorului: În grupuri mai mici (4-5 persoane) participanții vor trebui să facă un „portret robot” al antreprenorului social, așa cum îl percepe ei, după exemplele date. Vor trebui să deseneze și pe rând să prezinte pe grupe. Liderul va trebui să rezume la sfârșit care sunt asemănările și deosebirile.

6. Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității



7. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	
Alte recomandări/idei:	Bibliografie/Resurse pentru documentare: 1. http://www.youtube.com/watch?v=TPk2gRuldj0 2. http://ro.wikipedia.org/wiki/Florence_Nightingale 3. Bornstein David, How to Change the World: Social Entrepreneurs and the power of new ideas, Oxford University Press, 2007

Numele întâlnirii 3 .Dezvoltarea unei afaceri sociale: de la inspirație la realitate	Durata întâlnirii 2 h	Modul Introducere în antreprenoriatul social
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: V - să înțeleagă importanța dezvoltării afacerilor sociale; A - să explice modelul de dezvoltare a unei afaceri sociale; C - să descrie pașii prin care vor trece în crearea propriei afaceri sociale.	Concepte: • Afacerea socială	Materiale de lucru: 2. Coli flipchart, markere, hartie, creioane; 3. Film – Paul Polak, Videoproiector, speakere; 4. Cartonașe cu pașii dezvoltării propriei afaceri.

Metodele nonformale folosite/Timp acordat:

Joc de spargere a gheții – Ne transformăm (10 minute)

Activitate introductivă – Afacerea socială (15 minute)

Vizionare film – Paul Polak (30 minute)

Lucru pe grupe – Etape în dezvoltarea unei afaceri sociale (30 minute)

Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității (30 minute)

Aspecte administrative (5 minute)



Descrierea fiecărei activități:	Întrebări de procesare / debriefing:
1. Joc de spargere a gheții – Ne transformăm: Rugați echipa (dacă grupul este mare puteți forma două echipe) să vină mai aproape astfel încât să vă poată vedea pe dumneavoastră și pe ceilalți participanți, dar să aibă totuși un spațiu între ei. Cereți echipei/echipelor să formeze litera H. După un minut sau de două de confuzie, membrii echipei vor reuși să se așeze în forma literei respective. Aplaudați împreună cu echipele succesul obținut și prezentați următoarele sarcini: formați un femoar, închideți și deschideți fermoarul; aranjați-vă în forma unui elicopter; deveniți o ghiulea trasă de un tun. Originalitatea și viteza de care dau dovadă echipele în această activitate pot fi de-a dreptul surprinzătoare. 2. Activitate introductivă – Afacerea socială: Liderul face legătura cu lecțiile anterioare, cerând de la participanți să spună ce știu ei acum că este o afacere socială. Liderul punctează definiția/explicația din temele cheie și ca să se asigure că participanții au înțeles conceptul îi roagă să dea câteva exemple, din viața reală sau imaginate de ei. Introduce apoi tema acestei întâlniri, și anume, modul în care ajungem să dezvoltăm o afacere socială. Este delimitat conceptul: O afacere socială este o afacere care are ca scop rezolvarea unei probleme sociale. Scopul social are la fel de multă importanță ca și producerea de profit pentru că prin obținerea profitului poate contribui la rezolvarea unei anumite probleme. Ca orice altă afacere, o afacere socială generează profit prin vânzarea de bunuri și/sau servicii pe o anumită piață, deci aspectul comercial nu este deloc de neglijat. 3. Vizionare film – Paul Polak: Se vizionează filmul în care Paul Polak vorbește despre pașii pe care îi urmează el pentru a rezolva o problemă printr-o afacere socială. Urmează discuții pe marginea filmului. Câte trei, participanții recapitulează pașii prezentați de Polak și cad de acord asupra celor mai importanți trei pași. Vor prezenta în grupul mare rezultatul discuției lor în trei iar liderul are	



grijă să noteze cei 12 pași și să marcheze pe cei care au fost nominalizați de tineri ca fiind importanți. Liderul întreabă apoi de ce au ales tocmai acei pași. 4. Lucru pe grupe – Etape în dezvoltarea unei afaceri sociale: În grupuri mai mici (4-5 persoane) participanții vor primi cartonașe pe care sunt trecute etapele procesului de lucru prin care ei vor trece pentru a avea o afacere socială: - clarificarea motivației, - evaluarea capacității de a lansa o afacere socială, - generarea ideii de afacere socială, - testarea ideii de afacere, - realizarea planului de afaceri, - începerea activității. Ei trebuie să aranjeze cartonașele în ordinea logică a etapelor. Se prezintă rezultatul obținut de fiecare echipă și se punctează ordinea corectă, explicând pe scurt cum se intră în fiecare etapă și cum o să o abordăm în cadrul programului de antreprenariat. 5. Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității. 6. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	
Alte recomandări/idei:	Bibliografie/Resurse pentru documentare: http://www.youtube.com/watch?v=kSEGN-EJJho http://www.paulpolak.com/ http://www.forthsector.org.uk/docs/New_BusPlanGuide.pdf



MODULUL POTENȚIALUL MEU DE ANTREPRENOR

Acest curriculum IMPACT se implementează doar în cadrul Programului IMPACT, de către facilitatorii (liderii IMPACT) recunoscuți de Fundația Noi Orizonturi. Folosirea acestor materiale și în alte contexte se acceptă doar cu aprobarea Fundației Noi Orizonturi și cu menționarea sursei de proveniență a acestora.

ABSTRACT

Acest document este dedicat facilitatorilor IMPACT (liderilor sau animatorilor socio-educativi) și descrie pas cu pas trei întâlniri opționale pe tema „Potențialul meu de antreprenor” pe care facilitatorii (liderii) împreună cu membrii IMPACT le pot implementa, la alegere, în cadrul întâlnirilor IMPACT.

4.



Scopul modului „Potențialul meu de antreprenor” este de a oferi membrilor IMPACT posibilitatea de a-și evalua propriul potențial antreprenorial în termeni de competențe profesionale, de afaceri și personale și de a ajusta atitudinile, valorile și motivațiile lor la cerințele antreprenoriatului social.

Obiectivele generale de învățare ale modului pentru membrii IMPACT sunt:

- ✓ să recunoască modele de antreprenori din mediul de afaceri românesc;
- ✓ să își dezvolte abilitățile de interviuare;
- ✓ să deosebească aspectele de etică, responsabilitate față de mediu și comunitate în practica firmelor românești;
- ✓ să stabilească caracteristicile comune antreprenorilor performanți, ca bază de evaluare a propriului potențial;
- ✓ să își asume valorile și calitățile unui antreprenor de succes.

Structura modului:

Întâlnirea 1 – Spiritul antreprenorial în exemple de lângă noi

Întâlnirea 2 – Trăsături comune antreprenorilor de succes

Întâlnirea 3 – Pot fi eu un antreprenor de succes?

Cum citim acest curriculum: fiecare întâlnire este construită astfel încât să puteți alege din activitățile și metodele propuse, pe cele pe care le considerați cele mai relevante pentru clubul IMPACT, ținând cont de:

- ✓ vârsta participanților (membrilor IMPACT);
- ✓ obiectivele de învățare așteptate;
- ✓ preferințele membrilor;
- ✓ stilul facilitatorilor (liderilor);
- ✓ secvența activităților;
- ✓ spațiul de desfășurare;
- ✓ materialele necesare, etc.

Durata întâlnirii este de maxim 2 ore și 30 de minute (incluzând lucrul la proiectul în folosul comunității). Aveți posibilitatea să fiți flexibili în alegerea activităților din interiorul modului și a întâlnirilor IMPACT. Timpul pentru implementarea unei întâlniri este de asemenea flexibil, dar respectând standardul de calitate IMPACT și ținând cont de mai multe aspecte ca: vârsta participanților, stilul de învățare al participanților, dinamica grupului, stadiul de formare în care se află grupul, perioada de timp din an, etc.



Numele întâlnirii 1. Spiritul antreprenorial în exemple de lângă noi	Durata întâlnirii 2 h	Modul Potențialul meu de antreprenor
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: V - să înțeleagă importanța încrederii în sine; V - să manifeste curaj în relațiile cu antreprenori din comunitate; A - să asculte activ și să exerseze înțelegerea; A - să socializeze și să împărtășească informații cu membrii grupului; C - să descrie conceptul de conflict și consecințele acestuia în cadrul unui grup.	Concepte: • Etică socială • Responsabilitate socială	Materiale de lucru: 2. Coli de flipchart, markere; 3. Coli de scris, creioane.
Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Joc de spargere a gheții – Numai calități (10 minute) Discuție liberă – Responsabilitate socială (30 minute) Lucru în echipe – Alcătuirea ghidului de interviu (30 minute) Simulare interviu (20 minute) Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității (25 minute) Aspecte administrative (5 minute)		
Descrierea fiecărei activități: 1. Joc de spargere a gheții – Numai calități: Grupul se împarte în echipe de trei persoane. În echipă, fiecare va descrie și va fi descris de ceilalți. Timp de un minut doi participanți vor găsi numai caracteristici pozitive despre cel de-al treilea, și anume: 1 și 2 despre 3; 2 și 3 despre 1; 1 și 3 despre 2. Echipele se pot schimba, iar jocul poate continua. 2. Discuție liberă – Responsabilitate socială: Liderul face legătura cu întâlnirea anterioară, spunând că acum vom trece prin pasul 2 al dezvoltării unei afaceri, și anume să	Întrebări de procesare / debriefing:	



ne evaluăm capacitatea de a demara o afacere socială. O să începem prin a cerceta în jurul nostru care sunt antreprenorii care se bucură de o bună reputație ca să vedem ce ingrediente/caracteristici sunt importante pentru a conduce o afacere. Din păcate, în România avem puține exemple de antreprenori sociali, dar vom învăța și din exemplele celor care conduc o afacere obișnuită. Liderul întreabă participanții ce înțeleg ei printr-o afacere responsabilă din punct de vedere social și notează răspunsurile lor pe flipchart. Exemple: se poartă frumos cu angajații, nu înșeală partenerii, plătește taxele către stat, are grijă să nu distrugă mediul, face sponsorizări, etc. Liderul cere apoi tinerilor să dea exemple de astfel de firme, de pe teritoriul României și cu precădere din comunitatea în care trăiesc. 3. Lucru în echipe – Alcătuirea ghidului de interviu: Pentru a putea răspunde mai bine întrebărilor de mai sus, o să mergem să vorbim cu câțiva antreprenori responsabili, dar trebuie să ne pregătim mai întâi. În grupuri mai mici (4-5 persoane) participanții vor pregăti un scurt ghid de interviu. Vor începe cu scopul interviului (de ce mergem să vorbim cu acea persoană) și vor elabora câteva întrebări pe care urmează să le pună antreprenorului. 4. Simulare interviu: Urmează un joc de rol, în care liderul este antreprenor și, pe rând, câte un reprezentant al fiecărei grupe vine să testeze întrebările, simulând interviul. Liderul are grijă să puncteze lucrurile care se fac și care nu se fac la un interviu/discuție cu antreprenorul. 5. Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității. 6. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	2. Ce se înțelege prin afacere responsabilă din punct de vedere social? De ce nu sunt toate firmele așa? E greu să fii responsabil din punct de vedere social? Ce împiedică antreprenorii din România să fie mai responsabili din punct de vedere social? Ce abilități au ei, deosebite față de ceilalți antreprenori?
--	---

Alte recomandări/idei: Activitatea pe teren: Liderul împarte participanții în grupuri (4-5 persoane) și alocă fiecare grup unui antreprenor local, care a fost contactat anterior pentru a-și da acordul. Grupurile de tineri vor merge la antreprenor pentru a-i lua un interviu, conform ghidului de interviu stabilit la activitatea de club. Interviul va dura între 30 și 50 de minute, dar depinde foarte mult de persoana interviuată. Contactele cu antreprenorii vor fi realizate de lider iar tinerii, singuri, vor merge la adresa și ora stabilită. Pentru un club de 15 persoane ar trebui să existe 2-3 antreprenori locali. Din aceste interviuri dorim ca tinerii să afle cât mai multe despre calitățile antreprenorului.	Bibliografie/Resurse pentru documentare: 1. Broșurile de la Gala Oameni pentru Oameni – Asociația pentru Relații Comunitare 2. http://www.responsabilitatesociala.ro/ 3. http://www.csr-romania.ro/
---	---

Numele întâlnirii 2. Trăsături comune antreprenorilor de succes	Durata întâlnirii 2 h	Modul Potențialul meu de antreprenor
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: V- să își asume valorile și calitățile unui antreprenor de succes; A - să construiască un chestionar/o grilă de evaluare; A - să negocieze în interiorul unui grup diferite calități și caracteristici; C - să definească cel puțin cinci caracteristici ale unui antreprenor de succes.	Concepte: • Pasiune • Încredere în forțele proprii • Creativitate • Dorință de muncă • Perseverență • Dorință de învățare	Materiale de lucru: 1. Coli de hârtie A4, instrumente de scris; 2. Coli de hârtie A4, instrumente de scris, cartonașe, buline autocolante; 3. Coli de hârtie A4, instrumente de scris;



Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Joc de spargere a gheții – Poemul antreprenorului (20 minute) Lucru pe grupe – Trăsăturile antreprenorilor(30 minute) Cum se face un chestionar de evaluare (35 minute) Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității (30 minute) Aspecte administrative (5 minute)	
Descrierea fiecărei activități: 1. Joc de spargere a gheții – Poemul antreprenorului: Liderul face legătura cu întâlnirea anterioară, mai ales că tinerii au avut între timp experiența interviului cu un antreprenor de succes. Fiecare grup care a fost la interviu, trebuie să reflecteze asupra discuției avute cu acel om de afaceri și să schițeze un portret al acestuia din care să reiasă calitățile sau caracteristicile care l-au ajutat să aibă succes în demersul său. Pentru aceasta, tinerii vor trebui să își folosească creativitatea și să compună o poezie. Discuție pe marginea calităților identificate. 2. Lucru pe grupe – Trăsături ale antreprenorilor: Din exemplele antreprenorilor din comunitate, dar și a altora despre care am auzit, care sunt trăsăturile comune ale celor care încep o afacere? În grupuri mai mici, de câte 3-4 persoane, participanții vor face o listă a celor mai importante trăsături/calități. Liderul explică modul în care le vor fi enunțate. Exemple: pasionat în ceea ce face, încrezător în sine, vizionar, muncitor, etc. Fiecare caracteristică este scrisă pe un cartonaș. Tinerii le vor citi pe rând iar liderul le lipește pe un perete astfel încât să fie toate vizibile. Din acestea, participanții le vor alege pe primele 10, cu adevărat relevante în munca și pentru succesul unui antreprenor. Pentru a face acest lucru, fiecare dintre participanți va putea acorda puncte (3, 2 și 1) la primele trei considerate ca fiind pe primele trei locuri. Liderul face punctajele pentru fiecare criteriu și le păstrează pe perete pe primele 10 care întrunesc cele mai mari scoruri. 3. Cum se face un chestionar de evaluare: Liderul le arată participanților cum criteriile identificate și alese de ei pot fi utilizate pentru a face un chestionar de evaluare.	Întrebări de procesare / debriefing: 1. De ce aceste calități și nu altele? La ce s-au dovedit utile aceste calități? Sunt aceste calități înnăscute sau dobândite?



Este ca și cum un criteriu se transformă într-o materie pentru care elevii primesc note la școală. Notele pot fi date de la 1 la 10, așa cum se procedează în gimnaziu și la liceu, sau prin calificative, așa cum se primesc în școala primară. Liderul îi lasă pe participanți să aleagă scala de notare și apoi le spune să copieze fiecare criteriu la ei în jurnal, iar în dreptul lui scala corespunzătoare. Exemplu: - Pun pasiune în ceea ce fac 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 - Muncesc foarte mult 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Acest formular de evaluare va fi folosit în lecția următoare pentru a verifica, de data aceasta, potențialul fiecăruia dintre participanți pentru a deveni un antreprenor de succes. 4. Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității 5. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	
Alte recomandări/idei:	Bibliografie/Resurse pentru documentare: 1. http://www.articlealley.com/article_475506_15.html 2. http://www.shahrudin.com/characteristics-of-successful-entrepreneurs



Numele întâlnirii 3. Pot fi eu un antreprenor de succes?	Durata întâlnirii 2 h	Modul Potențialul meu de antreprenor
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: V- să își evalueze propriile abilități pentru a deveni antreprenori; A - să-și stabilească trei obiective pentru dezvoltarea potențialului lor de antreprenori; C - să definească cel puțin cinci caracteristici ale unui antreprenor de succes.	Concepte: • Pasiune • Încredere în forțele proprii • Creativitate • Dorință de muncă • Perseverență • Dorință de învățare	Materiale de lucru: 3. Formular de evaluare, instrumente de scris; 4. Schița omulețului, copii xerox, instrumente de scris.
Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Joc de spargere a gheții – Mă numesc și îmi place (10 minute) Evaluare personală – Trăsături antreprenoriale (30 minute) Evaluare personală – Schița omulețului (30 minute) Discuții libere – Ce ne facem dacă nu avem toate caracteristicile unui antreprenor? (15 minute) Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității (30 minute) Aspecte administrative (5 minute)		
Descrierea fiecărei activități: 1. Joc de spargere a gheții – Mă numesc și îmi place: Li se cere participanților să se așeze într-un cerc. Fiecare trebuie să își spună numele și un lucru pe care îi place să-l facă, după care trebuie să îl imite. Următorul trebuie să spună numele celui dinaintea sa și să imite gestul său, după care face același lucru prezentându-se pe sine. Fiecare trebuie să facă acest lucru, repetând ce s-a spus și făcut înaintea lui. Ultimul dintre participanții la joc va trebui să spună numele tuturor. 2. Evaluare personală – Trăsături antreprenoriale: Participanții vor avea în față formularul de evaluare pe care l-au construit și vor trebui să se autoevalueze pentru fiecare caracteristică. Nu ne dorim să facem o ierarhizare	Întrebări de procesare / debriefing:	



a participanților în funcție de scor, pentru că i-ar pune într-o lumină nefavorabilă pe cei cu scoruri mici și i-ar descuraja. În schimb, putem întreba pe fiecare, dacă rezultatul evaluării i se potrivește și ce spune despre el, ca persoană.

3. Evaluare personală – Schița omulețului: Se continuă autoevaluarea. Liderul împarte participanților foile cu schița omulețului. Fiecare completează pentru sine: în dreptul capului omulețului – care sunt cele mai bune cunoștințe pe care le are acum; în dreptul mâinilor omulețului – care sunt cele mai tari/importante abilități, ce știe să facă; în dreptul inimii – care sunt cele mai importante valori ale sale. (Pe scurt: ce știe, ce poate, ce contează cel mai mult pentru el). Fiecare prezintă, liderul are grijă să felicite și să sublinieze aspectele relevante pentru un antreprenor.

4. Discuții libere – Ce ne facem dacă nu avem toate caracteristicile unui antreprenor? Întreabă participanții ce cred că le lipsește în mod esențial, sau la ce caracteristică înregistrează o notă mai mică și ce cred că ar trebui să facă. Sublinează faptul că aproape orice abilitate se poate construi și că, mai ales la vârsta lor, își pot propune să învețe și să devină mai buni. Important este ca ei să vrea cu adevărat. Pasiunea, munca și perseverența se dovedesc din nou trăsături importante pentru succes.

Existența anumitor caracteristici personale este importantă și utilă pentru succesul unui antreprenor, dar cea mai mare parte dintre acestea se pot descoperi și dezvolta așa că oricine poate deveni un bun antreprenor, dacă se orientează spre ceea ce îi place și depune eforturi pentru a învăța mai mult.

Concluzionează că în club se adună toate calitățile necesare unui antreprenor și, chiar dacă un individ nu le are pe toate, o echipă le poate avea și de aceea vom lucra în parteneriat pentru o afacere.

5. Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității

6. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.

3. A fost dificil să vă autoevaluați? Vă rog să prezentați ce cunoștințe, abilități sau atitudini credeți că aveți dezvoltate?



Alte recomandări/idei: Liderul îi încurajează să scrie pe o foaie de hârtie care sunt abilitățile pe care doresc să și le dezvolte pentru a deveni un antreprenor bun. Pe parcursul programului li se vor da sarcini care să urmărească în mod special dezvoltarea lor. Tinerii sunt încurajați să găsească un prieten - adult sau tânăr – cu care să poată sta de vorbă despre abilitățile lor ca antreprenori, să poată cere de la acest prieten un feedback privind calitățile lor, refăcând astfel exercițiul cu omulețul, dar de data aceasta cu o părere din afară.	Bibliografie/Resurse pentru documentare: 1. Marilyn Kourilsky, Making a job – Instructor manual, , Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, 1999
--	--





MODULUL NEVOILE ȘI DORINȚELE COMUNITĂȚII

Acest curriculum IMPACT se implementează doar în cadrul Programului IMPACT, de către facilitatorii (liderii IMPACT) recunoscuți de Fundația Noi Orizonturi. Folosirea acestor materiale și în alte contexte se acceptă doar cu aprobarea Fundației Noi Orizonturi și cu menționarea sursei de proveniență a acestora.

ABSTRACT

Acest document este dedicat facilitatorilor IMPACT (liderilor sau animatorilor socio-educativi) și descrie pas cu pas patru întâlniri opționale pe tematica „Nevoile și dorințele comunității” pe care facilitatorii (liderii), împreună cu membrii IMPACT, le pot implementa la alegere în cadrul întâlnirilor IMPACT.

5.



Scopul modulului „Nevoile și dorințele comunității” este de a dezvolta în rândul membrilor IMPACT dorința de a cerceta și a cunoaște nevoile comunității, de a identifica potențialul și resursele existente și de a lua decizii privind problemele asupra cărora se vor apleca, spre rezolvare. Tinerii vor învăța despre schimbare și își vor dezvolta abilități și atitudini pentru interacțiunea interpersonală: empatie, comunicare, respect.

Obiectivele generale de învățare ale modulului „Nevoile și dorințele comunității” pentru membrii IMPACT sunt:

- ✓ să identifice grupuri dezavantajate și nevoile cu care acestea se confruntă la nivel de comunitate;
- ✓ să identifice resurse locale care ar putea fi folosite ca oportunități într-o activitate antreprenorială;
- ✓ să descrie schimbarea socială și rolul antreprenorilor în producerea schimbării sociale;
- ✓ să stabilească și utilizeze corect criteriile de alegere a problemelor sociale pe care vor să le rezolve.

Structura modulului „Nevoile și dorințele comunității”:

Întâlnirea 1 – Grupuri de persoane și nevoile lor

Întâlnirea 2 – Resursele comunității

Întâlnirea 3 – Schimbarea socială

Întâlnirea 4 – Priorități în alegerea unei probleme din comunitate

Cum citim acest curriculum: fiecare întâlnire este construită astfel încât să puteți alege din activitățile și metodele propuse pe cele pe care le considerați cele mai relevante pentru clubul IMPACT ținând cont de:

- ✓ vârsta participanților (membrilor IMPACT);
- ✓ obiectivele de învățare așteptate;
- ✓ preferințele membrilor;
- ✓ stilul facilitatorilor (liderilor);
- ✓ secvența activităților;
- ✓ spațiul de desfășurare;
- ✓ materialele necesare, etc.

Durata întâlnirii este de maxim 2 ore și 30 de minute (incluzând lucrul la proiectul în folosul comunității). Aveți posibilitatea să fiți flexibili în alegerea activităților din interiorul modulului și al întâlnirilor IMPACT. Timpul pentru implementarea unei întâlniri este de asemenea flexibil, dar respectând standardul de calitate IMPACT și ținând cont de mai multe aspecte ca: vârsta participanților, stilul de învățare al participanților, dinamica grupului, stadiul de formare în care se află grupul, perioada de timp din an, etc.



Numele întâlnirii 1. Grupuri de persoane și problemele lor?	Durata întâlnirii 2 h	Modul Nevoile și dorințele comunității
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: V - să conștientizeze problemele diverse ale diferitelor grupuri dezavantajate din comunitate; A - să conceapă și să aplice chestionare într-un mic proiect de cercetare; C - să definească un grup dezavantajat.	Concepte: • Nevoi • Persoane cu nevoi • Grupuri dezavantajate	Materiale de lucru: 2. Videoproiector, film; 3. Foi flipchart, markere; 4. Foi A4, markere.
Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Joc de energizare - Capul sus, capul jos (5 minute) Exercițiu de grup - definirea conceptelor: nevoie, persoană în nevoie, grup dezavantajat (30 minute) Lucru individual/lucru pe grupe - grupuri dezavantajate din comunitate (35 minute) Lucru individual - exercițiu de percepție (20 minute) Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității (25 minute) Aspecte administrative (5 minute)		
Descrierea fiecărei activități: 1. Joc de energizare – Capul sus, capul jos: Cereți grupului să formeze un cerc, astfel încât participanții să se poată vedea între ei. Explicați-le că liderul va striga în mod repetat două seturi de instrucțiuni: „capul sus” și „capul jos”. Când se strigă „Capul jos!”, fiecare trebuie să se uite în jos. Când se strigă „Capul sus!” fiecare își ridică privirea și se uită în ochii cuiva din cerc. Sunt două consecințe posibile: a) dacă o persoană se uită la cineva care la rândul lui/ei are privirea îndreptată către altcineva, nu se întâmplă nimic (persoana rămâne în joc); b) dacă o persoană se uită la cineva iar privirile lor se întâlnesc, ambii jucători vor avea un strigăt scurt și vor	Întrebări de procesare / debriefing:	



ieși din joc și vor deveni observatori. O dată ce persoanele care și-au întâlnit privirea au ieșit din cerc, jocul continuă după aceleași reguli până când rămân doar două persoane care vor fi declarate câștigătoare. 2. Exercițiu de grup - definirea conceptelor: nevoie, persoană în nevoie, grup: Liderul le aduce aminte participanților filmul în care Muhammad Yunus vorbește despre experiența sa cu femeia din India. Întreabă când Yunus a decis că este o problemă de rezolvat. Dacă este nevoie, se poate revedea secvența. (răspuns: când a văzut că alte 25 de persoane erau în aceeași situație, de trai la limita sărăciei și dependență față de furnizorul de materii prime). Pe baza exemplului lui Yunus, liderul ia pe rând conceptele și le definește împreună cu participanții: ce este o nevoie, ce este o persoană în nevoie, ce este un grup dezavantajat. Pentru fiecare, cere exemple din comunitate. Poate folosi chiar imagini sugestive pe un PPT. 3. Lucru individual/lucru pe grupe – grupuri dezavantajate din comunitate: În mod individual, tinerii vor trebui să listeze pe o coală de hârtie care sunt grupurile dezavantajate din comunitatea în care trăiesc. După câteva minute, se vor forma perechi care vor lucra împreună pentru listarea acestor grupuri dezavantajate. Apoi, se formează grupuri de câte patru persoane. Fiecare grup va trebui să prezinte în fața tuturor participanților listele pe care le-au alcătuit. 4. Lucru individual – exercițiu de percepție: Un mic exercițiu legat de percepție (fiecare desenează ceea ce vede pe fereastră sau dă un procentaj pentru ce înseamnă foarte mult sau se citește o poveste). Liderul punctează faptul că ceea ce credem noi că ar fi o nevoie nu este neapărat aceeași cu ceea ce simte pe propria piele omul în cauză. Ar trebui să urmărim exemplul lui Paul Polak și să mergem pe teren să vorbim cu oamenii. Fiecare grup de tineri va alege un grup de persoane asupra căruia va face o mică cercetare. La fel ca în cazul interviului cu antreprenorii, tinerii vor face un mic chestionar cu care vor merge în	2. Ce este o nevoie? Ce este o persoană în nevoie? Ce este un grup dezavantajat? 3. Cât de greu a fost să lucrezi singur? Cum s-au schimbat lucrurile când a trebuit să alegeți în grupuri de câte doi sau patru? Care au fost cele mai mari provocări? Au apărut păreri diferite?
--	--

comunitate. De data aceasta, întrebările alese au și răspunsuri predefinite. În grupuri mici, pregătesc un mic plan de acțiune pentru cercetarea lor: când vor merge, cum își împart sarcinile, etc. 5. Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității 6. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completearea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	
Alte recomandări/idei: Activitatea în comunitate: Tinerii vor merge în comunitate și vor aplica chestionarele pe baza cărora vor alcătui un mic raport de cercetare (informațiile pot fi prelucrate și în Microsoft Excel).	Bibliografie/Resurse pentru documentare: 1. http://www.youtube.com/watch?v=TPk2gRuldj0

Numele întâlnirii	Durata întâlnirii	Modul Nevoile și dorințele comunității
2. Resursele comunității	2 h	
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: V - să conștientizeze că pentru orice problemă există și o oportunitate; C - să identifice cel puțin trei resurse din comunitate pe care ar putea să le folosească în scopuri antreprenoriale.	Concepte: • Resurse • Oportunități	Materiale de lucru: 2. Hârtie, instrumente de scris; 3. Aparată de fotografiat; 4. Coli de flipchart, markere, culori, foarfece, imprimantă.
Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Exercițiu de spargere a gheții - Îmi plac oamenii care... (10 minute) Exercițiu pe grupe - Când o resursă devine oportunitate? (25 minute) Vizită în comunitate (45 minute) Prezentarea rezultatelor - Harta comunității (15 minute) Aspecte administrative (5 minute)		



1. Exercițiu de spargere a gheții – Îmi plac oamenii care...: Toată lumea formează un cerc și va sta la locul său. Un jucător este în mijloc, pierzându-și locul din cerc. El va spune: „Îmi plac oamenii care...” (sugestii: iubesc drumeția, să mănânce cereale la micul dejun, iubesc animalele). Oricine intră într-una dintre categoriile amintite va trebuie să schimbe locul cu o altă persoană din cerc căreia i se aplică și ei categoriile. Persoana din mijloc va încerca să obțină un loc în cerc, iar persoana care va rămâne în mijloc va fi cea care va face noua declarație. Nu se poate lua niciodată locul de alături! 2. Exercițiu pe grupe – Când o resursă devine oportunitate? Liderul introduce tema întâlnirii și întreabă participanții de ce cred că este important să vorbim și să ne uităm după resurse din comunitate, chiar dacă, aparent, comunitatea noastră este săracă. Liderul definește resursa și cere exemple de la tineri. Discuție: când o resursă devine oportunitate? În două grupuri, tinerii primesc câte o coală de flipchart, culori, autocolante de diferite forme și culori. Ei vor trebui să facă o „hartă” a resurselor din comunitate, așa cum ar fi o hartă turistică dar de data aceasta cu bunuri materiale și nemateriale care pot fi considerate resurse. 3. Vizită în comunitate: Pentru următoarele 45 de minute, tinerii vor avea un exercițiu practic, în comunitate: se vor plimba prin oraș și împrejurimi și vor fotografia acele lucruri sau oameni resursă. Fotografiele făcute vor fi printate și vor fi introduse pe harta resurselor comunității. 4. Prezentarea rezultatelor – Harta comunității: Tinerii vor prezenta hărțile resurselor pentru comunitatea lor. 5. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	
Alte recomandări/idei: Tinerii vor primi CD-uri cu filmul „Pay It Forward”, pe care vor trebui să-l vizioneze până la următoarea întâlnire.	Bibliografie/Resurse pentru documentare:

Numele întâlnirii	Durata întâlnirii	Modul Nevoile și dorințele comunității
3. Schimbarea socială	2 h	
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: V - să înțeleagă rolul antreprenorului în a produce o schimbare socială; C - să definească conceptul de schimbare socială.	Concepte: • Schimbare socială • Caritate • Dezvoltare	Materiale de lucru: 3. Film subtitrat „Pay It Forward”
Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Joc de spargere a gheții - A cere și a primi (15 minute) Discuție pe teme: cerșetor, sărăcie, demnitate (30 minute) Discuție pe tema filmului „Pay It Forward” (40 minute) Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității (30 minute) Aspecte administrative (5 minute)		
Descrierea fiecărei activități: 1. Joc de spargere a gheții - A cere și a primi: Participanții sunt rugați să formeze un cerc întinzând mâinile, o palmă va fi deschisă în fața persoanei de lângă el, iar cealaltă mână o vor ține strânsă, ca și cum ar ține ceva între degete. Jocul începe, iar fiecare participant cu o mână va da - pur și simplu atinge palma colegului - iar în cealaltă va primi. Discuții pe tema diferenței de sentimente atunci când primești pentru că ceri și atunci când primești pentru că ți se dă. 2. Liderul invită participanții să discute pe teme: cerșetor, sărăcie, demnitate. 3. Discuție pe tema filmului „Pay It Forward”: Liderul introduce tema schimbării sociale și prezintă conceptul (schimbarea socială urmărește soluționarea unor probleme ale comunității prin schimbarea comportamentelor umane la o scară largă.		Întrebări de procesare / debriefing: 2. În urma cercetării în comunitate au fost identificate principalele probleme, dar cum pot fi ele rezolvate? Cum poți să ajuți pe cineva cu adevărat?



Acțiunile care urmăresc producerea unei schimbări sociale presupun implicarea persoanelor afectate în rezolvarea problemelor lor astfel încât acestea să își poată schimba permanent starea în care se află). Pentru a vedea ce înseamnă diferența între a face un lucru punctual și a schimba comportamente pe scară largă liderul va discuta pe marginea filmului „Pay It Forward” pe care elevii l-au vizionat acasă. 4. Lucrul la proiectul de serviciu în folosul comunității 5. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	3. Ce s-a întâmplat în film? Care a fost subiectul filmului? Ce au încercat creatorii filmului să ne comunice? Ce v-a plăcut cel mai mult în acest film? De ce? Ce v-a plăcut cel mai puțin în acest film? De ce? Care a fost personajul principal al filmului? Ce rol a avut în acest film? Ce a realizat micul Trevor? Cum a reușit el să treacă peste situațiile dificile? Care este cheia producerii unei schimbări ca cea pe care a reușit el să o obțină? A meritat efortul lui? Ce putem noi învăța din acest film? Ce aplicație poate avea acest film în viața noastră?
Alte recomandări/idei:	Bibliografie/Resurse pentru documentare: 1. Film „Pay It Forward” 2. http://www.fundforsouth.org/social_change.htm

Numele întâlnirii 4. Priorități în alegerea unei probleme din comunitate	Durata întâlnirii 2 h	Modul Nevoile și dorințele comunității
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: A - să utilizeze tehnici de decizie participativă; A - să argumenteze criteriile de alegere a unei probleme.	Concepte: • Priorități • Luarea deciziei de grup	Materiale de lucru: 2. Coli de scris pentru flipchart, creioane colorate, markere, grila cu criterii pentru alegerea problemei.
Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Joc de spargere a gheții - Eu am o casă mică (10 minute) Prioritizarea problemelor indentificate în comunitate (50 minute) Discuții despre decizia în grup (30 minute) Lucrul la proiectul de serviciu în folosul comunității (20 minute) Aspecte administrative (10 minute)		
Descrierea fiecărei activități: 1. Joc de spargere a gheții - Eu am o casă mică: Facilitatorul va ruga participanții să se așeze în cerc și să fie atenți la ce va face. Facilitatorul va spune un text asociat cu o mișcare pe care participanții vor trebui să îl repete. Textul este următorul: <i>Am o casă mică așa și așa.....</i> participanții repetă și mimează <i>Și fumul se ridică așa și așa.....</i> participanții repetă și mimează <i>Îmi lustruiesc pantofii așa și așa.....</i> participanții repetă și mimează <i>Și bat la ușa casei așa și așa.</i> participanții repetă și mimează La „Așa și așa” liderul va face o mișcare specifică pe care participanții vor trebui să o repete. Cântecelul se va face de mai multe ori pe diferite stări și sentimente, mai rapid sau mai lent astfel încât participanții să se energizeze și să se amuze.	Întrebări de procesare / debriefing:	



2. Prioritizarea problemelor identificate în comunitate:

Liderul invită participanții să listeze problemele identificate în cercetarea de pe teren. Întreabă pe care cred că ar trebui să o aleagă din toate cele listate. Alegerea este dificilă pentru că oricum suferă cineva. Ne-ar trebui anumite criterii pentru a putea face decizia mai ușoară. Liderul propune următoarele criterii:

- a. Problema afectează un număr mare de persoane,
- b. Problema este urgentă; dacă nu se face ceva pentru a o rezolva, situația se va agrava foarte mult,
- c. Grupul afectat este dispus să se implice pentru rezolvarea problemei, chiar a mai încercat să facă ceva în trecut,
- d. Rezolvarea problemei este posibilă cu resursele care se pot strânge din comunitate,
- e. Rezolvarea problemei stă în puterea unui grup de tineri/copii.

Liderul scrie cele cinci criterii pe flipchart și face o matrice, după modelul de mai jos, explicând ce înseamnă scala.

Problema 1	5 = Da, în foarte mare măsură	4 = Da, în mare măsură	3 = Posibil într-o oarecare măsură	2 = Într-o mică măsură	1 = Aproape deloc
Criteriu 1					
Criteriu 2					
Criteriu 3					
Criteriu 4					
Criteriu 5					

Liderul le oferă tinerilor foaia cu criterii și le spune că fiecare va avea un cuvânt de spus în alegerea problemei și că decizia este a grupului. Fiecare participant notează pe foaia sa măsura în care fiecare criteriu este îndeplinit mai mult sau mai puțin. Toate răspunsurile se vor trece apoi pe flipchart astfel încât se vor vedea toate notările. Se va face o medie a lor pentru a fi comparabile notele de la fiecare problemă și ca urmare și alegerea în funcție de problema care are cea mai mare notă. Se stabilește că acel grup și respectiv acea problemă vor fi cele pentru care vor dezvolta afacerea socială mai departe.



A fost important să începem cu acest lucru, pentru că într-o afacere socială motivația de a rezolva o problemă socială este mai importantă decât profitul. Acum știm pentru cine lucrăm. 3. Discuții despre decizia în grup: Exemplul de mai sus asigură participarea tuturor membrilor grupului la luarea deciziei. Liderul cere participanților să ofere și alte modele de luat decizii de grup. Atunci când vor fi parteneri, este important să se înțeleagă cum iau deciziile. 4. Lucrul la proiectul de serviciu în folosul comunității 5. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	
Alte recomandări/idei: Este important ca participanții să rețină faptul că alegerea trebuie să fie rațională, pe baza unor criterii susținute de argumente, nu neapărat de impresia pe care au avut-o asupra unei situații sau a alteia. Subliniați importanța criteriilor în procesul de alegere. Alte activități care pot fi făcute: Participanții sunt împărțiți în 2 grupuri. Discuție liberă pe următoarea situație dată: deții o anumită sumă de bani pe care vrei să o investești în comunitate. Cu această sumă de bani poți face următoarele lucruri: poți să-i donezi unui azil de bătrâni rămas fără medicația; poți să-i donezi unei familii cu 8 membri, fără resurse financiare; unui copil afectat de un accident și care are nevoie urgent de o operație ale cărei costuri familia nu și le poate permite; unui judecător în vârstă de 70 ani, apreciat pentru dreptatea sa. Pe cine ai ajuta? Dar dacă ai putea să-i ajuți pe toți, pe rând, în ce ordine i-ai ajuta. De ce?	Bibliografie/ Resurse pentru documentare:



MODULUL IDEEA MEA DE AFACERE

Acest curriculum IMPACT se implementează doar în cadrul Programului IMPACT, de către facilitatorii (liderii IMPACT) recunoscuți de Fundația Noi Orizonturi. Folosirea acestor materiale și în alte contexte se acceptă doar cu aprobarea Fundației Noi Orizonturi și cu menționarea sursei de proveniență a acestora.

ABSTRACT

Acest document este dedicat facilitatorilor IMPACT (liderilor sau animatorilor socio-educativi) și descrie pas cu pas trei întâlniri opționale pe tematica „Ideea mea de afacere”, pe care facilitatorii (liderii), împreună cu membrii IMPACT le pot implementa, la alegere, în cadrul întâlnirilor IMPACT.

6.



Scopul modulului „Ideea mea de afacere” este ca prin intermediul metodelor de gândire creativă și a instrumentelor de analiză să formuleze o idee viabilă de afaceri, care să aducă schimbări pozitive în comunitate. În cadrul acestui modul, tinerii vor avea posibilitatea de a-și dezvolta gândirea creativă și analitică ajutându-i să-și analizeze riscurile și oportunitățile în calitate de antreprenori.

Obiectivele generale de învățare ale modulului „Ideea mea de afacere” pentru membrii IMPACT sunt:

- ✓ să înțeleagă/aprecieze importanța creativității în producerea unei schimbări pozitive la nivel de comunitate;
- ✓ să genereze potențiale idei de afaceri sociale;
- ✓ să selecteze și să justifice oportunități care au potențial pentru afaceri sociale;
- ✓ să diferențieze între ideea de afacere și oportunitatea de piață.

Structura modulului:

Întâlnirea 1 – Inovație și creativitate

Întâlnirea 2 – Generarea unei idei viabile care să ajute la rezolvarea problemei alese

Întâlnirea 3 – Testarea ideii de afaceri

Cum citim acest curriculum: fiecare întâlnire este construită astfel încât să puteți alege din activitățile și metodele propuse pe cele pe care le considerați cele mai relevante pentru clubul IMPACT ținând cont de:

- ✓ vârsta participanților (membrilor IMPACT);
- ✓ obiectivele de învățare așteptate;
- ✓ preferințele membrilor;
- ✓ stilul facilitatorilor (liderilor);
- ✓ secvența activităților;
- ✓ spațiul de desfășurare;
- ✓ materialele necesare, etc.

Durata întâlnirii este de maxim 2 ore și 30 de minute (incluzând lucrul la proiectul de serviciu în folosul comunității). Aveți posibilitatea să fiți flexibili în alegerea activităților din interiorul modulului și a întâlnirilor IMPACT. Timpul pentru implementarea unei întâlniri este de asemenea flexibil, dar respectând standardul de calitate IMPACT și ținând cont de mai multe aspecte ca: vârsta participanților, stilul de învățare al participanților, dinamica grupului, stadiul de formare în care se află grupul, perioada de timp din an, etc.



Numele întâlnirii 1. Inovație și creativitate	Durata întâlnirii 2 h	Modul Ideea mea de afacere
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: V - să exerseze deschiderea pentru idei noi; A - să înțeleagă/aprecieze importanța creativității în producerea unei schimbări pozitive la nivel de comunitate; A - să dezvolte idei originale și soluții creative pentru diferite situații; C - să enumere caracteristici ale creativității.	Concepte: • Creativitate • Inovație	Materiale de lucru: 1. Coli de scris pentru flipchart, creioane colorate, markere; 2. Videoproiector, speaker, film „What Creativity Can Do” - http://www.youtube.com/watch?v=QdIBJ-q-4JE; 3. Povestire printată pentru participanți; 4. Coli A4 cu exercițiile de creativitate, instrumente de scris.
Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Exerciții de gândire creativă ca energizant (15 minute) Vizionarea unui filmuleț care să-i introducă pe participanți în tema dată (15 minute) Povestire - Un parteneriat, o inovație și o mulțime de oameni fericiți (30 minute) Exercițiu care presupune creativitate (20 minute) Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității (20 minute) Aspecte administrative (10 minute)		
Descrierea fiecărei activități: 1. Exerciții de gândire creativă ca energizant: Cum folosim următoarele obiecte: un borcan gol, o cărămidă, o pălărie veche, un creion, un bec ars, un computer învechit, o pereche de teniși? Se poate face acest exercițiu ca un concurs între echipe. Echipa care vine cu cele mai multe idei, primește un premiu.	Întrebări de procesare / debriefing: 1. Cât de greu a fost să găsiți mai multe întrebări? De ce abilitate ați avut nevoie în cadrul acestui exercițiu?	



Se împart participanții în 3-4 echipe. Se spune câte un obiect pe rând și fiecare echipă trebuie să găsească cât mai multe moduri de întrebuințare a obiectului respectiv, altul decât scopul pentru care a fost făcut obiectul respectiv.

2. Vizionarea unui filmuleț care să-i introducă pe participanți în tema dată: Liderul introduce conceptul de creativitate prin filmulețul „What Creativity Can Do” și prezintă pe scurt conceptul. Discută cu participanții despre rolul creativității și al inovației în alegerea ideii de afacere și în antreprenoriat, în general. Din listele create la exercițiul anterior, membrii IMPACT ar trebui să aleagă acele idei care se dovedesc inovative.

Creativitatea este abilitatea de a veni cu noi și diferite puncte de vedere asupra unui subiect. Presupune spargerea și restructurarea unor tipare și cunoștințe pentru a putea obține noi perspective asupra aceluiași subiect.

Inovația este capacitatea de a veni cu idei noi care se pot pune în practică. Vezi filmul la linkul propus în bibliografie.

3. Povestire. Un parteneriat, o inovație și o mulțime de oameni fericiți: Care este cel mai potrivit tratament pe care vi-l puteți imagina într-o zi fierbinte de vară? Înghețata! Cu siguranță, o înghețată își va împlini scopul. Tocmai aceasta își doreau oamenii într-o zi fierbinte din vara anului 1904. Locuitorii orașelului St. Luis Word's Fair după ce și-au petrecut multe ore în căldura fierbinte de afară își doreau ceva care să-i răcorească. Din acest motiv, stăteau la o coadă ce părea lungă de kilometri, în fața chioșcului lui Arnold, pentru a gusta din înghețata sa răcoroasă.

Problema era că înghețata era atât de apreciată încât foarte curând Arnold a rămas fără bolurile de hârtie în care o servea. Tânărul care lucra aici, pentru a câștiga suplimentar niște bani, pentru a ține potențialii clienți, se străduia să spele și să refolosească cele câteva boluri din ceramică pe care le mai avea. Dar nu conta cât de mult lucra, foarte mulți oameni obosiseră de atâta așteptare și s-au depărtat, în căutarea unei alte soluții. Aceasta era situația când a apărut un partener imprevizibil, salvând situația. Numele său era Ernest Hamwi, un patiser care a copilărit în Damasc, Siria.

În ce alte contexte puteți să folosiți aceste abilități?



Alături de chioșcul lui Arnold, el vindea un fel de wafe persane, subțiri, numite zalabia. El încerca să le vândă dar... nimeni nu dorea să le cumpere.

În momentul în care a văzut care e situația vecinului său, a fost izbit de o idee extraordinară. Luând o zalabia caldă, a răsucit-o sub forma unui cornet și a dat-o puțin prin zahăr. Apoi a alergat la chioșcul lui Arnold și i-a oferit-o. Încă luptând să spele bolurile pentru noii clienți, Arnold nu a înțeles ce avea în minte omul acesta mai în vârstă. Dar, în momentul în care Ernest a pus o cupă de înghețată în cornetul abia confecționat, oferindu-l cumpărătorului care stătea la rând, Arnold a înțeles dintr-o dată mesajul. Un zâmbet uriaș s-a întipărit pe fața lui și, fără să mai piardă timpul, cei doi au început să lucreze unul lângă altul – Ernest făcând „boluri comestibile”, Arnold umplându-le cu înghețată. În acele timpuri, firma lor se numea „Lumea cornetelor” și era ținta iarmarocului. Astăzi, noi le numim cornete de înghețată – și încă mai reprezintă un succes.

Deci, data viitoare când vă veți uita după ceva să vă racoriți, într-o zi fierbinte de vară, gândiți-vă la Ernest și Arnold, și celebrați parteneriatul lor invitând un prieten la o înghețată la cornet.

4. Participanților li se dă un exercițiu care presupune creativitate: Liderul împarte participanții în trei grupe de lucru. Tinerii primesc hârtie și creioane.

Prima grupă trebuie să răspundă la următoarele întrebări: De ce zăpada e albă? De ce zâmbesc oamenii? De ce sunt copiii mici? De ce pomii au frunze? De ce cântă oamenii? De ce sunt bătrâni buncii? De ce copiii se joacă? De ce este noapte? De ce apune soarele? De ce se plimbă norii?

A doua grupă trebuie să găsească însușiri pentru următoarele cuvinte: zăpadă, sănii, copii, case, fulgi, copaci.

A treia grupă trebuie să caute comparații și asemănări: alb ca..., negru ca..., auriu ca..., înalt ca..., blând ca..., frumos ca...

5. Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității



6. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	
Alte recomandări/idei: O altă activitate care poate fi făcută este împărțirea pe grupe a participanților pentru a încerca să compună ca într-un puzzle definiția creativității și a inovației. Fiecare cuvânt va reprezenta o piesă. Exemple de definiții: <i>Creativitatea este abilitatea de a veni cu noi puncte de vedere asupra unui subiect.</i> <i>Creativitatea înseamnă spargerea unor tipare și cunoștințe pentru a obține noi perspective asupra aceluiași subiect.</i> <i>Inovația este capacitatea de a veni cu idei noi care se pot pune în practică.</i> Se pot folosi diferite activități care să stimuleze creativitatea participanților: de exemplu să aleagă numele pentru afacerea lor socială, să facă un tablou sau o sculptură din obiecte reciclate pentru care să găsească un cumpărător, etc.	Bibliografie/Resurse pentru documentare: 1. http://www.youtube.com/watch?v=QdIBJ-q-4JE 2. John C Maxwell, Tim Elmore, The Power of Partnership in the Church, published by J. Countryman, a division of Thomas Nelson, Inc, Nashville, Tennessee, 1999

Numele întâlnirii 2. Generarea unei idei viabile care să ajute la rezolvarea problemei alese	Durata întâlnirii 2 h	Modul Ideea mea de afacere
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: A - să identifice oportunități de afaceri pe plan local; C - să definească noțiunea de oportunitate de piață.	Concepte: • Oportunitate de piață	Materiale de lucru: 2. Coli de scris pentru flipchart, creioane colorate, markere; 3. Cartonașe.
Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Joc de spargerea a gheții (10 minute) Activitate pentru stimularea creativității (15 minute) Identificarea unor oportunități de afaceri pe plan local (20 minute) Discuții pe tema activității (10 minute) Activitate în comunitate (1 oră)		
Descrierea fiecărei activități: 1. Joc de spargerea a gheții: Toată lumea se va așeza în cerc. Facilitatorul va veni în mijloc și va spune că este un copac. Cineva din cerc va veni și se va așeza lângă „copac” încercând să fie un obiect sau o stare care relaționează cu copacul. Va trebui să zică ce este și să mimeze obiectul sau starea respectivă. O a treia persoană din cerc va veni și va relaționa cu obiectul mimat de persoana a doua. În momentul în care sunt trei persoane în mijloc primele două vor pleca și va rămâne a treia cu obiectul sau starea pe care o reprezenta. Jocul ce continua câteva minute până toată echipa se energizează. 2. Activitate pentru stimularea creativității: Cereți participanților să se gândească la lucruri sau servicii noi sau versiuni îmbunătățite ale celor existente. Încurajați-i să fie cât mai creativi, chiar dacă vin cu lucruri neobișnuite. Fiecare primește 3-5 cartonașe pe care vor scrie ideile lor. Dacă este nevoie, pentru inspirație, liderul le poate oferi		Întrebări de procesare / debriefing:



câteva exemple: un serviciu nou – livrarea la domiciliu a produselor alimentare, o versiune îmbunătățită a unui produs – ghiozdan cu roțile. După ce fiecare persoană citește ideile de pe cartonașe, liderul întreabă care dintre acestea se poate transforma într-o afacere. Răspunsul este în funcție de cererea pieței. Chiar dacă unele idei sunt foarte interesante sau chiar utile unor persoane, dacă nu sunt destul de multe persoane dispuse să plătească pentru produsul sau serviciul oferit, atunci acea idee nu este o oportunitate de piață.

Oportunitate de piață - Ideile bune de afacere vin rareori din inspirația antreprenorului, adesea vin din orientarea către oportunități. Oportunitatea de piață este un bun sau un serviciu pe care oamenii îl doresc și pentru care sunt dispuși să plătească și care nu a fost observat și creat de alți antreprenori.

3. Identificarea unor oportunități de afaceri pe plan local:

În următoarea etapă de lucru, participanții vor identifica oportunități de afaceri pe plan local. Vor face acest lucru, mergând prin oraș sau cercetând pe internet, dar înainte să meargă pe teren, vor mai analiza o dată problema grupului țintă și a modului în care această problemă ar putea fi rezolvată. Se reamintește membrilor IMPACT care erau cele trei tipuri principale de afaceri sociale: care oferă locuri de muncă persoanelor defavorizate, care donează profitul unui proiect în favoarea persoanelor defavorizate, care vinde servicii/produse la un preț accesibil persoanelor defavorizate. Discuții: care este cea mai potrivită abordare în cazul grupului ales și problemei lui? De ce? Această discuție este importantă pentru a putea orienta apoi membrii clubului către căutarea oportunităților de piață.

4. Discuții pe tema activității: Unde căutăm oportunități de piață? Liderul invită participanții să răspundă la această întrebare. Se notează răspunsurile lor pe flipchart: la piață, în cartier, în reviste de specialitate, pe internet, etc.



Liderul clasifică trei surse mari de „inspirație”: piața locală, ziare de specialitate, strategii de dezvoltare locală. Va urma o activitate practică, în care participanții, împărțiți în trei grupe, urmează să studieze cele trei surse pentru a identifica în fiecare cel puțin 5 oportunități de piață. Le reamintește participanților ce este oportunitatea de piață. 5. Activitate în comunitate: Tinerii merg în grupe în comunitate și încearcă să identifice oportunități de piață. Pot merge să vorbească cu vânzătoarele de la magazinele locale, cu oamenii de pe stradă, cu proprietari de afaceri dar și cu reprezentanți ai administrației locale sau județene pentru a afla direcțiile de dezvoltare a localității și regiunii în care se află. De pe internet pot studia ziare precum: Idei de afaceri, Ziarul Financiar, Financiarul, etc. sau site-uri de afaceri și antreprenariat: www.wall-street.ro, www.dailybusiness.ro, www.antreprenor.money.ro etc. 6. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	
Alte recomandări/idei:	Bibliografie/Resurse pentru documentare: 1. http://www.ideideafaceri.ro/ 2. http://www.pravaliata.ro/idei-afaceri.htm 3. http://ponturifierbinti.com/ 4. http://www.fbb.ro/home/idei-afaceri.htm 5. Marilyn Kourilsky, Making a job – Instructor manual, , Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, 1999 – capitolele 4,5,6



Numele întâlnirii	Durata întâlnirii	Modul Ideea mea de afacere
3. Testarea ideii de afaceri	2 h	
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: A - să selecteze și să justifice oportunități care au potențial pentru afacerea lor socială; A - să facă diferența dintre ideea de afacere și oportunitate de piață.	Concepte: • Evaluarea oportunității de afaceri	Materiale de lucru: 2. Materiale pentru joc: 3 cutii de carton sau de plastic sau coșuri pentru hârtie; 30-50 de obiecte identice care se pot arunca (mingi de ping-pong, mingi de cauciuc, de burete); banda adezivă sau cretă cu care se poate trasa un spațiu de joc.
Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Discuții cu participanții despre experiența în comunitate (10 minute) Câte puncte poți face? – joc de luarea deciziilor (40 minute) Prezentarea ideilor găsite în comunitate (50 minute) Aspecte administrative (10 minute)		
Descrierea fiecărei activități: 1. Discuții cu participanții despre experiența în comunitate: Introducere scurtă: Cum a fost experiența? Ce le-a plăcut mai mult? Care a fost cea mai bogată sursă de inspirație, etc. 2. Câte puncte poți face? – joc de luarea deciziilor <i>Scopul:</i> să îi facă pe participanți să fie mai eficienți în procesul de luare a deciziilor <i>Obiective:</i> să îi ajute pe participanți să devină conștienți de impactul pe care îl are probabilitatea statistică într-un anumit domeniu de activitate; să îi facă pe participanți să experimenteze rezolvarea într-un mod cât mai eficient a unei probleme atunci când au de luat în considerare toate aspectele acestui proces.		Întrebări de procesare / debriefing:



Spațiul de joc: Un spațiu liber care să servească drept teren de joc de cel puțin 5 m lățime și 10 m lungime. Un perete la unul dintre capetele terenului este indicat, dar nu este necesar.

Desfășurare: Aranjează spațiul de joc după cum urmează:

✓ trasează o linie în spatele căreia se vor găsi tot timpul jocului participanții care urmează să arunce mingile pe care le vor primi; aceasta zonă se va numi „Zona de aruncare”;

✓ restul spațiului va fi terenul de joacă și se va numi „Zona de recuperare”, iar aici vor sta cei desemnați de echipă să recupereze mingile care vor fi aruncate;

✓ tot în terenul de joacă vor fi plasate cele 3 cutii (care vor fi numerotate începând cu cea mai apropiată de linie - cutia 1, cea din mijloc - cutia 2 și ultima va fi cutia 3) în care jucătorii desemnați de echipă vor trebui să nimerască, astfel încât să se afle la distanțe din ce în ce mai mari față de linia de unde se aruncă.

Explică acum faptul că grupul este o companie care scoate pe piață niște produse de înaltă tehnologie numite de exemplu „friend-uri” (poți lăsa grupul să decidă numele companiei și al produsului pentru a stimula creativitatea). Pentru a le putea vinde și a obține un profit cât mai mare, trebuie stabilită calitatea lor de către o echipă de experți din cadrul companiei, iar aceia sunt chiar participanții. Cum vor face acest lucru? Produsele companiei, care vor fi mingile, vor fi aruncate și vor trebui să ajungă în cutiile din „Zona de recuperare”, însă calitatea lor va fi decisă în funcție de distanța la care se află cutia în care va fi aruncată mingea. Astfel că produsele care vor ajunge în prima cutie vor primi câte 1 punct, cele din a doua cutie 2 puncte, iar cele din cutia cea mai îndepărtată 5 puncte.

Scopul jocului este ca grupul să obțină cât mai multe puncte pe durata a 5 runde a câte 2 minute fiecare.

Singurele reguli sunt că există două categorii distincte de specialiști care lucrează în cadrul companiei: cei care aruncă și cei care recuperează. Primii trebuie să stea tot timpul jocului în spatele liniei și sunt cei care de fapt fac punctele nimerind o minge într-una din cele trei cutii.

Care au fost piedicile în calea succesului?

Ce ați făcut ca să aveți mai multe șanse de reușită?

Cum a fost comunicarea între cele două categorii de angajați?

Care a fost dilema în luarea deciziilor: cutiile mai apropiate cu șanse mai mari de succes sau cele mai îndepărtate cu punctaj mai mare?

În ce fel statistica v-a influențat planul și v-a determinat să îl regândiți pentru runda următoare? Când luăm decizii în viața reală, ne gândim la efectul lor pe termen scurt sau pe termen lung?



Cei care recuperează trebuie să stea de cealaltă parte a liniei și pot trimite înapoi mingile care n-au ajuns în cutii, dar nu au voie să puncteze în nici un fel.

Compania poate decide numărul celor care aruncă și al celor care recuperează mingile înainte de fiecare rundă, dar o dată ce jocul a început nu mai pot schimba sarcinile până la următoarea rundă.

Dă-le angajaților companiei 5 minute să decidă asupra rolului fiecăruia și să pună întrebări.

Fiecare rundă durează 2 minute, după care liderul face o statistică a punctelor obținute în funcție de fiecare dintre cele trei cutii și li se comunică participanților pentru ca aceștia să poată decide care va fi planul pentru următoarea rundă. La final se face totalul punctelor obținute în toate cele 5 runde și se discută experiența avută.

3. Prezentarea ideilor găsite în comunitate: Fiecare grup își prezintă oportunitățile de piață identificate în cercetarea lor. În total vor fi maxim 15. Ei trebuie să justifice de ce le consideră oportunități de piață. Poate că unele idei se suprapun și atunci vor fi mai puține. Din acestea va trebui aleasă cea oportunitate care se va concretiza în ideea afacerii lor sociale. Pentru alegere se vor folosi câteva întrebări suplimentare: *Credeți că puteți veni cu un produs/serviciu suficient de bun pentru acea oportunitate de piață? Aveți posibilitatea de a strânge capitalul necesar pornirii afacerii? Piața este suficient de mare ca să asigure vânzarea? Competiția este destul de mică pentru a vă lăsa să vă bucurați de această oportunitate de piață?*

În grupele care au fost pe teren, participanții vor analiza din nou oportunitățile pe baza acestor întrebări și le vor aranja în ordinea șanselor de succes în demararea afacerii. Astfel că din fiecare grupă se va alege o singură oportunitate de piață, rămânând în final cu trei. Dintre cele trei idei de afaceri, participanții vor vota pe aceea în care ar pune pasiune – pentru a rămâne aceea în care majoritatea membrilor clubului au un interes mare. Oricâte șanse de succes are o idee de afaceri, dacă antreprenorul nu crede cu adevărat în ea și nu pune pasiune, ea nu va putea fi exploatată la maxim.

În ce situații din viața reală suntem puși să facem astfel de analize și să luăm astfel de decizii? Puteți să dați un exemplu? Putem tot timpul să schimbăm deciziile pe care luăm?

Ca grup IMPACT, cum putem folosi acest joc pentru o mai bună alegere în cadrul grupului? Ce ați face diferit dacă ar fi să repetați exercițiul?



4. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	
Alte recomandări/idei: Această activitate își propune să evidențieze câteva aspecte care trebuie avute în vedere în construirea succesului. Fiți cât se poate de atenți la detaliile afacerii voastre. 10 greșeli care duc la faliment: 1. Cumularea pierderilor minore; 2. Dezinteres față de resursele umane; 3. Construirea unui imperiu familial; 4. Menținerea dosarelor contabile în dezordine; 5. Pierderea din vedere a analizei costurilor; 6. Extinderea nesuținută de suficiente resurse; 7. Închămarea „căruței firmei” la un singur client; 8. Ignorarea progresului în câmpul respectiv de activitate; 9. Subaprecierea rolului experților; 10. Ignorarea greșelilor concurenților. Sfaturile lui George Crane cu privire la afaceri: 1. Oferiți un produs cât mai necesar și îmbunătățiți-l continuu. 2. Studiați-vă concurenții, învățați modul cum lucrează. 3. Țineți cont de faptul că marketingul reprezintă 90% din succesul afacerii, iar produsul doar 10%. 4. Dacă aveți un buget limitat, axați-vă pe contactul personal cu clienții, în loc să cheltuiți bani pe târguri și expoziții. 5. Așteptați-vă să fiți respinși. Perseverați. 6. Învățați din greșeli. 7. Aveți încredere în voi și nu renunțați niciodată.	Bibliografie/Resurse pentru documentare: 1. Marilyn Kourilsky, Making a job – Instructor manual, , Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, 1999 – capitolele 4, 5, 6 2. http://www.startups.ro/analize/cele-mai-frecvente-cauze-ale-esecului-in-afaceri 3. John W. Mullins, Testarea unei idei de afaceri, Editura All, București, 2007 4. Donald Keough, Eșecul în afaceri. 10 reguli de urmat, Editura Litera, 2009



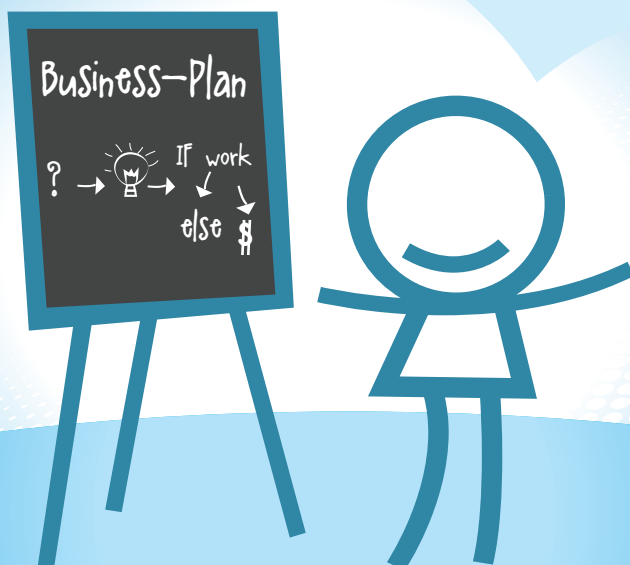
MODULUL PLANUL MEU DE AFACERI

Acest curriculum IMPACT se implementează doar în cadrul Programului IMPACT, de către facilitatorii (liderii IMPACT) recunoscuți de Fundația Noi Orizonturi. Folosirea acestor materiale și în alte contexte se acceptă doar cu aprobarea Fundației Noi Orizonturi și cu menționarea sursei de proveniență a acestora.

ABSTRACT

Acest document este dedicat facilitatorilor IMPACT (liderilor sau animatorilor socio-educativi) și descrie pas cu pas șapte întâlniri opționale pe tematica „Planul meu de afaceri” pe care facilitatorii (liderii) împreună cu membrii IMPACT le pot implementa, la alegere, în cadrul întâlnirilor IMPACT.

7.



Scopul modulului „Planul meu de afaceri” este ca membrii IMPACT, prin intermediul exercițiilor practice, să-și dezvolte capacitatea de a elabora un plan viabil de afaceri și de a planifica organizarea și finanțarea lansării unei afaceri sociale. Acest modul îi inițiază și ghidează pe membrii IMPACT de-a lungul procesului de elaborare a unui plan de afaceri.

Obiectivele generale de învățare ale modulului „Planul meu de afaceri” sunt:

- ✓ să ofere un suport informațional și tehnic despre aspectele financiare, organizaționale și juridice ale lansării unei afaceri;
- ✓ să familiarizeze membrii IMPACT cu pașii elaborării unui plan de afaceri;
- ✓ să ofere o imagine mai clară asupra conceptelor de produs și serviciu în contextul unei afaceri sociale;
- ✓ să sprijine tinerii în definirea pieței de desfacere a produselor și/sau serviciilor afacerii sociale;
- ✓ să ofere tinerilor instrumentele necesare pentru estimarea rentabilității financiare a afacerii sociale;
- ✓ să sprijine tinerii în explorarea diferitelor forme de promovare și ajutor pentru vânzarea produselor/serviciilor.

Structura modulului:

Întâlnirea 1 - Importanța planificării și elaborarea planului de afaceri

Întâlnirea 2 - Definirea produsului și/sau serviciului

Întâlnirea 3 - Analiza pieței: clienți și cumpărători

Întâlnirea 4 - Proiecții financiare

Întâlnirea 5 - Planul de marketing

Întâlnirea 6 - Resurse umane și administrarea afacerii: cum se împart responsabilitățile

Întâlnirea 7 - Finanțarea afacerii

Cum citim acest curriculum: fiecare întâlnire este construită astfel încât să puteți alege din activitățile și metodele propuse pe cele pe care le considerați cele mai relevante pentru clubul IMPACT ținând cont de:

- ✓ vârsta participanților (membrilor IMPACT);
- ✓ obiectivele de învățare așteptate;
- ✓ preferințele membrilor;
- ✓ stilul facilitatorilor (liderilor);
- ✓ secvența activităților;
- ✓ spațiul de desfășurare;
- ✓ materialele necesare, etc.

Durata întâlnirii este de maxim 2 ore și 30 de minute (incluzând lucrul la proiectul de serviciu în folosul comunității). Aveți posibilitatea să fiți flexibili în alegerea activităților din interiorul modulului și a întâlnirilor IMPACT. Timpul pentru implementarea unei întâlniri este de asemenea flexibil, dar respectând standardul



de calitate IMPACT și ținând cont de mai multe aspecte ca: vârsta participanților, stilul de învățare al participanților, dinamica grupului, stadiul de formare în care se află grupul, perioada de timp din an, etc.

Numele întâlnirii	Durata întâlnirii	Modul
1. Importanța planificării și elaborarea planului de afaceri	2 h	Planul meu de afaceri
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: C - să definească planul de afaceri; C- să enumere pașii elaborării unui plan de afaceri	Concepte: • Fezabilitatea ideii de afacere	Materiale de lucru: 1. Un ziar; 2. Coli de scris pentru flipchart, creioane colorate, markere.
Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Joc energizant (10 minute) Poveste – Parabola pietrelor (20 minute) Planificarea unei excursii (40 minute) Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității (1 oră) Aspecte administrative (10 minute)		
Descrierea fiecărei activități: 1. Joc energizant: Ziarul fermecat: Facilitatorul va ruga participanții să se așeze într-un cerc restrâns pe scaune. Facilitatorul va veni în mijloc și va explica regulile. Regulile sunt următoarele: persoana care stă în mijloc va avea în mână un ziar rulat în forma de sul. Ea va trebui să atingă pe umăr, cu ziarul, pe oricare dintre participanți. Persoana care urmează să fie atinsă pe umăr va trebui să fie îndeajuns de rapidă și înainte să fie atinsă va trebui să spună foarte repede un alt nume al unuia dintre participanții aflați în cerc. Dacă persoana ce urma a fi atinsă a fost îndeajuns de rapidă atunci participantul cu ziarul din mijloc va trebui să atingă repede persoana a cărei nume a fost pronunțat de participantul care a fost foarte rapid. La rândul ei persoana care urmează să fie		Întrebări de procesare / debriefing:



atinsă va trebui să pronunțe un alt nume al unuia dintre participanții din cerc. Jocul continuă până când persoana cu ziarul a reușit să atingă pe cineva pe umăr fără ca acesta să fie foarte rapid și să nu apuce să pronunțe un alt nume. Persoana care a fost atinsă va veni în mijloc și se va repeta aceeași procedură. Jocul se joacă de câteva ori până când participanții se energizează.

2. Poveste - Parabola pietrelor: Stephen Covey este un autor faimos. În cartea sa „First Things First” povestește experiența unuia dintre asociații săi la un seminar. În mijlocul unei prezentări, prezentatorul a pus pe masă un borcan cu gura largă alături de câteva pietre de mărimea unei palme. După ce a umplut borcanul până sus cu pietre a întrebat: „Este borcanul plin?” Oamenii au putut vedea că nu ar mai putea încăpea pietre așa că au răspuns: „Da!”. „Nu vă grăbiți,” a exclamat el. A scos atunci niște pietricele mai mici de sub masă pe care le-a adăugat în borcan, umplând spațiul dintre pietrele cele mai mari. A întrebat din nou: „Este acest borcan plin?”

De data aceasta câțiva dintre participanți au răspuns „Probabil că nu.” Prezentatorul a luat apoi o cană cu nisip de sub masă și a început să verse nisipul în borcan umplând spațiul dintre pietrele cele mari și cele mici. Încă o dată, a întrebat: „Este acest borcan plin?” „Nu!”, au strigat câțiva studenți. În cele din urmă, a luat un vas cu apă pe care a turnat-o în borcan până când acesta s-a umplut. Apoi a întrebat publicul ce a învățat din această prezentare. Unul dintre participanți a răspuns: „Dacă muncești în acest fel, vei reuși să-ți umpli viața cu foarte multe lucruri.” „Nu!”, a spus prezentatorul, „Problema este că, dacă nu pui de la început pietrele cele mari... vei mai putea să le pui pe urma în borcan?”

3. Planificarea unei excursii: Liderul spune participanților că urmează să meargă într-o excursie și îi roagă să îl ajute cu sfaturi pentru a avea o experiență reușită. Participanții vor veni cu idei: să își ia haine, să aleagă traseul, etc. Liderul le mulțumește și concluzionează că înainte să ajungă propriu-zis la la destinație și să se bucure de excursie, se

2. Despre ce se vorbește în această povestire? Ce simbolizează borcanul? Dar pietrele, nisipul și apa? Ce înseamnă să ai o viziune de ansamblu cu privire la viață? Care sunt lucrurile mari ale vieții și care sunt lucrurile mărunte? Este bine să neglijăm lucrurile mărunte în defavoarea celor mari? Care este ordinea lucrurilor în viață – de la mic la mare sau de la mare la mic? Explicați. Care este importanța planificării?



pare că are multe lucruri de făcut. Așa este și cu afacerea, înainte să pornim la drum trebuie să planificăm în detaliu ceea ce ne așteaptă. Mai mult, aici este vorba și de riscul de a pierde niște bani și atunci este important să știm înainte de a-i cheltui dacă merită sau nu să îi investim în afacerea propusă. Planul începerii unei afaceri se numește ...plan de afaceri. Liderul întreabă: ce este important să știm pentru a planifica o afacere? Participanții răspund și liderul notează pe flipchart răspunsurile lor. Îi ghidează spre capitolele cheie dintr-un plan de afaceri: Piață, Previziuni financiare, Personal, Promovare și explică pe scurt ce presupune fiecare. În următoarele săptămâni, tinerii vor parcurge pas cu pas etapele elaborării planului de afaceri. 4. Lucru la proiectul de serviciu folosul comunității 5. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	
Alte recomandări/idei: Definirea S.W.O.T. – În orice afacere succesul va fi influențat atât de factori interni (calitatea produsului/serviciului; capacitatea de organizare, determinarea etc), cât și de factori externi (ce nu țin de afacere). De aceea, ca să puteți lua în evidență afacerea voastră în ansamblu, folosiți următoarea metodă: faceți un cerc mare pe o coală de flipchart, împărțiți-l în 4 și scrieți în fiecare sfert cele 4 litere: S (strenghts) = Puncte forte: Ceea ce organizația face cel mai bine. În general organizația se plasează peste nivelul mediu în ariile de comparație cu alte organizații. Aceste puncte forte vor fi luate în considerație în vederea dezvoltării afacerii (ex. un producător care este indulgent cu angajații poate dori să aibă mai mulți angajați care să își corecteze slăbiciunile personale, în acest mod făcând afacerea mai puternică.)	Bibliografie/Resurse pentru documentare: 1. Marilyn Kourilsky, Making a job – Instructor manual, , Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, 1999 – capitolul 9



W (weaknesses)= Puncte slabe: Domenii pe care organizația trebuie să le îmbunătățească. În general organizația se poziționează sub nivel în comparație cu alte organizații din aceeași arie de activitate și necesită unele schimbări în vederea înregistrării unei îmbunătățiri (ex. un producător ce își desfășoară activitatea în domeniul producției agricole poate lua în calcul alte modalități de a crește producția agricolă și, ca atare, dorește o concentrare a atenției către creșterea de bovine, domeniu în care deține un control mai ridicat). Acum vom defini componentele externe sau acelea asupra cărora organizația are o influență scăzută: O (opportunities)= Oportunități: Ce condiții din cadrul industriei sau comunității poate folosi organizația în vederea îmbunătățirii poziției sale? T (threats) = Amenințări: Ce condiții din cadrul industriei sau comunității pot submina succesul operațiunilor întreprinse de organizație?	
---	--

Numele întâlnirii 2. Definirea produsului și/sau serviciului	Durata întâlnirii 2 h	Modul Planul meu de afaceri
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: A - să utilizeze termeni specifici pentru definirea produsului/ serviciului oferit; C - să definească produsul sau serviciul pe care îl oferă afacerea lor socială.	Concepte: • Produs • Serviciu	Materiale de lucru: 2. Produse ale unor firme foarte bine cunoscute: sticlă de Coca Cola, ciocolată Milka etc.; 3. Coli de scris pentru flipchart, creioane colorate, markere; Planul de afaceri – produsele/ serviciile afacerii sociale.

Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Joc energizant – Îți fac un semn cu ochiul (10 minute) Prezentarea unui produs cunoscut (50 minute) Publicitate pentru produsul ales (50 minute) Aspecte administrative (10 minute)	
Descrierea fiecărei activități: 1. Joc energizant - Îți fac semn cu ochiul: Scaunele trebuie așezate în forma de cerc. Participanții sunt împărțiți în 2 grupe. Persoanele din grupul mai mic vor sta pe scaune (unul din scaune trebuie să fie gol). Persoanele din al doilea grup trebuie să stea în spatele fiecărui scaun (și în spatele scaunului gol va sta cineva). Spuneți-le participanților că persoana care stă în spatele scaunului gol trebuie să încerce să cheme o persoană care stă jos, făcându-i cu ochiul. Persoana căreia i-a fost adresat semnul trebuie să încerce să se mute pe scaunul gol fără să fie atinsă de persoana care îi stă în spate. Dacă e atinsă, atunci se reîntoarce la loc, iar cel care face semnul cu ochiul va face un semn altcuiva. Dacă reușește să se mute, atunci persoana care stă acum în spatele scaunului gol va fi următorul care vă face semn. Explicați-le încă o regulă: persoana căreia îi este adresat semnul nu trebuie să-l ignore, de aceea va trebui să încerce să se mute. 2. Prezentarea unui produs cunoscut: Liderul aduce o serie de produse bine cunoscute, exemplu: o sticlă de Coca-Cola, o ciocolată Milka, o pungă de pufuleți etc. Împarte participanții în grupuri de câte 3-5 persoane, dă fiecărui grup un produs, fără ca celelalte grupuri să vadă și le cere să studieze bine produsele și să vină cu o descriere cât mai precisă, detaliată a lor, fără să specifice cumva marca/producătorul. Fiecare echipă va citi descrierea și ceilalți participanți vor trebui să ghicească numele produsului și al mărcii. Se evidențiază astfel importanța detalierii și specificității produsului, astfel încât să îl facă ușor de recunoscut în multitudinea de alte produse similare.	Întrebări de procesare / debriefing:



3. Publicitate pentru produsul ales: Participanții vor trebui de data această să înceapă să descrie produsul sau serviciul oferit de ei. O grupă face descrierea acestora, altă grupă subliniază beneficiile pentru consumatori și de ce ar trebui să le cumpere de la afacerea lor socială și nu de la competitori, altă grupă descrie în ce fel produsele sau serviciile lor diferă de ale concurenței, cu ce sunt mai bune. Aceste descrieri sunt apoi introduse, în „Planul de afaceri” în format electronic. 4. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	
Alte recomandări/idei:	Bibliografie/Resurse pentru documentare:

Numele întâlnirii 3. Analiza pieței: clienții	Durata întâlnirii 2 h	Modul Planul meu de afaceri
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: A - să identifice așteptările potențialilor clienți referitor la produsele și/sau serviciile oferite; A - să proiecteze și să conducă un studiu de piață; C- să definească piața, grupul țintă, pentru vânzarea produsului și/sau serviciului.	Concepte: • Piață • Clienți • Comportamentul consumatorului • Studiu de piață	Materiale de lucru: 1. Coli hârtie, creioane; 2. Etichete, scotch, coli hârtie, creioane; 3. Coli de flipchart, markere; 4. Coli de hârtie, creioane.

Metodele nonformale folosite/Timp acordat:

Joc energizant – Desenul imaginar (10 minute)

Alegerea produsului favorit (20 minute)

Descrierea grupului țintă (30 minute)

Cercetare de piață (50 minute)

Aspecte administrative (10 minute)

Descrierea fiecărei activități:

1. Joc energizant - Desenul imaginar: Participanții sunt împărțiți în două grupe egale și li se cere să se așeze în două șiruri paralele, pe grupe, unul în spatele celuilalt. Facilitatorul va șopti ultimului membru din șir din ambele grupe odată (fără ca ceilalți să audă) un cuvânt (casă, vapor, copac, matură etc.) pe care acesta va trebui să-l reprezinte prin desen cu degetul pe spatele celui din fața lui. Persoana care a primit desenul la rândul ei va proceda la fel, până când desenul ajunge la primul din șir care va trebui să facă desenul pe o foaie de hartie A4. Acest joc se desfășoară sub forma unui concurs între echipe și câștigă echipa care desenează pe foaie o imagine cât mai aproape de cuvântul șoptit de lider. Este un concurs contra-timp și participanților li se cere să fie muți pe toată durata jocului. Participanților vor avea la dispoziție 5 minute pentru a executa desenul celor 4 cuvinte propuse.

2. Alegerea produsului favorit: Liderul aduce cu el 3-4 produse similare: ciocolată de la mai multe firme, caiete școlare etc. Pe fiecare pune o etichetă cu prețul și locul de unde le-a achiziționat. Le arată pe fiecare participanților și apoi le cere fiecăruia, să scrie pe un bilețel (secret) pe care dintre ele le-ar cumpăra. Adună toate bilețele și face o numărătoare rapidă: câte persoane ar cumpăra produsul x, câte produsul y, câte produsul z, etc. Reiese astfel ușor, că indivizii aleg diferit, chiar dacă produsele sunt aproximativ la fel. Întreabă participanții: de ce cred că se întâmplă așa? De ce au ales acel produs și nu pe celelalte? Răspunsurile arată diferențe în comportamentul potențialilor clienți. Așa se întâmplă și cu produsul lor, pentru anumiți indivizi va fi potrivit/bun iar pentru

Întrebări de procesare / debriefing:



alții nu. Este important să aflăm mai multe despre potențialii consumatori: cine sunt? 3. Descrierea grupului țintă: Liderul întreabă participanții dacă ei știu cum arată clientul lor. Vor face un fel de portret robot care evidențiază caracteristici precum: vârstă, gen, educație, ocupație, venit mediu, statut social, de unde cumpără, când și cu ce frecvență cumpără, ce apreciază el la un produs/serviciu. Acest exercițiu le va permite participanților să definească astfel piața lor. 4. Cercetare de piață: Liderul le aduce aminte de studiul nevoilor persoanelor defavorizate. Nu tot ce credem noi despre alții este adevărat și atunci trebuie să mergem să cercetăm realitatea. În cazul acesta, studiul pe care îl facem pentru a cunoaște mai bine așteptările potențialilor clienți se numește studiu de piață. Liderul lucrează cu participanții la elaborarea unui chestionar pentru a face studiul de piață. Împarte participanții pe grupuri și clarifică cu fiecare unde se vor duce să aplice chestionarele și câte chestionare va aplica fiecare dintre ei. Această activitate poate înregistra variațiuni mari, în funcție de piață și produsele alese. Pentru ajutor la elaborare, liderul poate solicita ajutorul unei persoane resursă – un profesor de marketing de la facultate, un student bun recomandat de profesor, un specialist în studii de piață de pe plan local. 5. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	
Alte recomandări/idei: În urma cercetării de piață se vor face o serie de constatări privind diferențele observate între profilul ipotetic și cel real al consumatorului final. Consumatorii observați vor putea fi împărțiți în categorii (după diverse criterii), aceste categorii reflectând gradul de segmentare al pieței efective. Viziunea asupra concepției produsului final va putea fi adaptată sub aspect sorto-tipo-dimensional cerințelor manifestate de clienți.	Bibliografie/Resurse pentru documentare: 1. Marilyn Kourilsky, Making a job – Instructor manual, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, 1999 – capitolul 9

Se vor putea observa modificările înclinației spre consum datorate acțiunii antreprenorului asupra unor factori de influență ai cererii precum: prețul bunului, existența unor bunuri înlocuitoare, investițiile în promovare etc.

Numele întâlnirii 4. Proiecții financiare	Durata întâlnirii 2 h	Modul Planul meu de afaceri
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: V - să decidă prețul unui produs/ serviciu; A - să explice importanța previziunilor financiare; A - să diferențieze între contul de profit și pierdere și cashflow; A - să determine pragul de rentabilitate; C - să listeze capitolele principale din costurile de pornire, de producție sau de operare.	Concepte: • Costuri de pornire • Venit • Profit • Costuri de producție • Costuri de operare • Prag de rentabilitate • Cash flow • Cont de profit și pierdere	Materiale de lucru: 4. Format financiar „Venituri și plan de rentabilitate”; 5. Descriere exercițiu Ghirlanda; Document de lucru 1, formate tabelare: Document de lucru 2 – Cont de profit și pierderi, Document de lucru 3 – Fluxul de numerar, Document de lucru 4 – Bilanțul.
Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Joc energizant - Cățelul și pisica (10 minute) Planul de afaceri - Capitole bugetare (15 minute) Costuri de producție și costuri de operare (30 minute) Venituri și prag de rentabilitate (20 minute) Exercițiu „Ghirlanda” (70 minute) Aspecte administrative (5 minute)		



Descrierea fiecărei activități:	Întrebări de procesare / debriefing:
1. Joc energizant – Cățelul și pisica: Facilitatorul va ruga participanții să se așeze într-un cerc cât mai mare și mai larg, după care va explica regulile jocului. Regulile jocului sunt următoarele: la un semnal stabilit de facilitator fiecare participant își va alege în minte 2 participanți din grup. Unul va fi „cățel” și celălalt va fi „pisică”, dar nu are voie să spună cine este „cățelul” și cine este „pisica”. Participanții vor avea la dispoziție 30 de secunde să își aleagă „cățelul și pisica”. După ce toată lumea și-a ales „cățelul” și „pisica”, la un alt semnal al facilitatorului, fiecare participant va trebui să se poziționeze astfel: lipit de spatele „cățelului” și la 2 metri distanță de „pisica” lui. Toți participanții vor face acest lucru. Facilitatorul va anunța că la un moment dat va spune „Stop!” și atunci toată lumea va trebui să încremenească în poziția în care se va afla în momentul respectiv. Facilitatorul va verifica cel puțin patru participanți dacă stau corect poziționați față de „cățel” și „pisică”. Foarte puțini vor reuși acest lucru, dar important este ca participanții să alerge și să se amuze. După ce s-a creat învâlmășeală în sală și facilitatorul a verificat câțiva participanți, ei vor fi rugați să se întoarcă în cerc, să-și aleagă alt „cățel” și altă „pisică” și la un start al facilitatorului vor încerca din nou să se așeze lipiți de „cățelii” și departe de „pisicile” lor. Procedura se repetă de două sau trei ori, în funcție de cum simte facilitatorul dinamica grupului. 2. Planul de afaceri – capitole bugetare: Liderul întreabă care sunt costurile pentru începerea unei afaceri și ia un exemplu simplu: o firmă care face tricouri personalizate. Pe baza acestui exemplu conturează principalele capitole bugetare. După acest exemplu, participanții listează articolele necesare pornirii afacerii proprii. Este posibil să nu cunoască în acest moment și suma efectivă, aferentă fiecărui articol și atunci rămâne temă pentru acasă, să culeagă oferte/prețuri pentru articolele necesare demarării afacerii.	

3. Costuri de producție și costuri de operare: Liderul explică ce sunt acestea și le dă participanților ca exercițiu o listă de costuri din care aceștia vor trebui să identifice care sunt unele și care sunt celelalte (materii prime, cheltuieli directe cu forța de muncă, utilaje și aparate, întreținere și funcționare utilaje și aparate, cheltuieli administrative generale, cheltuieli de desfacere, chirie, telefon, utilități, salarii, transport, reclamă, protocol, consumabile, consultanți). După discutarea exercițiului și verificarea rezultatelor, participanții vor face lista costurilor de producție și apoi a celor de operare în cazul propriei afaceri. Și în acest caz este posibil să nu aibă informații privind valoarea corectă a acestora și atunci vor primi tema pentru casă.

4. Venituri și prag de rentabilitate: Liderul întreabă care sunt veniturile pe care le obține o afacere socială. Cele mai importante sunt cele din vânzarea produselor și/sau serviciilor. Cum estimăm aceste venituri? Liderul, pe baza exemplului cu tricourile personalizate, le arată participanților, pas cu pas, cum se construiește bugetul de venituri (vezi tabel pagina 103), plecând de la prețul pe produs, estimările de vânzări pe unitate de timp (săptămână/lună/sezon). Explică și politica de formare a prețului: mai mic decât piață, mai mare decât pe piață, la fel ca pe piață. Oricum este stabilit, el trebuie să depășească costul de fabricare pentru a permite obținerea de profit. Liderul îi invită pe participanți să completeze formatele de calculare a veniturilor și să ia în calcul diferite scenarii de preț și vânzări.

Prag de rentabilitate: Liderul le arată participanților că acum au suficiente informații pentru a putea calcula câte produse/servicii ar trebui ei să vândă într-un an de zile pentru ca veniturile încasate să egaleze cheltuielile. Acesta este numit prag de rentabilitate pentru că arată punctul de la care firma începe să aibă profit (să fie rentabilă). Face un calcul pe tema tricourilor personalizate și apoi îi încurajează pe participanți să facă și ei calculul în cazul afacerilor sociale.



Buget de venituri

	Luna 1	Luna 2	Luna 3	Total
1. Venituri din vânzarea produsului 1 (nr produse x pret)				
2. Venituri din vânzarea produsului 1 (nr. produse x preț)				
3. Venituri din vânzarea produsului 1 (nr. produse x preț)				
4 Total venituri (pct 1 + 2 + 3)				
5. Cheltuieli cu materia primă				
6. Cheltuieli cu publicitatea				
7. Cheltuieli cu vânzarea (ex: autorizații)				
8. Alte cheltuieli (ex: transport, telefon)				
9. Total cheltuieli (pct 5+6+7)				
10. Profit brut (pct 4 – pct 9)				Marele total



5. Exercițiu „Ghirlanda”:

Situație: Firma dumneavoastră trebuie să fabrice ghirlande pentru un importator străin care este interesat de un produs standardizat (ghirlande), la un preț rezonabil. Firmele producătoare se află într-o concurență acerbă deoarece cumpărătorul se poate deplasa ușor spre alte țări.

Firma: Fiecare firmă se află în proprietatea unui antreprenor. Responsabilitățile antreprenorilor:

- ✓ Determină numărul necesar de muncitori pentru a produce numărul de ghirlande intenționat (pe piața muncii se află un număr limitat de muncitori);
- ✓ Determină și cumpără cantitatea de echipamente și materie primă ce va fi folosită pentru producție de la furnizor, cu bani reali
- ✓ Organizează activitatea de producție, financiară și de vânzare a produselor, etc.

Antreprenorul va face o ofertă financiară scrisă (nr. bucăți, preț, alte condiții) cumpărătorului; această sumă este confidențială. Numărul de ghirlande pe care le propune spre vânzare este negociabil. Antreprenorul trebuie să-și predea oferta de preț și cantitatea pe parcursul a 2 minute, după terminarea producției.

Ulterior, cumpărătorul va anunța furnizorul, cantitatea și prețul la care a decis să facă achizițiile.

Faze:

- ✓ Planificare și cumpărare – 10 minute
- ✓ Producție – 10 minute
- ✓ Ofertare – 2 minute/afacere
- ✓ Cumpărarea produselor – 5 minute

Amenzi: În fiecare fază trebuie să fie desfășurate doar activitățile potrivite acesteia. Producția de ghirlande nu va avea loc în faza de planificare și cumpărare. Dacă această regulă va fi încălcată, se va aplica o amendă de 25 lei.



Informații referitoare la investiție și costuri:

Intrare în joc (înființarea firmei), numai în prima rundă	10 lei
Cartonașe	2,5 lei
Utilaj de tăiat (durată de viață: 5 cicluri de producție); investiție	25 lei
Lipici	5 lei
Rîglă	5 lei
Forță de muncă (10 minute/rundă) minim	5 lei
Chirie/rundă scaun	2 lei
Chirie/rundă masă	4 lei
Chirie/rundă spațiu de producție	5 lei

Puteți intra în joc cu maxim 100 lei. Puteți împrumuta de la bancă (organizatori) bani.

Notă: Produsele finite nevândute la sfârșitul perioadei pot fi înregistrate contabil doar la valoarea materiei prime.

Cerințe de calitate ale importatorului:

- ✓ Materie primă: cartonașe din hârtie standard, 2 buc./ghirlandă;
- ✓ Design: 16 zale egale;
- ✓ Bine lipită;
- ✓ Tăieturi precise.

Runde: Vor fi desfășurate 3 runde. După prima ofertă, comerciantul primește ofertele de la producători și va cumpăra toate produsele, indiferent de prețul solicitat de aceștia. După a doua rundă, comerciantul, va cumpăra doar un număr egal cu jumătate din oferta producătorilor, oferind un preț fix (media prețului solicitat de producători) iar după a treia rundă va cumpăra doar produsele cu prețul cel mai scăzut.



Documentele de lucru:

Document de lucru 1

Contul de profit și pierderi al firmei

Pentru runda

Vânzări		
Cantitate previzionată	*preț	/bucată=
I. Cantitatea vândută	**preț	/bucată=
II. Costurile produselor vândute:		
1. Valoarea de început a cartonașelor	 (=0, la runda 1)	
2. Valoarea cartonașelor cumpărate		
3. Valoarea cartonașelor rămase la încheierea runde		
4. Lipici		
5. Forța de muncă		
III. Marja brută comercială (I—II)		
IV. Alte costuri:		
- Utilaj de tăiat		
- Riglă		
- Chirie spațiu		
- Masă		
- Scaune		
- Diverse		
V. Profit operațional (III – IV)	TOTAL	
VI. Dobânzi plătite		
VII. Profit brut		

*preț: prețul previzionat de vânzare **preț: prețul de vânzare efectiv



Document de lucru 2 - Contul de profit și pierdere

	Runda 1	Runda 2	Runda 3	Runda 4
Vânzări în numerar				
Vânzări pe credit				
TOTAL VENITURI DIN VÂNZĂRI				
Costuri variabile				
Amortizări				
Alte costuri fixe				
Dobânzi				
COSTURI TOTALE				
Profit/Pierderi				

Document de lucru 3 – Fluxul de numerar

	Runda 1	Runda 2	Runda 3	Runda 4
Vânzări în numerar				
Alte încasări				
TOTAL INTRĂRI NUMERAR				
Achiziționare active fixe				
Plata materiei prime				
Alte cheltuieli				
TOTAL IEȘIRI NUMERAR				
Sold curent				

Document de lucru 4 – Bilanțul

	Runda 1	Runda 2	Runda 3	Runda 4
Active fixe				
Stoc de materiale				
Stoc de produse finite				
Creanțe				
Casa și conturi la bănci				
TOTAL ACTIVE CURENTE				
TOTAL ACTIVE				
Capital social				
Împrumuturi				
Profit				
TOTAL PASIV				

**Întrebări de
procesare
/debriefing:**



7. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte	
Alte recomandări/idei: În funcție de interesul manifestat de participanți, această întâlnire poate fi împărțită în două întâlniri, pentru a oferi mai multe detalii legate de aspectele financiare ale afacerii lor sociale sau poate fi folosit doar exercițiul Ghirlanda pe baza căruia se pot explica conceptele întâlnirii.	Bibliografie/Resurse pentru documentare: 1. Marilyn Kourilsky, Making a job – Instructor manual, Kauffman Center for entrepreneurial Leadership, 1999, capitolul 8 2. Suport de curs „Dezvoltarea Abilităților antreprenoriale și Inițiere în Afaceri”, Camera de Comerț și Industrie, București, Centrul regional de Perfecționare Continuă pentru Întreprinzători, CERPECO, PHARE RO 0007.02.01.2321

Numele întâlnirii	Durata întâlnirii	Modul Planul meu de afaceri
5. Planul de marketing Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: A - să creeze un plan de marketing; A - să creeze un pliant și o carte de vizită prin care să prezinte produsul lor; C- să definească emblemele pentru firma de antreprenoriat social, sigla și logo; C - să enumere cel puțin două exemple de instrumente de marketing.	Concepte: • Produs • Vânzare • Instrumente de marketing • Planul de marketing	Materiale de lucru: 2. Computer, imprimantă, foi pentru pliante; 4. Coli de flipchart, markere, foarfece, carioca.



Metodele nonformale folosite/Timp acordat:

Joc energizant (10 minute)

Vânzarea produselor (30 minute)

Lucru pe grupe – competiție găsirea celei mai bune modalități de vânzare a produsului/serviciului (15 minute)

Descrierea fiecărei activități:

1. Joc energizant – Snuker, sniker: Facilitatorul va cere participanților să facă un cerc și va sta alături de ei în cerc. Va avea două telefoane mobile. Jocul însă va începe doar cu un telefon mobil (sau orice alt obiect). Astfel, facilitatorul va da în dreapta un mobil. Numele primului mobil va fi „snuker” iar facilitatorul va zice: „Poftim un snuker!”, participantul va lua obiectul și va zice: „Un ce?”, facilitatorul va răspunde „Un snuker!”. Participantul 1 va da mai departe „snuker-ul” și va zice către participantul 2: „Poftim un snuker”, participantul 2 îl va lua și va zice „Un ce?”, iar participantul 1 va întreba facilitatorul „Un ce?” iar facilitatorul va răspunde „Un snuker” iar participantul 1 îi va răspunde participantului 2 „Un snuker”. Participantul 2 va zice participantului 3 „Poftim un snuker!”, participantul 3 ia „snuker-ul” și întreabă participantul 2 „Un ce?” iar participantul 1 va întreba mai departe facilitatorul „Un ce?” iar facilitatorul va răspunde „Un snuker” iar participantul 1 îi va răspunde participantului 2 „Un snuker”, participantul 2 va răspunde participantului 3 „Un snuker” și tura continuă mai departe până „snuker” ajunge la facilitator. După ce „snuker-ul” ajunge la facilitator și toată lumea a înțeles jocul, facilitatorul va mai porni jocul încă o dată și va imita până la participantul 4 urmând ca după aceea să pornească în stânga cu al doilea mobil o altă rundă de joc. Facilitatorul va zice ultimului participant - sa zicem participantul 14, „Poftim un sniker”, participantul 14 lua obiectul și va întreba „Un ce?” iar facilitatorul va răspunde „Un sniker”; și tot așa ca și cu „snuker-ul”. Comicul situației e că toată lumea încurcă snuker cu sniker și mai este o persoană unde snuker-ul și sniker-ul se intersectează. Dacă vedeți că jocul merge foarte bine atunci mai introduceți un mobil pe care să îl numiți „snikers”.

Întrebări de procesare / debriefing:

2. Vânzarea produselor: Liderul întreabă participanții cum crede că se vând produsele/serviciile? Cereți participanților să dea exemple de modalități prin care ei află de un anumit produs: pliante, spoturi publicitare, vânzare directă, promoții, etc. Le sunt prezentate principalele metode de a aduce un produs pe piață: prin împingere – ajung pe piață prin distribuitori, prin tragere – încearcă să determine potențialii clienți să le ceară în magazine sau la distribuitori, prin asociere/copiere (piggyback) - se poziționează lângă alte produse sau firme similare și atrag atenția prin calități diferite. În funcție de alegerea unei modalități de a intra pe piață, firma selectează instrumente diferite de promovare. Liderul cere participanților să discute modalitatea cea mai potrivită pentru afacerea lor socială și să aleagă 3-5 instrumente de promovare. 3. Lucru pe grupe: competiție de găsire a celei mai bune modalități de vânzare a produsului/serviciului. 4. Imaginea firmei și a produsului/serviciului: Participanții vor trebui să creeze un logo și o siglă a afacerii sociale și să facă un pliant care să descrie/vândă produsul și/sau serviciul. 5. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	
Alte recomandări/idei: Imaginea produsului poate fi testată practic, pe teren, de către membrii comunității, prin acordarea de calificative/note diferitelor propuneri de imagine a produsului.	Bibliografie/Resurse pentru documentare: 1. Marilyn Kourilsky, Making a job – Instructor manual, Kauffman Center for entrepreneurial Leadership, 1999, capitolul 8



Numele întâlnirii 6. Resurse umane și administrarea afacerii: cum se împart responsabilitățile	Durata întâlnirii 2 h	Modul Planul meu de afaceri
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: A - să dimensioneze necesarul de resurse umane al afacerii sociale; C - să definească cel puțin trei roluri cheie într-o afacere.	Concepte: • Echipă • Responsabilități	Materiale de lucru: 1. Coli de flipchart; 2. Povestire printată pentru fiecare participant; 3. Coli de hârtie, creioane.
Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Joc de echipă - Întoarce foaia (30 minute) Povestire – Nimeni, Oricine, Cineva, Toată Lumea (20 minute) Roluri și responsabilități (30 minute) Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității (20 minute) Aspecte administrative (10 minute)		
Descrierea fiecărei activități: 1. Joc de echipă – Întoarce foaia: Acest joc va fi folosit pentru a ajuta tinerii să înțeleagă rolurile și importanța lucrului în echipă. Facilitatorul va ruga participanții să-și aleagă câte un partener (dar nu înainte de a termina de explicat regulile jocului) și astfel se vor forma echipe de câte 4 participanți. Fiecare echipă va primi câte o foaie de flipchart pe care se vor așeza. La primul start al facilitatorului, fiecare echipă va trebui să se poziționeze cu picioarele pe foaia de flipchart. După ce toate echipele sunt pe foaia deflipchart, facilitatorul va da un al doilea start. La acest al doilea start participanții vor avea la dispoziție 10 minute pentru a întoarce foaia de flipchart pe care stau, pe partea cealaltă dar fără să folosească nimic altceva decât picioarele și neavând voie să atingă podeaua cu nicio parte a corpului. Scopul este de a face acest lucru cât mai repede și fără a rupe foaia de flipchart. După expirarea celor 10 minute facilitatorul va spune STOP și va evalua care echipă a lucrat cel mai bine.	Întrebări de procesare / debriefing: 1. Ce s-a întâmplat în acest joc? Cum v-ați simțit? Cum vi s-a părut sarcina de lucru? Cât de dificil a fost? Care au fost problemele cu care v-ați confruntat? Care au fost soluțiile? Ați discutat cu toții? A fost cineva care n-a participat? Au existat roluri diferite în grup? Care au fost acestea? Ce ați învățat din acest joc? Ce puteți aplica în activitățile de la club?	



2. Povestire – Nimeni, Oricine, Cineva, Toată Lumea: Aceasta este o poveste despre patru oameni pe care îi chema Toată Lumea, Cineva, Oricine și Nimeni. A apărut o problemă foarte importantă și Toată Lumea trebuia să o rezolve. Toată Lumea era sigură că Cineva o să o facă. Oricine putea să o facă, dar Nimeni nu a făcut-o. Cineva s-a enervat din cauza asta pentru că era treaba pentru Toată Lumea. Toată Lumea a crezut că Oricine poate să o facă, dar Nimeni nu a realizat că Toată Lumea o să stea deoparte. În cele din urmă, Toată Lumea a dat vina pe Cineva și Nimeni n-a făcut ceea ce Oricine putea să facă. 3. Roluri și responsabilități: Participanții vor lista roluri/munci necesare pentru operarea afacerii lor. Pentru fiecare dintre ele vor face o scurtă fișă de post astfel încât să reiasă clar cerințele privind calificările necesare și responsabilitățile fiecăruia. Liderul explică faptul că fiecare dintre aceste munci valorează o anumită sumă care în mod normal trebuie trecută în estimările de costuri de producție sau de operare, dar pentru că acest exercițiu se dorește un ajutor pentru persoanele defavorizate, vom considera munca lor ca pe o contribuție/investiție. Se împart rolurile între membrii clubului IMPACT, astfel încât fiecare să aibă o responsabilitate distinctă, potrivită cu calitățile sau experiența personală. 4. Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității. 5. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	Ce puteți aplica în viața voastră? 2. Care au fost personajele acestei povestiri? Este o alegorie? Ce vrea să spună, în realitate, această povestire? V-ați identificat cu vreunul dintre personaje? Cu care? Aveți o experiență practică sau cunoașteți o situație de viață asemănătoare?
Alte recomandări/idei:	Bibliografie/Resurse pentru documentare:



Numele întâlnirii	Durata întâlnirii	Modul Planul meu de afaceri
7. Finanțarea afacerii	2 h	
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: A - să stabilească necesarul de finanțare și sursele de finanțare pentru pornirea afacerii; A - să întocmească un plan de afaceri; C - să enumere cel puțin trei surse de finanțare a unei afaceri.	Concepte:	Materiale de lucru: 2. Format de plan de afaceri; 3. Coli de hârtie, creioane.
Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Joc energizant – Șeful indian (15 minute) Alcătuirea planului de afaceri (40 minute) Lucru pe grupe – Cum îmi finanțez afacerea? (40 minute) Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității (20 minute) Aspecte administrative (5 minute)		
Descrierea fiecărei activități: 1. Joc de energizare – Șeful indian: Facilitatorul cere participanților să stea într-un cerc cu excepția unuia care se oferă voluntar să fie „jucătorul special”. Acesta trebuie să fie trimis în afara cercului astfel încât să nu-i poată vedea sau auzi pe ceilalți. Facilitatorul va alege un alt voluntar care să fie „șeful indian”. Șeful trebuie să facă niște mișcări pe care toți ceilalți jucători să le imite (de exemplu: să bată din palme, să facă semne cu mâna, să-și încrucișeze picioarele, să caște, să se strâmbe). Odată ce jucătorii au început să facă anumite mișcări, „jucătorul special” se întoarce în grup și încearcă să ghicească cine e șeful. Are trei încercări pentru a reuși acest lucru. Dacă reușește să ghicească, atunci șeful devine „jucătorul special”, dacă nu, rămâne jucător special în continuare și grupul va avea un alt șef care să facă mișcări cât mai diverse și haioase.		Întrebări de procesare / debriefing:



2. Alcătuirea planului de afaceri: Participanții pun cap la cap toate datele, informațiile și calculele în formatul de plan de afaceri, inclusiv rezumatul și alte materiale ajutătoare. Din acest plan de afaceri va reieși suma necesară pornirii afacerii. 3. Lucru pe grupe – Cum îmi finanțez afacerea? Împărțiți participanții în 4 grupe, fiecare primește câte o idee de afacere: confecționare jucării de pluș, producție covrigi, confecționare de haine la comandă, servicii de relaxare pentru animale. Cereți fiecărei grupe să schițeze costurile înființării unei astfel de afaceri și să se gândească de unde ar putea obține banii pentru începerea ei. Înființarea afacerii nu presupune și realizarea actelor - a se privi doar ca o simulare. Liderul prezintă câteva surse de finanțare pentru o afacere, subliniind că planul de afaceri este un element hotărâtor în a convinge pe cineva să investească. Bancă, familie, prieteni/asociat, business-angel, programe de finanțare ale UE. În cazul lor, care sunt sursele pentru finanțarea afacerii? Participanții vor socoti cu atenție fiecare sumă și de unde vine și vor determina dacă mai au nevoie și de alte fonduri. Dacă da, vor trebui să identifice sursele și să facă un plan pentru atragerea sumelor necesare. Niciun plan nu va fi pus în practică până când nu va avea asigurată toată finanțarea. Dacă nu se pot atrage surse suplimentare, poate fi refăcut planul de afaceri astfel încât să se reducă sumele necesare pornirii afacerii. 4. Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității 5. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	3. Credeți că o astfel de afacere poate aduce profit? De câți bani credeți că ar fi nevoie pentru a porni o astfel de afacere? De unde putem strânge acea sumă de bani pentru a porni o afacere? Este neapărat necesar ca noi să avem bani să deschidem o afacere? Ce alte soluții ar mai putea exista?
Alte recomandări/idei: Dacă există calculatoare și acces internet, facilitatorul poate stimula participanții să navigheze online și să identifice surse de finanțare pentru afacerea clubului. După aceea faceți o discuție liberă pentru a împărtăși impresiile legate de activitatea desfășurată și de sursele de finanțare găsite pe internet.	Bibliografie/Resurse pentru documentare: 1. www.finanțare.ro



MODULUL OPERAȚIUNI DE AFACERI

Acest curriculum IMPACT se implementează doar în cadrul Programului IMPACT, de către facilitatorii (liderii IMPACT) recunoscuți de Fundația Noi Orizonturi. Folosirea acestor materiale și în alte contexte se acceptă doar cu aprobarea Fundației Noi Orizonturi și cu menționarea sursei de proveniență a acestora.

ABSTRACT

Acest document este dedicat facilitatorilor IMPACT (liderilor sau animatorilor socio-educativi) și descrie pas cu pas patru întâlniri opționale pe tema „Operațiuni de afaceri” pe care facilitatorii (liderii), împreună cu membrii IMPACT, le pot implementa la alegere în cadrul întâlnirilor IMPACT.

8.



Scopul modului „Operațiuni de afaceri” este de a implica membrii IMPACT în managementul și derularea afacerilor prin intermediul simulării situațiilor practice în cadrul jocurilor de roluri sau al miniafacerilor. În acest modul, tinerii se vor implica în activități de marketing și publicitate, vânzări și achiziții, precum și în activități organizaționale referitoare la miniafacerea lor. În plus, membrii IMPACT vor fi familiarizați cu aspectele administrative, financiare și de dezvoltare a resurselor umane în operațiuni de afaceri.

Obiectivele generale ale modului „Operațiuni de afaceri” pentru membrii IMPACT sunt:

- ✓ să își asume responsabilitatea în evidențierea și înregistrarea corectă a cheltuielilor și încasărilor;
- ✓ să-și exerseze abilitățile de negociere și vânzare;
- ✓ să descrie modul legal de funcționare a unei afaceri;
- ✓ să conștientizeze modul în care se va returna către cauza socială.

Structura modului:

Întâlnirea 1 – Evidențe contabile și raportări

Întâlnirea 2 – Vânzarea produselor și serviciilor

Întâlnirea 3 – Aspecte legale/juridice

Întâlnirea 4 – Împărțirea profitului

Cum citim acest curriculum: fiecare întâlnire este construită astfel încât să puteți alege din activitățile și metodele propuse pe cele pe care le considerați cele mai relevante pentru clubul IMPACT ținând cont de:

- ✓ vârsta participanților (membrilor IMPACT);
- ✓ obiectivele de învățare așteptate;
- ✓ preferințele membrilor;
- ✓ stilul facilitatorilor (liderilor);
- ✓ secvența activităților;
- ✓ spațiul de desfășurare;
- ✓ materialele necesare, etc.

Durata întâlnirii este de maxim 2 ore și 30 de minute (incluzând lucrul la proiectul în folosul comunității). Aveți posibilitatea să fiți flexibili în alegerea activităților din interiorul modului și a întâlnirilor IMPACT. Timpul pentru implementarea unei întâlniri este de asemenea flexibil, dar respectând standardul de calitate IMPACT și ținând cont de mai multe aspecte ca: vârsta participanților, stilul de învățare al participanților, dinamica grupului, stadiul de formare în care se află grupul, perioada de timp din an, etc.



Numele întâlnirii 1. Evidențe financiare și raportări	Durata întâlnirii 2 h	Modul Operațiuni de afaceri
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: V - să exerseze responsabilitatea în ceea ce privește evidențierea și înregistrarea corectă a cheltuielilor și încasărilor; A - să înregistreze corect cheltuielile și veniturile în registrul de casă și în registrul jurnal de încasări și plăți; A - să realizeze un raport financiar pentru investitor; C - să definească utilitatea unei chitanțe, a unei facturi, a unui bon fiscal.	Concepte: • Chitanță • Factură • Bon fiscal • Registru jurnal de încasări și plăți	Materiale de lucru: 2. Documente contabile: chitanțe, bonuri fiscale, facturi, bilete de tren sau autobuz, etc; Registru jurnal de încasări și plăți; 3. Copie xerox după un model de raport financiar.
Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Joc de spargere a gheții – Stare de spirit (10 minute) Prezentare – instrumente de înregistrare a cheltuielilor și veniturilor (35 minute) Întocmirea unui raport financiar (30 minute) Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității (35 minute) Aspecte administrative(10 minute)		
Descrierea fiecărei activități: 1. Joc de spargere a gheții – Stare de spirit: Liderul așează participanții în cerc, spune un cuvânt, și cere fiecărui participant să se așeze într-o postură astfel încât să reprezinte cât mai bine acest cuvânt. (de ex: fericire, entuziasm, tristețe, oboseală, muzică, copac). Participanții sunt rugați să descrie de ce s-au așezat în postura respectivă.	Întrebări de procesare / debriefing:	



2. Instrumente de înregistrare a cheltuielilor și veniturilor:

Liderul aduce o serie de documente justificative (bilete, facturi, chitanțe, bonuri fiscale). Împarte participanții în două grupe, dă fiecărei grupe un număr de documente, le acordă 10 minute și le cere să scrie pe o coală A4 ce fel de documente au primit, ce demonstrează ele. Liderul întreabă participanții de ce este important să primim astfel de documente. Apoi întreabă participanții de ce cred că este important ca firmele să ne dea aceste documente. După ce au fost discutate aceste aspecte, liderul poate să vorbească despre contribuțiile la stat (taxele și impozitele ce vin de la firme și populație și ajung în bugetul statului, de unde se alocă bani pentru învățământ, sănătate, poliție, se plătesc pensii etc.). Liderul explică participanților faptul că aceste documente sunt dovada oficială că a avut loc o vânzare (a unui produs sau serviciu), iar dacă o firmă vinde produse sau servicii fără să elibereze aceste documente, încalcă legea și riscă să fie amendată sau persoanele responsabile să fie private de libertate. Dacă este nevoie, liderul prezintă diferite legi unde se vorbește despre importanța deținerii unor astfel de documente.

Se menționează de asemenea că, în cazul vânzării către public, comerciantul este obligat să aibă casă de marcat fiscală care emite bonuri fiscale. Dacă a lămurit aspectul cu documentele fiscale, liderul introduce registrele. Aduce o cutie în care sunt aruncate o serie de chitanțe, bonuri fiscale, facturi și îi întreabă pe participanți dacă din ceea ce văd este suficient să știe pe ce au cheltuit și cât au încasat. Răspunsul este nu, aceste documente trebuie aranjate și trecute în caiete speciale care ne ajută să ținem evidența cheltuielilor și veniturilor. Prezintă caietele și apoi le dă cutia cu documente participanților pentru a le trece în Registrul Jurnal de Încasări și Plăți și în Registrul Jurnal.

Important: Se specifică faptul că în cadrul clubului IMPACT membri clubului vor face un incubator/simulare de afacere și în acest context ei nu pot să aibă chitanțe pentru că nu sunt înființați ca firmă. Se specifică faptul că ei vor simula o afacere pentru a dobândi competențe de antreprenori social. În acest sens ei pot să vândă produse pe bază de listă-caiet.



Adică toți cei care cumpără se pot semna pe un caiet că au donat suma respectivă pentru o cauză socială a clubului IMPACT - scopul pentru care se strâng banii. Și în schimbul donației primesc produsul respectiv. Dar e important să știe că în situația în care ar avea o firmă ar trebuie să respecte legea.

3. Întocmirea unui raport financiar: Participanții urmează să învețe ce este un raport financiar și cum se realizează. Liderul face legătura cu activitatea de „raportare” pe care trebuie să o facă atunci când mama îi trimite la cumpărături cu o anumită sumă de bani și pentru anumite lucruri. Le scrie pe flipchart capitolele principale dintr-un raport financiar și cum se atașează copiile după documente și apoi îi invită să redacteze un raport pe baza registrului jurnal pe care tocmai l-au completat. Diferența constă în aranjarea cheltuielilor pe capitole/tipuri și evidențierea planului inițial de „cumpărături” și a obiectivelor.

Mai jos aveți un exemplu de raport financiar întocmit după reparațiile făcute la Centrul de Resurse pentru Tineret al Fundației Noi Orizonturi. În perioada 12-16 iulie 2010, un grup de tineri din California, Statele Unite ale Americii, împreună cu aproximativ 25 de tineri de la cluburile IMPACT din Lupeni au fost implicați în renovarea acestui centru, costurile proiectului și materialele necesare au fost suportate de grupul din California. După finalizarea lucrărilor a fost necesară prezentarea unui scurt raport din care să reiasă modul în care au fost cheltuiți banii primiți. Bineînțeles, dat fiind faptul că acest proiect nu a fost unul foarte mare, acest raport are un grad de complexitate redus.



Raport financiar - Renovarea Centrului de Resurse Comunitare pentru Tineret
IMPACT din Lupeni

Nr. Crt	Locație	Materiale cumpărate	Cheltuieli
1	Exterior	vopsea lavabilă	1.943,22 lei
		amorsă	138,20 lei
		mortar	37,80 lei
		gletiere	30,00 lei
		șpaclu	56,00 lei
		trafalet	75,00 lei
		găleți	30,00 lei
2	Interior	vopsea ulei	267,30 lei
		lac	58,00 lei
		glet interior	145,90 lei
		diluant	16,50 lei
		bureți trafalet vopsea	10,50 lei
		anti mucegai	39,00 lei
		pensule	15,00 lei
		folie	81,00 lei
		mască praf	12,50 lei
		prelungitoare	33,00 lei
		bandă adezivă	71,50 lei
		mănuși protecție	45,00 lei
		scară	317,90 lei
		unelte	57,60 lei
		saci gunoi	12,00 lei
		bureți spălat pereți	7,50 lei
		cuie	10,70 lei
3	Altele	apă minerală	56,54 lei
		produse pentru curățenie	51,60 lei
		mopuri	4,50 lei
		bureți sârmă	7,98 lei
		perii	12,80 lei
		cârpe (second) pentru curățenie	3,00 lei
TOTAL			3.647,54 lei



5. Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității 6. Administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completearea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	
Alte recomandări/idei: Pentru această lecție poate fi invitat un contabil pentru a explica tinerilor noțiunile mai specifice. În acest mod, ne asigurăm că primim dovezile necesare justificării.	Bibliografie/Resurse pentru documentare: 1. Legea contabilității nr. 82/1991, republicată în iunie 2007, art. 2, al (1). 2. Legea 82/1991, republicată 2004 OG 70/13 august 2004, art. 10, al. 1

Numele întâlnirii 2. Vânzarea produselor și serviciilor	Durata întâlnirii 2 h	Modul Operațiuni de afaceri
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: C - să listeze cel puțin cinci factori cheie pentru reușita în vânzări; C - să enumere pașii necesari pentru încheierea unei vânzări.	Concepte: • Chitanță • Factură • Bon fiscal • Registru jurnal de încasări și plăți	Materiale de lucru: 2. Cartonașe, instrumente de scris, hârtie de scris, foarfece; 3. Coli A4, instrumente de scris.
Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Joc energizant - gardul electric (5 minute) Exercițiu - MiniMarket (50 minute) Experiențe vânzători (40 minute) Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității (20 minute) Aspecte administrative (5 minute)		
Descrierea fiecărei activități: 1. Joc energizant - Gardul electric: Liderul împarte participanții în două grupe. Formează două șiruri egale ca număr. Toate persoanele din șir trebuie să se țină de mână. La unul din capetele șirurilor va sta un participant care va ține cu o mână ultimul participant de pe șirul 1, iar cu cealaltă mână, ultimul participant de pe șirul 2.	Întrebări de procesare / debriefing:	



Participantul ce ține de mână cele două șiruri va transmite un impuls la ambele șiruri în același timp (va strânge puțin mâna celui de pe șirul 1 și mâna celui de pe șirul 2). Participanții care au simțit că au primit impulsul, îl vor trimite mai departe (vor strânge la rândul lor mâna celui din față). Când impulsul va ajunge la celălalt capăt al șirurilor, persoana din capăt va anunța acest lucru. Câștigă echipa care transmite cel mai repede impulsul (se poate repeta de câteva ori).

2. Exercițiu - Mini-market: Participanții vor fi împărțiți în două grupe: vânzători și cumpărători. Scopul exercițiului este de a-i familiariza pe tineri cu abilitățile de negociere și vânzare. În joc pot fi incluși și unul, doi observatori.

Numai pentru vânzători:

- ✓ Vinde un obiect care îți aparține, un produs care poate fi executat sau un serviciu ce poate fi realizat în 3 minute;
- ✓ Vinde produsul/serviciul pe loc;
- ✓ Vânzarea este reală și ireversibilă. Marfa vândută nu se dă înapoi;
- ✓ Nu vinde promisiuni;
- ✓ 15 minute pregătire;
- ✓ Piața funcționează 15 minute.

Numai pentru cumpărători:

- ✓ Poți cumpăra orice de pe piață;
- ✓ Urmărește toți ofertanții de pe piață, abia apoi cumpără;
- ✓ Ascultă-i pe toți vânzătorii înainte de a decide ce cumperi;
- ✓ Negociază cu vânzătorii;
- ✓ Cumpără produsul/serviciul cu plata pe loc;
- ✓ Piața funcționează 15 minute.

3. Experiențe vânzători: Liderul invită doi-trei vânzători la această sesiune: un vânzător bun de magazin, un vânzător „door to door”, un vânzător bun de la piață. Rugați să prezinte pe scurt cheia succesului în vânzări în domeniul

2. Ce s-a întâmplat pe parcursul exercițiului? Cum v-ați simțit în postura de vânzători? Cum v-ați simțit în calitate de cumpărători? Ce rol au avut regulile jocului? Ce asemănări ați văzut cu viața reală? Care ar fi factorii care ar ajuta la reușita în vânzări? Care sunt pașii în încheierea unei vânzări?



în care sunt. Invitați participanții să pună și ei întrebări de clarificare astfel încât din această sesiune să afle cât mai multe despre procesul de vânzare și abilitățile necesare pentru a avea succes. După ce dialogul a luat sfârșit, liderul cere participanților să spună care au fost cele mai importante metode de vânzare a produselor/serviciilor pe care le-au aflat în cadrul acestui dialog. Se întocmește o listă, apoi liderul raportează lista cu metode la produsul/serviciul comercializat de grup și se aduc îmbunătățiri felului în care ar putea fi vândut produsul/serviciul. 4. Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității 5. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	
Alte recomandări/idei:	Bibliografie/Resurse pentru documentare: 1. Joe Girard, Cum să vinzi orice oricui, Editura Business Tech, 2004 2. Zig Ziglar, Arta vânzării, Editura Amaltea, 2009 3. Suport de curs „Dezvoltarea Abilităților Antreprenoriale și Inițiere în Afaceri”, Camera de Comerț și Industrie, București, Centrul regional de Perfecționare Continuă pentru Întreprinzători, CERPECO, prin PHARE RO 0007.02.01.2321



Numele întâlnirii 3. Aspecte legale/juridice	Durata întâlnirii 2 h	Modul Operațiuni de afaceri
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: C - să enumere cele mai relevante forme de funcționare juridică a unei afaceri sociale; C - să explice rolul principalelor instituții ale statului în relație cu o afacere.	Concepte:	Materiale de lucru: 2. PPT cu principalele forme juridice de funcționare a unei afaceri; 3. Laptop, videoproiector/ calculator.
Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Joc de spargere a gheții – Visul (15 minute) Prezentare – forme juridice de funcționare a unei afaceri (40 minute) Prezentare – Instituții cu care interacționează o afacere (40 minute) Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității (20 minute) Aspecte administrative (5 minute)		
Descrierea fiecărei activități: 1. Joc de spargere a gheții – Visul: Participanții stau într-un cerc. Liderul le cere să se gândească care este visul fiecăruia. Le acordă 5 minute, apoi, pe rând, fiecare va spune visul lui. După ce au fost auzite toate, liderul le cere să se inspire fiecare din visul lui și să se gândească la o afacere pe care ar putea să o dezvolte pe viitor. Le acordă 5 minute, liderul le spune că indiferent cât de mare sau de ciudată ar putea părea afacerea la care s-au gândit, dacă ea va fi bine planificată, se poate transforma în realitate. 2. Prezentare – forme juridice de funcționare a unei afaceri: Liderul prezintă formele juridice de funcționare a unei afaceri, cu avantaje și dezavantaje pentru fiecare: SRL, PFA, Întreprindere familială, Întreprindere Individuală. Dacă ar vrea să înregistreze afacerea, pentru ce variantă ar opta? Liderul invită participanții să dezbată și să vină cu argumente pentru cea mai potrivită formă	Întrebări de procesare / debriefing:	

juridică. Mai jos sunt prezentate câteva forme de organizare.

Persoana fizică autorizată care desfășoară activități în mod independent.

Avantaje:

- √ permite desfășurarea activităților economice în toate domeniile, meseriile și ocupațiile, cu excepția celor stabilite prin lege sau interzise de legi speciale;
- √ conferă persoanei fizice calitatea de angajat propriu, care se referă la dreptul de a fi asigurat în sistemul public de pensii și alte drepturi de asigurări sociale.

Dezavantaje:

- √ persoana fizică care desfășoară activități economice în mod independent nu poate angaja persoane cu contract individual de muncă pentru desfășurarea activităților autorizate.

Asociația familială – se înființează la inițiativa unei persoane fizice și se constituie din membrii de familie ai acesteia, care locuiesc în aceeași localitate.

Avantajele și dezavantajele acestei forme juridice de exercitare a activității comerciale sunt, în linii mari, cele pe care le presupune exercitarea comerțului ca persoană fizică autorizată care desfășoară activități economice în mod independent, cu deosebirea că membrii care nu sunt reprezentanți ai asociației familiale trebuie să aibă cel puțin 16 ani la data înființării asociației.

Societatea comercială se constituie prin actul de voință a două sau mai multe persoane, prin încheierea unui act constitutiv. În mod excepțional, societatea cu răspundere limitată se poate constitui prin actul de voință a unei singure persoane (societate cu răspundere limitată cu asociat unic).

Avantaje:

- √ permite desfășurarea unor activități comerciale de anvergură, prin unirea eforturilor personale sau a resurselor mai multor persoane;



✓ în cazul societăților pe acțiuni și al societăților cu răspundere limitată, răspunderea pentru obligațiile asumate de societate nu se întinde până la asociații acesteia, ci se oprește la capitalul social al societății. Dezavantaje: ✓ în cazul afacerilor de mică anvergură, complexitatea administrării și mecanismul adunărilor generale ale societăților comerciale pot complica desfășurarea activității. 3. Prezentare – Instituții cu care interacționează o afacere: Administrația financiară, Inspectoratul de Muncă, etc. Se poate organiza o vizită la una dintre ele. 4. Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității. 5. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	
Alte recomandări/idei: Un invitat, contabil sau jurist, prezintă aspecte legale, relevante pentru afacerea pe care o conduc: legat de plata taxelor, impozitelor, de capitalul minim necesar, etc.	Bibliografie/Resurse pentru documentare: 1. http://www.quail.go.ro/rom/proiect.htm#3 2. Suport de curs „Dezvoltarea Abilităților antreprenoriale și Inițiere în Afaceri”, Camera de Comerț și Industrie, București, Centrul regional de Perfecționare Continuă pentru Întreprinzători, CERPECO, prin PHARE RO 0007.02.01.2321

Numele întâlnirii 4. Împărțirea profitului	Durata întâlnirii 2 h	Modul Operațiuni de afaceri
Obiective specifice de învățare - valori, abilități și cunoștințe (V.A.C.). Membrii IMPACT vor putea: V - să-și asume responsabilitatea susținerii cauzei sociale pentru care s-a dezvoltat afacerea socială; A - să calculeze profitul obținut în urma desfășurării activității economice; C - să definescă principalele beneficii sociale aduse de către afacerea lor socială	Concepte: • Indicatori financiari • Rata profitului • Rentabilitatea capitalului propriu • Rentabilitatea capitalului investit	Materiale de lucru: 2. Material de prezentare a indicatorilor financiari; format de cont de profit și pierdere.
Metodele nonformale folosite/Timp acordat: Joc energizant - Numărătoarea (10 minute) Exercițiu - Contul de profit și pierderi (50 minute) „Împărțirea profitului” (30 minute) Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității (20 minute) Aspecte administrative (10 minute)		
Descrierea fiecărei activități: 1. Joc de energizare – Numărătoarea: Participanții vor sta în cerc și vor trebui să numere până la 15 fără să vorbească despre care este ordinea de numărare. Regula este că nu se numără în ordine, iar participanții nu au voie să facă un plan. Vor trebui să comunice nonverbal. Dacă două persoane numără în același timp, jocul se va relua de la început. 2. Exercițiu – Contul de profit și pierderi: Participanții vor primi un format de cont de profit și pierdere și vor trebui să completeze pentru a vedea concret ce profit au înregistrat după exercițiul lor. Profitul trebuie să se regăsească în „casă” – cutia lor de bani. Liderul îi învață să facă anumite calcule de rentabilitate:		Întrebări de procesare / debriefing:



rata profitului, rentabilitatea capitalului propriu, rentabilitatea capitalului investit. Se analizează dacă afacerea lor a fost suficient de bună și ce ar fi putut face pentru a obține indicatori și mai buni. Mai jos este un model de Cont de profit și pierderi			
I.TOTAL VENITURI , din care:			
Producția vândută			
Venituri din vânzarea mărfurilor			
Venituri din producția stocată			
II.TOTAL COSTURI DIRECTE , din care:			
Cost (direct) producție realizată:			
- Cheltuieli privind mărfurile			
- Cheltuieli cu salariile personalului direct			
Cost (direct) mărfuri vândute:			
- Cheltuieli privind mărfurile			
- Cheltuieli cu salariile personalului direct			
III. MARJA BRUTĂ COMERCIALĂ (I-II)			
IV.TOTAL COSTURI INDIRECTE , din care:			
Cheltuieli cu utilitățile (apă, energie, telefon, etc.)			
Cheltuieli cu materialele consumabile			
Cheltuieli cu amortizările			
Cheltuieli cu salariile personalului TESA			
Cheltuieli de desfacere			
Cheltuieli de promovare (reclamă, publicitate)			
Cheltuieli de administrare/management			
Cheltuieli generale societate (chirii, etc.)			
Alte cheltuieli			
V. PROFIT DIN EXPLOATARE (III-IV)			
1. Dobânzi plătite			
2. Dobânzi și dividende încasate			
VI. PROFIT BRUT/PIERDERE (V-1+2) (înainte de impozitare)			
VII. IMPOZIT PE PROFIT (...% din VI)			
VIII. PROFIT NET (VI-VII), din care			
1. Profit distribuit (dividende plătite)			
2. Profit capitalizat			

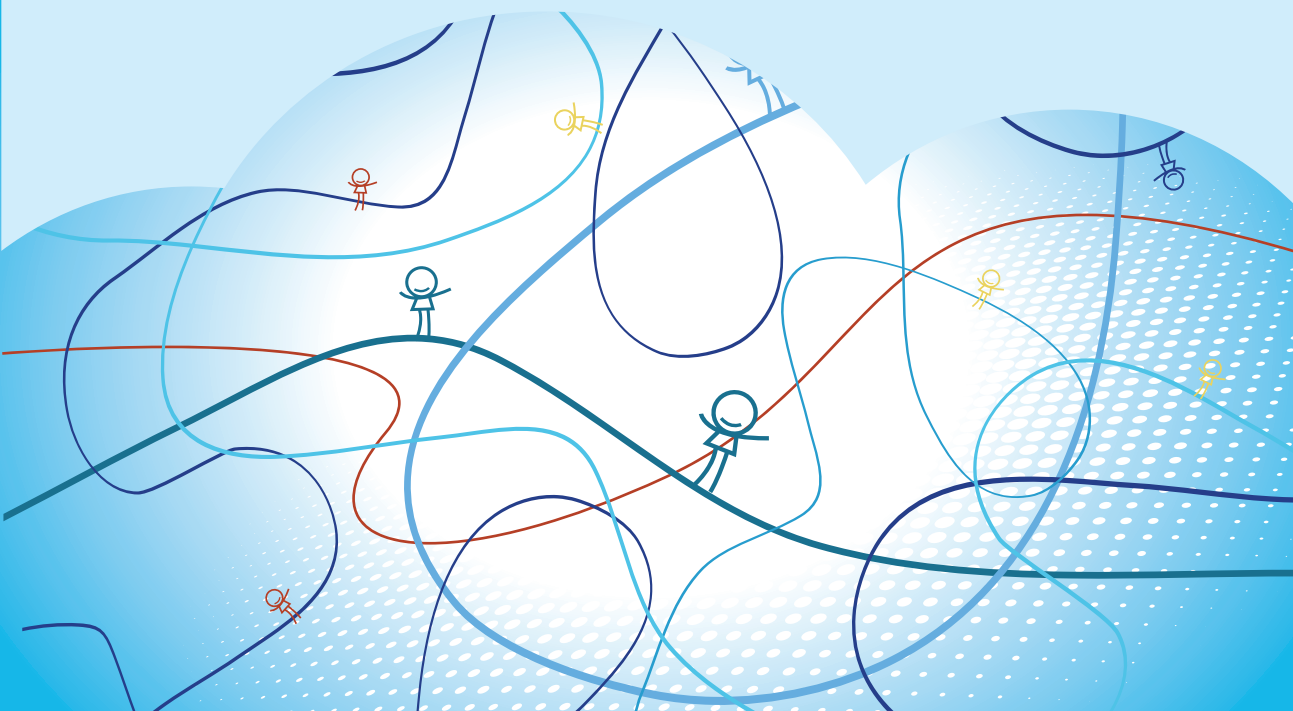
Indicatori de profitabilitate: Rata de profitabilitate a capitalului propriu investit = $\frac{\text{profit brut}}{\text{vânzări}} \times 100$ Rentabilitatea capitalului investit = $\frac{\text{profit brut}}{\text{capital propriu}} \times 100$ 3. Împărțirea profitului: Liderul le readuce aminte că scopul de la care a plecat afacerea socială a fost unul social, deci trebuie îndeplinit. Tinerii discută modalitatea prin care vor folosi profitul astfel încât să contribuie la rezolvarea problemei grupului defavorizat. Ei fac un plan cu privire la donarea/folosirea profitului, incluzând o conferință de presă pentru a promova inițiativa lor și pentru a-i încuraja și pe alții să urmeze exemplul lor. 4. Lucru la proiectul de serviciu în folosul comunității 5. Aspecte administrative: verificarea atingerii obiectivelor acestei întâlniri, completarea listei de prezență, anunțarea următoarei întâlniri, alte aspecte administrative.	
Alte recomandări/idei: Este de preferat ca pentru elaborarea contului de profit și pierderi și pentru calculul indicatorilor financiari să fie invitat un economist.	Bibliografie/Resurse pentru documentare: 1. Suport de curs „Dezvoltarea Abilităților antreprenoriale și Inițiere în Afaceri”, Camera de Comerț și Industrie, București, Centrul regional de Perfecționare Continuă pentru Întreprinzători, CERPECO, prin PHARE RO 0007.02.01.2321



BIBLIOGRAFIE ȘI RESURSE DOCUMENTARE ONLINE

Acest curriculum IMPACT se implementează doar în cadrul Programului IMPACT, de către facilitatorii (liderii IMPACT) recunoscuți de Fundația Noi Orizonturi. Folosirea acestor materiale și în alte contexte se acceptă doar cu aprobarea Fundației Noi Orizonturi și cu menționarea sursei de proveniență a acestora.

9.



BIBLIOGRAFIE ȘI RESURSE DOCUMENTARE ONLINE

- David Bornstein, *How to Change the World: Social Entrepreneurs and the power of new ideas*, Oxford University Press, 2007
- Donald Keough, *Eșecul în afaceri. 10 reguli de urmat*, Editura Litera, 2009
- Joe Girard, *Cum să vinzi orice oricui*, Editura Business Tech, 2004
- John C Maxwell, Tim Elmore, *The Power of Partnership in the Church*, published by J. Countryman, a division of Thomas Nelson, Inc, Nashville, Tennessee, 1999
- John W. Mullins, *Testarea unei idei de afaceri*, Editura All, București, 2007
- Legea contabilității nr.82/1991, republicată în iunie 2007, art.2, al (1).
- Legea 82/1991, republicată 2004 OG 70/13 august 2004, art. 10, al. 1
- Marilyn Kourilsky, *Making a job – Instructor manual*, , Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, 1999
- Suport de curs „Dezvoltarea Abilităților antreprenoriale și Inițiere în Afaceri”, Camera de Comerț și Industrie, București, Centrul regional de Perfecționare Continuă pentru Întreprinzători, CERPECO, prin PHARE RO 0007.02.01.2321
- Zig Ziglar, *Arta vânzării*, Editura Amaltea, 2009
- http://www.articlealley.com/article_475506_15.html
- <http://www.craftnetwork.com/>
- <http://www.csr-romania.ro/>
- <http://www.dlightdesign.com/>
- <http://fairtradesports.com/>
- <http://www.fbb.ro/home/idei-afaceri.htm>
- www.finantare.ro
- http://www.forthsector.org.uk/docs/New_BusPlanGuide.pdf
- http://www.fundforsouth.org/social_change.htm
- <http://www.ideideafaceri.ro/>
- http://images.businessweek.com/ss/09/04/0403_social_entrepreneurs/6.htm
- http://images.businessweek.com/ss/09/04/0403_social_entrepreneurs/8.htm
- http://images.businessweek.com/ss/09/04/0403_social_entrepreneurs/9.htm
- <http://www.paulpolak.com/>
- <http://ponturifierbinti.com/>
- <http://www.pravaliata.ro/idei-afaceri.htm>
- <http://www.quail.go.ro/rom/proiect.htm#3>
- <http://www.responsabilitatesociala.ro/>
- <http://www.shahrudin.com/characteristics-of-successful-entrepreneurs>



- <http://www.startups.ro/analize/cele-mai-frecvente-cauze-ale-esecului-in-afaceri>
- http://ro.wikipedia.org/wiki/Florence_Nightingale
- <http://www.youtube.com/watch?v=TPk2gRuldj0>
- <http://www.youtube.com/watch?v=kSEGN-EJJho>
- <http://www.youtube.com/watch?v=QdIBJ-q-4JE>

