

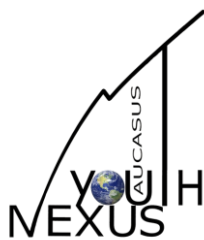
GOTHENBURG, SWEDEN



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ONE STEP AHEAD TOOLKIT

For Social Entrepreneurship Educators and Youth
Workers



www.onestepahead.ge



Erasmus + KA2 – Cooperation for innovation and the exchange of good practices -Capacity Building in the field of Youth

Prepared by Ung Kraft 20.05.2020

Projektets syfte och mål:

Det huvudsakliga syftet med detta förslag är att främja socialt entreprenörskap som ett sätt att stärka unga människor med färre möjligheter och förhindra dem från permanent social utslagning och permanent arbetslöshet.

De specifika målen för detta projekt baserades på hela forskningen av deltagande organisationers och framtida målgrupps behov och definierades enligt följande:

1. Att höja kapaciteten för icke-statliga organisationer och ungdomsarbetare (både de som tar direkt del av projektverksamheten såväl som de som gynnas av att få tillgång till de utvecklade verktygen och delta i spridningsfasen) som för att främja SE som ett sätt att stärka ungdomar med färre möjligheter (unga arbetslösa, medlemmar i grupper utsatta för diskriminering som nationella / etniska / religiösa minoriteter, flyktingar och invandrare, personer med funktionshinder, personer från geografiskt missgynnade områden etc.)
2. Utforska nya utbildningsmetoder i ämnet och utveckla, testa och sprida innovativa läroplaner (i form av en redo att använda verktygslådan) om hur man undervisar socialt entreprenörskap till unga människor
3. Ge ungdomsarbetare och ungdomar praktiska verktyg samt långsiktigt strukturerat stöd och mentorskap för att göra det möjligt för dem att planera, öppna och driva sociala företag som ger hållbar och långsiktig inverkan på de lokala samhällen de arbetar i
4. Öppna åtminstone socialt företagande som drivs av ungdomar per deltagande land

5. Utbyte av bästa praxis och skapa ett hållbart operativt nätverk av europeiska SE-initiativtagare som fokuserar på att stärka unga människor genom att utrusta dem med entreprenörskompetens
6. Främja SE på sektorsnivå, särskilt genom att utveckla politiska rekommendationer som ska levereras till relevanta intressenter

1. Äventyr till socialt entreprenörskap

Målsättningar:

1. Att öka medvetenheten om de befintliga utmaningarna inom området socialt entreprenörskap genom att använda en innovativ strategi
2. Att sprida information om socialt entreprenörskap genom att lösa gåtor och tänka utanför boxen
3. Att popularisera begreppet socialt entreprenörskap genom spel

Materials:

1. Kontorsmaterial (pennor, markörer, papper etc.)
2. Förberedda gåtor
3. Symbolisk pris for vinnarna

Rekommenderad tid: 2 - 3 timmar

Planeringsanteckningar: För att förstå processen att skapa gåtor kan du se länkarna nedan:

<https://www.wikihow.com/Make-up-a-Riddle>

<https://www.quora.com/How-do-you-create-a-riddle>

<http://www.catb.org/~esr/riddle-poems.html>

Session flow:

1. Be deltagarna att bilda minst tre grupper
2. Distribuera materialmen
3. Förklara reglerna
 - Varje lag bör lösa gåtan de har i början, genom att göra så får de en antydning om var ska de leta efter nästa gåta
 - Ved lösa gåtor team kan hitta den slutliga platsen där priset ligger
 - Under uppdragsgrupperna får man titta på internet för information eller annan personal

4. Deltagarna bör lösa gåtorna genom att använda information om SE på rätt sätt
5. Efter att grupper har slutat arbeta med gåtorna kommer det att bli en diskussion om ämnet SE

Diskussionsfrågor:

1. Tyckte du om att lösa gåtor?
2. Tycker du att lösa gåtor är en innovativ och intressant strategi för lärande?
3. Vill du använda den med dina vänner? Kollegor? I dina framtida projekt?
4. Vad lärde du dig om SE från den här övningen?

2. Alternativa Finansierings Möjligheter

Målsättningar:

Syftet med workshopen är att introducera deltagarna olika finansieringsmöjligheter och ge dem tips och råd om vilken finansieringsmöjlighet som är det bästa alternativet i olika situationer. Med denna workshop inspirerar du dessutom deltagarna att det finns många resurser och verktyg tillgängliga om de söker.

Materials:

Namnen på finansieringsmöjligheter skrivna på olika papper:

- Personlig finansiering
- Donationer
- lovande belöningar till dina finansiärer
- Upplåning
- Investeringar
- Crowdfunding
- Acceleratorer
- Vänner och släktingar pengar
- Optimera interna resurser
- Köpa begagnad utrustning
- Koordinera inköp med andra (köpa annan personal tillsammans med andra i bulk)
- Hyra utrustning istället för att köpa dem
- Erbjuder förbeställningar till dina kunder

Rekommenderad tid: 90 minuter

Planeringsanteckningar:

Sessionen är planerad för 20 deltagare (men kan användas med 15-25 deltagare)

Session flow:

Du börjar workshopen med diskussionsfrågorna som vad som är viktigt för att starta någon form av affärsverksamhet. Efter att ha diskuterat olika aspekter bör du uppmärksamma den ekonomiska delen. Sedan frågar du dem vilka

finansieringsmöjligheter de hörde och du börjar diskutera med dem. När de säger något du har skrivit ut klistrar du det på väggen och diskuterar när den här möjligheten är bättre att använda och vilka risker som är förknippade med dem. För detta bör du definitivt känna till alla finansieringsmöjligheter i detaljer och känna till deras för- och nackdelar. När alla papper har fastnat på väggen kan du ge dem 2-3 minuter att tänka på vilka finansieringskällor som är bäst lämpade för deras idéer. Då ska de dela det med andra och ge bitar av råd till varandra

Diskussionsfrågor:

Sedan ställer du gruppen följande frågor:

1. Hur gillade du verkstaden i allmänhet? Varför eller varför inte?
2. Hur mycket tid bör en social entreprenör spendera på att välja den bästa och lämpliga finansieringskällan för deras SE-idé?

Stängning av session:

I slutet kan facilitatoren slutföra det som diskuterades och understryka vikten av att noggrant välja finansieringskälla.

3.) Är du redo att börja?

Målsättningar:

Det är inte så lätt att driva ett företag. Det är ett enormt ansvar och en hel del osäkerheter på vägen. Denna workshop hjälper deltagarna att gå djupt i sinnet och kontrollera deras beredskap att bli företagare.

Materials:

Papper och penna till deltagarna.

Rekommenderad tid: 60-90 minuter

Planeringsanteckningar:

Proceduren är planerad för 20 deltagare (men kan användas med 15-25 deltagare)

Du bör förbereda en liten presentation om SWOT-analys. Att förklara vad det handlar om och varför är det viktigt och fördelaktigt.

Du bör också förbereda bilar där du kommer att skriva ner alla färdigheter som social entreprenör ska ha.

Session flow:

Låt deltagarna sitta bekvämt och förbereda sig för diskussion. Be dem sedan tänka på den ideala sociala entreprenören. Hur de kan beskriva personen, vilka adjektiv de kommer att använda. Slutligen börja namnge om färdigheter och personlig karaktär hos en social entreprenör.

När någon säger att någon skicklighet sticker kortet på väggen och diskuterar det. Du bör ha några tomma kort för att skriva ner de färdigheter som du inte har skrivit förut.

När diskussionen är slut, gör en liten presentation om SWOT-analys och be deltagarna sedan göra sin egen SWOT som social entreprenör. När de är klar be dem att dela det med gruppen. Eftersom det är personligt kanske vissa av dem väljer att behålla det för sig själva.

Diskussionsfrågor:

Sedan ställer du gruppen följande frågor:

1. Hur gillade du verkstaden i allmänhet? Varför eller varför gillade de inte det?
2. Vad tror du vad handlade workshopen om?
3. Hjälpte verkstaden dig att se potentialen för dig själv som företagare?

4. Vad tror du att du kan lära dig av den här workshopen

4. Edu-Bingo

Målsättningar:

Lära dig om sociala företag (SE) på ett roligt sätt som förbättrar lagarbete skapar spänning kring SE

Materials:

- tryckta material
- valfritt: PPT-presentation med frågor
- valfritt: små presenter till varje team

Rekommenderad tid: 60 minuter

Planeringsanteckningar:

Förbered 10 frågor och skriv ut 2 kopior av deras svar. Klipp ut dem individuellt.

Valfritt förbereda PPT med frågor och svar (lägg till mer information om varje fråga).

Session flow:

Dela deltagarna i 4 grupper och ge dem 5 svar slumpmässigt (varje svar upprepas två gånger, det kan inte upprepas i samma grupp)

Förklara spelets regler:

facilitator ställer frågan,

deltagarna måste ropa "Bingo" om de tror att de har rätt svar,

2 lag kommer att ha rätt svar och det snabbare laget vinner, om de har fel, förlorar de poäng.

Spela spelet och förklara svaret mer detaljerat efter varje frågestund, så att de får mer information.

Debreifing:

Exempel på frågor och svar (ska matchas med målgruppens färdigheter och kunskap men kom ihåg att de har färdiga svar)

F: Vad är en social entreprenör?

S: Det finns ingen allmänt accepterad definition, men i stort kan en social entreprenör beskrivas som någon som använder kommersiella strategier för att ta itu med sociala och miljömässiga problem, prioritera socialt goda samtidigt som de strävar efter ekonomisk vinst för att upprätthålla sin satsning och dess inverkan.

F: När blev termen "Socialt entreprenörskap" populärt?

S: Bill Drayton sägs ha myntat frasen på 1980-talet när han grundade sin amerikanska-baserade icke-vinstdrivande Ashoka med syftet att stödja individer som vill göra positiva sociala förändringar genom entreprenöriella medel.

F: Hur finansieras sociala företag?

S: Sociala företag genererar vanligtvis inkomst från handel med produkter eller tjänster. Liksom välgörenhetsorganisationer kan de söka bidragsfinansiering och, liksom privata företag, kan de få investeringar i olika former, till exempel frökapital eller eget kapital. Det finns många fonder som är utformade för att specifikt hjälpa företag som levererar social inverkan, känd som inverkan på investeringar.

F: Vad är några av de mest kända sociala satsningarna?

S: Några av de mest kända sociala företagen inkluderar Grameen Bank i Bangladesh, Storbritanniens Big Issue, som anställer hemlösa för att sälja tapeter och skapade en lista över liknande organisationer världen över, och Indiens Barefoot College, som syftar till att förbättra livet på landsbygden byar runt om i världen genom att utbilda kvinnors färdigheter i solteknik, sjukvård och vattenprovning

F: Vilka är de sociala fördelarna med entreprenörskap?

S: Det finns flera fördelar med att vara en social entreprenör ur både affärs- och

samhällssynpunkt: Implementera samhällsförändring, skapa inspirerande lösningar, arbeta som din egen chef, skapa jobb och inkomstströmmar.

F: Hur arbetar sociala företag?

S: Genom att sälja varor och tjänster på den öppna marknaden återinvesterar sociala företag pengarna de tjänar tillbaka till sin verksamhet eller lokalsamhället. Detta gör att de kan ta itu med sociala problem, förbättra människors livschanser, stödja samhällen och hjälpa miljön. Så när ett socialt företag tjänar samhället tjänar det.

F: Vad är historien om sociala företag?

S: Pionjärerna i det sociala företaget kan spåras så långt tillbaka som på 1840-talet, i Rochdale, där ett arbetarkooperativ inrättades för att tillhandahålla högkvalitativ mat till hög kvalitet som svar på fabriksförhållanden som ansågs vara exploaterande.

F: Vad är skillnaden mellan ett socialt företag och etiskt företag?

S: Ett socialt företags huvudsakliga syfte är dess sociala och / eller miljömässiga uppdrag - det försöker maximera mängden socialt goda det skapar balanserat mot dess ekonomiska mål. En etisk verksamhet å andra sidan försöker minimera dess negativa inverkan på samhället eller miljön.

F: Vad är huvudmålet för SE?

S: Återintegrering av människor med risk för marginalisering.

F: Vilken är den viktiga komponenten som det sociala företaget bör innehålla? A: Demokratisk ledning.

5. EntrePerson

Målsättningar:

1. Identifiera styrkan och svagheter för de möjliga stödmottagarna
2. Utveckla en känsla av socialt entreprenörskap
3. Uppmuntra möjliga stödmottagare att starta egna sociala företag
4. Utveckla en känsla av förtroende och expertis inom området socialt entreprenörskap

Materials:

1. Kom upp med en idé om problematiska situationer som förekommer i sociala företag
2. Utskrivna namn och beskrivningar av olika personlighetstyper
3. Pennor, pennor, markörer, blädderblock, papper

Rekommenderad tid: 2-3 timmar

Planeringsanteckningar:

Denna workshop är planerad för minst 20 deltagare (men kan användas inom grupperna 15-30)

Tränare bör ta reda på mer information om egenskaperna hos olika personligheter

Session flow:

1. Be gruppmedlemmarna att bilda pären
2. Dela ut en lista över problematiska situationer som uppstår i sociala företag och be dem att tillämpa lösningar individuellt utan att hjälpa varandra (15 minuter)
3. Efter avslutad lösning bör pären diskutera hur de löste situationerna (15 minuter)
4. De bör skriva ner vilken typ av åtgärder som vidtogs i enlighet med de befintliga utmaningarna och vilken typ av förslag de skulle ge varandra (10 minuter)

5. Efter att pären har slutfört utvärderingsprocessen bör en facilitator introducera frågesporten av personlighetstyper
6. Deltagarna har sedan 20 minuter att avsluta frågesporten och ta reda på den grundläggande typen av deras personlighet
7. En facilitator kommer att distribuera utskrivna beskrivningar av personlighetskaraktistika och fästa namnen på varje personlighetstyp till deltagarna på grund av deras resultat
8. Deltagarna har 5 minuter att läsa beskrivningarna
9. Därefter kommer deltagarna att uppmanas att skapa en grupp om 4 personer med olika personlighetstrekk. En facilitator kommer att sprida information om den aktuella utmaningen inom området socialt entreprenörskap och deltagarna kommer att uppmanas att hitta lösningar på situationerna enligt deras personlighetstyper (15 minuter)
10. Den sista etappen av workshopen kommer att vara en gruppdiskussion om rollen för olika personlighetstrekk och deras roll i utvecklingsprocessen och skapandet av nya sociala företag (20-30 minuter)

Debriefing:

1. Vilka egenskaper ska en social entreprenör ha?
2. Vilka typ av personlighetsdrag hittade du hos dig själv som du inte var medveten om?
3. Vad var din strategi för att lösa aktuella utmaningar och såg du några länkar till din strategi och personlighetsdrag?
4. Anser du att dina egenskaper är lämpliga för att driva ditt eget sociala företagande?
5. Vilka personliga egenskaper skulle du vilja arbeta med för att utveckla dig själv som en framtida social entreprenör?

Stängning av session:

I slutet av sessionen bör en facilitator sammanfatta processen och utvärdera hur olika

personlighetstyper kan bidra till utvecklingsprocessen i samhället och skapandet av nya sociala företag.

Resource Sheet: 16personalities.com

Exempel på de utmanande situationerna inom området SE:

1. Effekterna av åtstramning
2. Hantera diversifiering
3. Öka konkurrensen
4. Få tillgång till finansiering
5. Samverkan
6. Att behålla socialt syfte
7. Offentlig bild

6. Mat för tankar

Målsättningar:

Att presentera olika möjligheter att delta i sociala ekonomiska aktiviteter och vinster som kan tas ut ur dem

Milestones:

- att räkna upp så många alternativ som möjligt med hjälp av en föredömlig social aktivitet (Zupa na Wolności (polsk fallstudie)) - icke-formellt initiativ);
- att öka kunskapen om utvalda former av engagemang: CSR, ansvarsfull konsumentism (med tonvikt på att köpa tjänster och / eller produkter som sociala företag erbjuder), volontärarbete / deltagande i tredje sektors initiativ, donationer, sociala medieaktiviteter;
- att ange konkret personlig vinst som levererats från de presenterade formerna för engagemang.

Materials:

papper, blädderblock, markörer, videoprojektor, wi-fi-åtkomst, minst en dator, personliga mobiltelefoner, klisterlappar, 12 förskrivna papper (4 kategorier av engagemang och 8 exakta exempel som används för att illustrera engagemangsformer)

Rekommenderad tid: 75-90 minuter (i fallet med den valfria fallstudie presentation - 60)

Rekommenderat antal deltagare: 8-20

Rekommenderad ålder för deltagarna: 16<

Aktivitet och tid	Session flow:	Debriefing	Planeringsanteckningar:
Introduktion	-Fråga gruppen till stå i en cirkel. - Fråga om gruppen känner till metod / spel av deltagarna säger ett ord vid tid och efterbehandling meningen	Efter finalen runda ställa frågor till deltagarna. T.ex.: - vad var svårigheter i välja en aktivitet? - vad var svåraste uppgift att utföras?	Innan: - välj en viss skål från land eller åtminstone ett sådant igenkänd av alla medlemmar i gruppen. - beroende på grupp: gör säker på att den särskilda gruppen av uteslutning är inte direkt inriktning på alla deltagare.

(20-25m)	<p>tillsammans.</p> <p>Försätt samma spelet, men med tänker att varje person säger nästa mening på ämnet om hur man gör gör en soppa, steg efter steg.</p> <p>- Efter detta, be om runt runt, men den här gången om steg för steg process av organisera a leverans av soppa till hemlösa. Denna gång, alla person skriver ner en viss aktivitet i ett stycke av litet papper aktivitet och uttrycker det framför henne. Fortsätt tills utmattning av ämne.</p>	<p>- är alla dessa uppgifter att vara utförs ensam, eller du behövde hjälp av andra?</p> <p>- i vilket ögonblick tror du det idén växer fram (leverans av soppa)?</p> <p>Efter fallstudie, fråga general fråga:</p> <p>- tror du att just detta gruppen gick genom samma bearbeta?</p>	
Case Study	<p>- Lägg upp ett fall studie från din / övriga land, där denna aktivitet hade hände och var implementerad på en gräsrotsnivå, om tillämplig - användning foton / video material.</p>		<p>Om du kan - hitta en relevant exempel från världen Land. Som en bilaga, det kommer att läggas till material om ett polskt initiativ <i>Zupana wolności</i></p>

(5-10m)			
Arrangemang (10m)	- Blanda papperet kort av deltagare i mitten.	Innan: - förklara det fulla omfattning av kategorier att ge en	I större grupper - för delning av korten - form dem i 2/3 grupper och.

	<p>- Presentera (t.ex. lägg på ett blädderblock eller golv) 4 pappersark för deltagarna med följande skrivna på dem: = tekniska problem / logistik; = samarbete och kommunikation; = arbetsbelastning (faktiska aktiviteter utförda av ppl.); = produkter och material;</p> <p>- be deltagarna (tillsammans som grupp) att matcha sina kort i de relevanta kategorierna (listade ovan) genom att sätta / fästa dem bredvid respektive kort som representerar kategorin</p>	<p>tips till deltagarna där de specifika aktiviteterna från den första aktiviteten bör tilldelas: t.ex. frågor som rör kontaktande / ringande institutioner eller hemlösa skyddsrum bör tilldelas kategori kommunikation och samarbete, leverans av broschyrer och affischer om verksamheten samt fyllning av tallrikar med mat bör betraktas som arbetsbelastning, tillhandahållande av lämpligt kök för matlagning bör relateras till logistik, medan alla inköp bör landa i kategorin produkter / material,</p> <p>Efter:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kontrollera arrangemanget som föreslagits av deltagarna; - uppmuntra a diskussion om tilldelning av 	<ul style="list-style-type: none"> - Vid en större grupp - inleda en diskussion om tilldelningen av de specifika aktiviteterna i deras respektive grupper - Under uppdragsfasen - se till att övervaka och ge hjälp till deltagarna vid behov.
--	--	---	---

		<p>uppgifterna i deras kategorier</p> <ul style="list-style-type: none"> - om det behövs - korrigera eventuella felidentifieringar genom att säga att den här aktiviteten, medan den hoppar över med andra, passar bättre till en annan kategori - förklara att dessa pappersark i allmänhet representerar de resurser och tjänster som vi personligen kan erbjuda NGO-sfären, t.ex. arbetsbelastning kan betyda att ägna tid, tekniska problem kan betyda vår expertkunskap som är värdefull för organisationen (t.ex. att skapa en webbplats), samarbete och kommunikation innebär att sprida ett synlighet av ett initiativ, icke-statliga organisationer och produkter och material kan betyda valfria monetära vänliga donationer; 	
Definitioner (20-30m)	- Be deltagarna att ovanstående nämnts	Innan: - Ange att du som tränare kommer att finnas i det fallet	Du kan justera de 8 kategorierna beroende på det land / grupp du är genomföra utbildningen med,

	<p>kategorier - i en bred mening - kan representera sfärer av ingång / mervärde som de kan ta med till NGO / social företagsområde i det följande särskilt område t.ex. ämnen som:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ansvarig konsumentism; • CSR; • Volunteerin g; • Social Medieengagemang; • Starta egen aktivitet; • Leta efter initiativ • Educating själv; • Penning och naturligt donationer; <p>Dela ut tidigare förberedd pappersbitar med ovan-nämnda kategorier och fråga deltagare till individuellt eller i små grupper (beroende på a gruppens storlek) bedriver forskning (10-15 m) på sina telefoner och förbereder en definition eller ytterligare information om dessa former av engagemang, t.ex. i en mening om</p>	<p>deltagarna skulle behöva lite hjälp relaterad till fynd information. Om behövs, föreslå vissa källor (finns i resursblad). Efter:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fråga deltagare om det var svårt att hitta information om de valda områden. - Fråga om de har det lärde sig något ny. - Fråga deltagare till påpeka aktiviteter det är mest engagerande och som är minst. - Fråga deltagarna om dessa aktiviteter, utanför att vara användbart för organisation, kan förse dem med lite vinst för sig själva. 	<p>t.ex. med mer avancerade deltagare koncentrerar sig på mer engagerande former som CSR eller lägger till aspekter som att anställa en person med funktionsnedsättningar.</p> <p>FYI, det skulle vara de gemensamma vinsterna som individer kan ha av de former av det engagemang som används i denna övning:</p> <ul style="list-style-type: none"> - CSR - empowerment, att känna igen i yrkesmiljön, åsikt om att vara aktiv, involverad person - större chans för marknadsföring, ekonomisk uppskattning; - Ansvarsfull konsumentism (tjänster och produkter som sociala företag erbjuder) - trendsättande, bygga en bild av influencer, betonar socialt och självmedvetande, höja upp sin sociala status; - volontärarbete / deltagande i tredje sektors initiativ - empowerment, att känna igen i lokalsamhället, åsikt om att vara aktiv, involverad person - erfarenhet av CV - donationer - känslomässigt engagerande, skattesänkningar möjligheter
--	---	---	--

<p>vad CSR betyder och vilka exempel, var man hittar lokala aktiviteter (t.ex. lokala centra för volontärarbete), var man kan utbilda sig etc.</p> <p>- Efteråt - fråga deltagarna ska kort presentera dessa koncept för grupperna, så att de delar sina egna kunskaper och fynd.</p> <p>Uppmuntra diskussion.</p>		
--	--	--

			<ul style="list-style-type: none"> - Initiativ på sociala medier - trendsättande, bygga en bild av influenser, betona socialt och självmedvetande, höja upp egen social status; - starta eget initiativ - ekonomiska vinster, oberoende
Genomförande (15-20m)	I denna del, fråga varje person i gruppen kommer att arbeta individuellt (10 min) för att välja och sedan mycket kort presentera (30 sek. Tweet-liknande tonhöjd) för hela gruppen ett valt socialt företag.	Efter presentationer av varje enskild person, om de inte skulle nämna detta på sin tonhöjd: -Varför valde du detta sociala företag / aktiviteter ?	<ul style="list-style-type: none"> - Visa några FB-sidor med exempel som är relevanta för värdlandet (t.ex. Zupa na wolności i Polen); - Om några av deltagarna inte skulle ha sina mobiler på sig - föreslå att du arbetar med par - Om du tar slut på tiden - kan du be om att denna övning ska utföras i

	<p>Deltagarna ska utföra 3 anslutna uppgifter:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Be deltagarna att söka på sina mobiltelefoner efter ett exempel på socialt företag / initiativ som är intressant för dem, med hjälp av kunskapen och informationen om möjligheter till engagemang, presenterade av dem själva och / eller andra i den tidigare aktiviteten; - Då, alla enskild deltagare bör fatta ett hypotetiskt beslut om att involvera sig i ett valt socialt företag / initiativ och ange hur de skulle vilja göra det med hjälp av metoderna för involvering som beskrivs i föregående övning. Medverkan kan uttryckas av åtminstone sociala 	<ul style="list-style-type: none"> - Vilken typ av personlig vinst kan du ta ut genom att involvera dig själv i deras aktivitet? - Vad var det svåraste i förbereda kontraktet? 	<p>små grupper snarare än av individer</p> <ul style="list-style-type: none"> - Du kan definitivt uppmuntra deltagarna att fysiskt engagera sig i den organisation som de valt, vilket betyder - de kan gilla sin fan-sida eller ring dem med en fråga om engagemang. <p>Den viktiga aspekten av denna övning för att visa möjligheten att bedriva en aktivitet inom området socialt entreprenörskap, så som en tränare lägger tonvikt på denna aspekt.</p>
--	--	---	---

	<p>media interaktion dvs att gilla, dela, följa eller publicera ett inlägg på Facebook-profilen för valt socialt företags fanesida.</p> <p>- Låt också deltagarna reflektera över hur de potentiellt kan engagera sig i detta sociala initiativ / sociala företag och vilka vinster de förväntar sig att ta ut från denna aktivitet-</p>		
<p>Closing session (5-10m)</p>	<p>Ge deltagarna ett lokalt sammanhang, peka ut dem på speciella platser där de kan engagera sig i det sociala entreprenörskapet</p> <p>.</p>	<p>Be deltagarna att tänka på övningen och deras feedback; Fråga hur de gillade det</p> <ul style="list-style-type: none"> - formen - avrättning - språk - aktiviteter ... av verkstaden 	<p>Till exempel påpekar de lokala icke-statliga organisationerna, organisationer som behöver volontärer, kanske vissa lokala välgörenheter som samlar in gamla kläder etc.</p>

Resources:

Zupa na Wolności – movie <https://www.facebook.com/watch/?v=2259760367614154>

Responsible consumering

- <http://www.zakupprospoleczny.pl/> (Poland), <http://segeorgia.org/tinfo.php?ID=14&ln=en> (Georgia)

Social media activity - <https://sproutsocial.com/insights/facebook-algorithm/> (Edge Rank), <https://blog.hubspot.com/marketing/anatomy-of-a-facebook-post> (The Anatomy of a Successful Facebook Post)

Donation – <https://www.globalgiving.org/> , <https://www2.fundsforngos.org/cat/non-financial-support-ngos-enhancing-lives-donations/>

Volunteering - https://europa.eu/youth/solidarity_en (European Solidarity Corps), <https://eurodesk.eu/> (Eurodesk – grants and opportunities)

Corporate Social Responsibility - <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/corporate-16-brands-doing-corporate-social-responsibility-successfully> (good practices), <https://bizfluent.com/info-8117691-four-types-corporate-social-responsibility.html> (types of CSR)

Starting up own initiative - <https://www.the-sse.org/resources/starting/start-social-enterprise-10-steps/> (School for Social Entrepreneurs)

<https://mashable.com/2014/12/14/moocs-social-entrepreneurs/?europe=true> (list of the best Massive Open Online Courses)

<https://www.mooc-list.com/course/becoming-changemaker-introduction-social-innovation-coursera> (University of Cape Town)

<https://www.mooc-list.com/course/social-impact-strategy-tools-entrepreneurs-and-innovators-coursera> (University of Pennsylvania)

7. GLOCAL

Målsättningar:

- Identifiera samhällets behov och koppla dem till den globala kontexten
- Reflektera över SDG som en referenspunkt för lösningar på samhällets utmaningar

Materials:

- Konstillbehör för den slutliga visualiseringen av kartan: - markörer, färg, sax, lim, färgpapper, gamla tidskrifter etc.
- pennor
- Klisterlappar
- Dubbel sidoband
- Massor av blädderblock för kartan
- Printer

Rekommenderad tid: 3 timmar

Planeringsanteckningar:

- Denna version av workshopen är utformad för deltagare som kommer från samma community. Om du arbetar med en blandad grupp, istället för att göra kartan över ett litet samhälle, gör du en karta över landet / kontinenten / världen och dela upp den sedan i 4-5 regioner / länder. De små grupperna du bildar ska vara internationella - var och en av dem arbetar på en region, men uppmuntrar deltagarna att dela sammanhang och behov på den plats de kommer från och fokusera på likheter mellan olika regioner.
- Du behöver den förberedda kartan över staden / byn / stadsdelen. Det måste vara riktigt stort (till exempel 5-6 anslutna blädderblock, men det beror på

gruppens storlek och storleken på bilderna du ska skriva ut). Kartan behöver inte vara så detaljerad, men den måste ha de viktigaste referenspunkterna markerade, till exempel kyrkan, skolan, huvudvägen, fotbollsplanen etc.

- Som underlättare bör du ha bakgrundskunskap om SDG: s concept och bästa metoder relaterade till det

Session flow:

Förberedelser (görs före verkstaden själv):

- Be varje deltagare att svara på följande frågor med bilder (en bild per fråga per person), skicka den till dig - du måste skriva ut dem före verkstaden.

Om du skulle filma en skräckfilm i din stad / by / stad, var skulle du göra det?

Föreställ dig att planeten håller på att kollapsa och du kan bara spara en plats i din stad / by / annan stad än ditt hem - vad skulle det vara?

Ta en bild av något intressant på den plats du vanligtvis inte går?

- Skriv ut bilderna (helst i färg) och signera dem på baksidan med namnet på deltagaren så att du enkelt kan distribuera dem

- Skriv i förväg listan med frågor för grupparbetet

- Skriv ut logoer för SDG på separata A4-papper i olika färger - var och en av dem bör ha ett nummer av SDG på sig

Workshop:

1. SKAPA KARTAN

1,1. Förklara syftet med verkstaden och tidpunkten för den. Har en kort inmatning om varför det är viktigt att undersöka gemenskapens behov (10 minuter)

1,2. Be varje deltagare att fästa sina bilder på den förberedda kartan över staden / byn / stadsdelen. (10 minuter)

1,3. Titta på kartan tillsammans med deltagarna och be dem dela kartan i 4- 5 geografiska områden, baserat på hur bilderna fördelas (det är viktigt att varje bild ingår någonstans). När de kommer till en slutsats drar du raderna på kartan som

skiljer de valda områdena. (10 minuter)

1,4. Håll en kort delningsrunda - peka på varje område och be människor vars bilder finns där att dela vad som finns på deras bilder och vad det betyder. (10 minuter)

2. ARBETE PÅ BEHOVEN

2,1. Förklara att de kommer att arbeta i grupperna och deras mål är att identifiera behoven i varje område

2,2. Dela deltagarna i grupper beroende på antalet identifierade områden. Uppdelningen ska inte vara slumpmässig - be dem välja vilket område de vill arbeta med beroende på deras intressen.

2,3. Ge deltagarna den skriftliga listan med frågor de behöver besvara i grupperna - se resursblad (30 minuter)

3. SDGs

3,1. Tillbaka i den stora gruppen - ha en liten introduktion till SDG-konceptet (utan att gå in på detaljer om de specifika målen). Visa därefter deltagarna logotypen för SDG: erna och be dem att försöka gissa vad var och en av dem betyder. Varje gång de kommer med det rätta svaret, skriv ner det på papperet med logotypen (de borde alla sitta på en whiteboard). När det behövs, kommentera SDG: erna och ge deltagarna mer detaljerad information om det. (20 minuter)

3.2. Tillbaka i små grupper ber deltagarna att sätta antalet SDG: er på varje behov de identifierade i sitt område. (10 minuter)

3,3. Gå tillbaka till den stora gruppen och ha en liten delningsrunda - hur var processen, var ni alla överens om behoven, vilka SDG: er som är mest relevanta för din stad / by / stadsdel? som inte är tillämpliga och varför? (10 minuter)

4. ATT SKAPA LÖSNINGAR

4,1. I den stora gruppen, be deltagarna att välja 3 mest brinnande behov i staden / byn / stadsdelen baserat på vad de diskuterade tidigare (10 minuter)

4,2. Be deltagarna att föreställa sig hur deras stad / by / stadsdel ser ut om alla dessa tre behov är uppfyllda. I nästa steg be var och en av dem att närma sig kartan individuellt och visualisera vad de har föreställt sig. Uppmuntra dem att vara kreativa och använda olika tekniker (collage, teckning, målning etc.) (20 minuter)

Debriefing:

- hur kände du dig under workshopen?
- vad lärde du dig?
- vad upptäckte du i ditt samhälle?
- vilka likheter / skillnader du ser mellan olika områden?
- hur tror du att du kan använda informationen om SDG: er?
- vilken typ av idéer för att förbättra samhället fick du? Planerar du att förverkliga dem? Hur?

Stängning av session:

- Betona vikten av behovsbedömning - om du vill ändra något, reflektera över dig själv och din omgivning
- Ta hänsyn till det lokala kulturella, geografiska, politiska sammanhanget och anpassa din idé till den
- Det är viktigt att inte bara fokusera på negativa aspekter utan också märka de positiva sakerna - titta på dem på ett alternativt sätt och bygga på dem med hjälp av din kreativitet
- du är inte ensam - titta på människor som liknar dig för att samarbeta
- agera lokalt men leta efter inspiration på global nivå

Resource sheet:

FRÅGOR FÖR ATT ARBETA PÅ BEHOVET

Part 1:

- vad tycker du om det här området?

- vad tycker du om och tycker inte om det?
- går du dit ofta? Varför? varför inte?
- vilken typ av människor bor där? vilka är deras utmaningar?
- hur mår du när du åker dit?
- vad gör du normalt där?
- vad kan förbättras i området?
- hur denna plats kan användas på ett annat sätt

Part 2:

- baserat på vad du diskuterade, vilka behov har detta område / samhälle? Namnge upp till 5 - skriv dem på klisterlapparna och placera dem på kartan bredvid bilderna

8. Affärlösning för sociala frågor

Målsättningar:

Syftet med workshopen är att ge vissa specifika verktyg till deltagarna, som kan användas för att lösa alla typer av problem.

Materials:

PowerPoint-presentation, projektor

Du måste ha uppsättning papper, sax, lim, någon gammal personal som kan användas av deltagarna för att skapa en prototyp av produktidén.

Rekommenderad tid: 90-110 minuter

Planeringsanteckningar:

Sessionen är planerad för 20 deltagare (men kan användas med 15-25 deltagare) Tränaren bör ta reda på mer information om designtänkande.

Session flow:

Först gör du en 15-minuters presentation om designtänkande som går så här:

Empathize (Undersök dina kunders behov)

Det första steget i designtänkingsprocessen låter dig få en empatisk förståelse av problemet du försöker lösa, vanligtvis genom användarundersökningar. Empati är avgörande för en mänsklig centrerad designprocess som designtänkande eftersom det gör att du kan lägga undan dina egna antaganden om världen och få verklig inblick i användare och deras behov.

Definiera (ange dina kunders behov och problem)

I Definiera scenen samlar du in den information du skapade och samlade under Empathize-scenen. Du analyserar dina observationer och syntetiserar dem för att definiera de kärnproblem du och ditt team hittills har identifierat. Du bör alltid försöka definiera problemställningen på ett mänskligt centrerat sätt när du gör detta.

Ideate (utmana antaganden och skapa idéer)

Formgivare är redo att generera idéer när de når det tredje stadiet av designtänkande. Den fasta bakgrunden med kunskap från de två första faserna innebär att du kan börja "tänka utanför rutan", leta efter alternativa sätt att se problemet och identifiera innovativa lösningar på det problem som du har skapat. Du måste namnge så många realistiska lösningar som möjligt.

Prototyp (Börja skapa lösningar)

Detta är en experimentell fas och syftet är att identifiera den bästa möjliga lösningen för vart och ett av de problem som identifierats under de första tre stegen. I detta skede producerar team flera billiga, nedskalade versioner av produkten (eller specifika funktioner som finns i produkten) för att undersöka problemlösningarna som genererades i föregående steg. Om vi talar om tjänsten än i stället för prototyp kan ett lösningsscenario eller simulering erbjudas.

Testa (prova dina lösningar)

Skapare eller utvärderare testar noggrant hela produkten med de bästa lösningarna som identifierats i prototypfasen. Detta är den sista fasen av modellen, men i en iterativ process som designtänkande används de genererade resultaten ofta för att omdefiniera ett eller flera ytterligare problem. Du kan välja att återgå till tidigare steg i processen för att göra ytterligare iterationer, förändringar och förfiningar för att utesluta alternativa lösningar

5. Implementera (gå offentligt med din produkt)

Du har testat din lösning i små kretsar men försök att offentliggöra. Du kanske har testat din produkt i din bubbla och dina kunder kanske inte accepterar den

Efter denna 15-minuterspresentation delar du deltagarna i fyra grupper. Och skapa en liten verkstad som tar upp till 60 minuter. På verkstaden går du igenom designtänkandet.

1. För det första ber du varje grupp att brainstorma så många problem som de står inför vardagen som möjligt. Du ger dem 5 minuter för det.
2. I den andra omgången ger du ytterligare 5 minuter att välja ett problem och definiera problemet mest exakt.
3. På det tredje steget begär du från dina deltagare att utbyta sina definierade problem. Så att man ger sin definition till den andra, andra - tredje ... och fjärde - första. Det du ger dem 10 minuter att tänka på.
4. Efter detta ger du cirka 20 minuter att göra prototypen eller tänka på simulering. Om det inte finns mycket tid eller material för att faktiskt arbeta med prototyp, ge några minuter till att tänka på den exakta beskrivningen av prototypen.
5. Då utbyter du igen grupperna så att prototypen går till gruppen som identifierade och definierade problemet. De undersöker produkten i 5 minuter och förbereder feedback för prototypskaparna.
6. Efter detta ger du chansen att varje grupp ger feedback till prototypskaparna. Det tar cirka 10 minuter

Diskussionsfrågor:

Sedan ställer du gruppen följande frågor:

1. Hur tyckte du om verkstaden i allmänhet? Varför eller varför gillade de inte det?
2. Hur svårt var det att identifiera problemen och definiera dem exakt?
3. Hur skulle de utvärdera det totala resultatet och de föreslagna lösningarna från andra för sina problem?
4. När de kan använda den här metoden och när inte?

Stängning av session:

Du berättar något liknande:

Det finns ingen situation eller stat, när det inte finns någon lösning. Det finns alltid resultat, men du behöver bara ta lite tid för att tänka kreativt och hitta den bästa och billigaste lösningen för problemet. Så spara aldrig tid att ta djupt andetag, koppla av och börja fundera över lösningar på de problem de står inför varje dag.

Resource sheet:

Search: Design thinking

https://www.ideo.com/?gclid=Cj0KCQjw5rbsBRCFARIsAGEYRwd2w5mtegKrkhrgjrN5qTEDkeKvrpfqyaXuV5dpxxCOjvajqjs-j0aAtzZEALw_wcB

9. Introduktion i socialt entreprenörskap

Målsättningar:

- Förstå begreppet socialt entreprenörskap
- Låt dig inspirera att hitta nya sätt att hantera samhällets utmaningar
- Förstå skillnaden mellan socialt entreprenörskap och vanligt företagande
- Upptäck fördelar och nackdelar med att starta ett socialt företag

MATERIALS:

- Papper A4 (vitt och färgat)
- Notera klistermärken
- projektor
- Screen
- Markörer
- pennor
- Tabell
- Vit tavla
- Bläddra pappersark
- Lim fastnar
- Sax

Rekommenderad tid: 255 min

Planeringsanteckningar:

- Att undersöka ämnet SE i olika tillvägagångssätt
- Att hitta och förbereda en sammanställning av olika definitioner av SE
- Att undersöka de rättsliga ramarna och kraven för SE för de länder som deltagarna kommer från
- Att hitta några relevanta exempel på fungerande SE (video, intervjuer, artiklar) på lokal, nationell och internationell nivå
- För att hitta 2-4 fallstudier, om deltagarna inte kan hitta

- **SESSION FLOW:**

1. Bedömning av kunskap om ämnet socialt entreprenörskap (20 min)

Bedömning på en imaginär skala, från 1 till 10, av följande ämnen:

1. Hur deltagarna kan utvärdera nivån på sina kunskaper om socialt entreprenörskap?
2. Hur kan deltagarna utvärdera graden av deltagare att delta i SE-fältet?
3. Hur många befintliga sociala företag vet deltagarna

För varje fråga inbjuder facilitatorerna 2-3 personer från olika delar av skalan för att ge några kommentarer, för att förklara deras val

2. Definition av socialt entreprenörskap (95 min)

2,1. Reflektion av dig själv (10 min)

Deltagarna måste skriva på ett klistermärke ett ord de associerar SE med och lägga det på ett vitt tavla.

2,2. Brainstorming (15 min)

Facilitator skapar en definition av socialt entreprenörskap genom att använda de egenskaper som deltagarna genererat vid tidigare träning och genom att involvera deltagarna. Som ett resultat kommer vi att ha en definition av socialt entreprenörskap, allmänt accepterat av medlemmarna i gruppen.

2,3. Lokal verklighet (60 min för forskningsarbete + 10 min för presentation för varje grupp)

Deltagarna är indelade i landsarbetsgrupper och tillfrågas om att göra en kort analys av deras landsram för SE: allmän kontext, SE-lag / -reglering, anläggningar, god praxis och exempel. Alla grupper väljer sitt eget sätt att presentera forskningsresultaten för andra deltagare. Facilitatorerna erbjuder dem allt nödvändigt material.

2.4 Grupp- och konstantverk (30 min + 10 min för presentation för varje grupp)

Deltagarna kommer att delas upp i fyra grupper. Varje grupp måste välja sitt eget ursprungliga namn. Varje grupp har sin egen uppgift och ombeds att förklara SE på fyra olika sätt:

1. Collage av kikar
2. Bildspel av foton
3. Tillämpning (hantverk)
4. Teaterföreställning

3. Skillnaderna mellan socialt entreprenörskap och regelbundet (företag) företagande (110 min)

3,1. Diskussionsgrupper (10 min för förklaringar + 20 min för grupparbete)

Skapa 4 grupper för diskussion, nämligen: Hulk, Ironman, Black Panther, Thor. Deltagarna ska dela sina åsikter om ämnet skillnader mellan socialt entreprenörskap och vanliga (företag) företagande, lägga höjdpunkterna i diskussionen på ett presentationsblad och presentera det för hela gruppen.

3,2. Fallstudier (30 min + 15 min för presentation för varje grupp)

Gruppen måste delas upp i två arbetsgrupper. Någon av dem bör hitta och välja ett exempel på framgångsrika företag / sociala företag och presentera dess framgångshemligheter. Varje grupp presenterar sina resultat för hela gruppen.

3,3. Video (10 min)

Exempel: <https://www.youtube.com/watch?v=Mh1rXR40hyk>

3,4. Gruppdiskussion (10 min)

Öppen diskussion med deltagande av hela gruppen

4. Fördelar och nackdelar med att starta ett socialt företag (30 min)

4,1. Reflektion av dig själv (10 min)

Deltagarna måste skriva på klistermärken fördelarna och nackdelarna med SE och sätta dem i balans, drunkna på ett vitt pappersark.

4,2. Gruppdiskussion (15 min)

Undervisaren kommer att inleda en session med öppna diskussioner om SE: s huvudsakliga fördelar / nackdelar.

Diskussionsfrågor:

Hur tycker du om ämnet SE? Inspirerad / rädd / utmanad? Vill du undersöka det djupt för att veta mer om det?

Hur förstår du skillnaderna mellan socialt entreprenörskap och vanligt (företag) företagande?

Ser du några möjligheter / utmaningar i ditt samhälle som kan lösas genom att driva ett socialt företag?

Hur känner du dig med idén att engagera dig i ett socialt företag? På vilket sätt (genom att lansera ditt eget SE, erbjuda ekonomiskt stöd, arbeta, volontärarbete, köpa / använda SE: s tjänster / produkter)?

Stängning av session:

1. Upprepad bedömning på en imaginär skala, från 1 till 10, av följande ämnen:

- Hur deltagarna kan utvärdera nivån på sina kunskaper om socialt entreprenörskap?

- Hur kan deltagarna utvärdera graden av deltagare att delta i SE-fältet?

2. Betygsfråga:

Hur uppskattar deltagarna hela workshopen / deras energinivå / den allmänna atmosfären / använda metodiken?

För det kommer facilitator att be deltagarna att visa sin åsikt i tur och ordning, genom att höja framför rak hand på olika höga, beroende på nivån de utvärderar varje aspekt.

3. Öppen fråga:

Vad tyckte deltagarna om?

Vad kan förbättras?

Deltagarna kommer att stanna i en cirkel och frågas om att komma med sina åsikter på sin tur.

Resource sheet:

Video: <https://www.youtube.com/watch?v=Mh1rXR40hyk>

10. Göra valet

Målsättningar:

- Lär dig mer om fördelarna / möjligheterna med socialt entreprenörskap
- Var mer medveten om deras påverkan på det lokala samhället
- Ta mer ansvarsfulla beslut när du väljer en produkt / tjänst

Materials:

- 1 produkt från ett företag
- Samma typ av produkt från ett socialt företag
- Klisterlappar / pennor

Rekommenderad tid:90 minuter

Förberedelse:

Undersök det lokala sociala företaget och köp deras produkt för att jämföra med samma objekt som producerats av det stora företaget. Om det inte är möjligt att köpa den här artikeln kan du också visa bilderna sida vid sida på skärmen. (Det är möjligt att visa typ av tjänst istället för produkten, till exempel genom att visa bilden av det vanliga caféet och ett socialt kafé sida vid sida.)

Session flow:

Steg 1: Öppning

Börja sessionen genom att ställa deltagarna följande frågor:

- Var handlar du normalt? Var köper du produkter eller var får du någon slags tjänst?
- Vet du hur det är gjort? Eller av vem?
- Har du någonsin funderat på hur denna produkt påverkar det lokala samhället / miljön?
- Vet du hur de behandlar sina anställda?

Steg 2: Introduktion till produkten / tjänsten.

Presentera produkten / tjänsten. Visa den massproducerade artikeln och ett alternativ från ett socialt företag (du kan lägga dem på separata bord). Låt deltagarna gissa vad som är skillnaden mellan dem. Avslöja att en produkt kommer från ett företag och en annan från ett socialt företag.

Steg 3: Grupparbete

Dela deltagarna i grupper och be dem undersöka vad detta specifika sociala företag gör. Ge dem två färger av klisterlappar. På en färg bör de skriva vad som är fördelarna med att köpa dessa produkter. På andra färg bör de skriva nackdelarna. (Till exempel genom att investera sina pengar i ett socialt företag stöder de lokalsamhället, även om det kan vara dyrare än en massproducerad artikel, etc.)

Steg 4: Presentationer

Be deltagarna att fästa anteckningarna på sidan av varje produkt och förklara deras fördelar och nackdelar individuellt.

Steg 5: Debriefing

Upprepa vad deltagarna har skrivit och sammanfatta om för hela gruppen. Debrief dem med följande frågor:

- Hur gillade du den här sessionen?
- Vad lärde du dig?
- Kommer du att vara mer intresserad av att köpa produkter från sociala företag?
- Hur kommer du att dela denna kunskap med andra?

Steg 6: Slutsats

Sammanfatta sessionen genom att förklara vikten av att stödja sociala företag med våra bidrag.

Bonusförslag:

Du kan bjuda in representanten för detta specifika sociala företag som kommer att prata med deltagarna om deras arbete och hjälpa dem att göra en mer personlig koppling till orsaken.

11. Marknadsanalys

Målsättningar:

När du börjar verksamhet bör du känna till marknaden där du ska driva. Du bör veta att det finns konkurrenter, potentiella partners och andra möjligheter som du bör analysera innan du går in på marknaden.

Materials:

Papper och penna till deltagarna.

Rekommenderad tid: 60-90 minuter

Planeringsanteckningar:

Denna workshop ska göras när alla deltagare har sina egna idéer om socialt företag.

- Förfarandet planeras för 20 deltagare (men kan användas med 15-25 deltagare)
- Du bör förbereda en liten presentation om PESTLE-analys. Att förklara vad det handlar om och varför är det viktigt och fördelaktigt.

Session flow:

I början bör du göra en 20-minuters presentation om PESTLE-analys och förklara den med ett exempel på ett globalt företag. Dela sedan deltagarna i grupper av samma idéer. Och ge dem 25-30 minuter att analysera deras SE-idé med hjälp av PESTLE-modellen.

När de är klara ber de att presentera sina resultat för gruppen. Ställ frågor, kolla om de verkligen förstår modellen. Låt deltagarna ge varandra råd. Ge var och en av dem slutliga rekommendationer för att förbättra deras analys.

Diskussionsfrågor:

Sedan ställer du gruppen följande frågor:

1. Hur gillade du verkstaden i allmänhet? Varför eller varför gillade de inte det?

2. Vad tror du vad handlade workshopen om? (här leder du dem till huvudämnet: insamling)
3. Hjälpte verkstaden dig att se dina intressers potential?
4. Vilka känslor hade du när du fick reda på att du och samhället kan dra nytta av dina idéer?
5. Vad tror du att du kan lära dig av den här workshopen?

Stängning av session:

Utifrån de presentationer och fynd de gör, dra slutsatsen hur användbar denna information kan vara för var och en av dem innan du startar sina företag. Generellt sett prata om betydelsen av marknadsanalys.

12. Pengar Quest

Målsättningar:

För att ge dina deltagare ett konkret exempel på att finansiering kan komma var som helst, behöver du bara vara snabb och flexibel. Du har desto mer ansträngning du lägger i det mer får du.

Materials:

Pengar i olika sedlar och små förändringar.

Rekommenderad tid: 60minuter

Session flow:

Du gömmer pengar i konferensrummet. Du kan gömma dem överallt och ibland flera tillsammans, slå inte så nära att ses när du tar en av dem. I början berättar du inte för dem att verkstaden handlar om insamling.

Sedan berättar du för dina deltagare att det finns pengar gömda i rummet och ger dem 30 minuter att hitta så många som möjligt.

När de har upptäckt alla sedlar (eller efter en halvtimme) sitter alla i cirkeln och inleder en diskussion.

Diskussionsfrågor:

Sedan ställer du gruppen följande frågor:

1. Hur gillade du verkstaden i allmänhet? Varför eller varför gillade de inte det?
2. Vad tror du vad handlade workshopen om? (här leder du dem till huvudämnet: insamling)
3. Vilka känslor hade du när du sökte och hittade lite pengar? När du hörde att någon hittade lite pengar?
4. Vad tror du att du kan lära dig av den här workshopen?

Stängning av session:

Du berättar något liknande:

Det finns alltid pengar för att finansiera dina idéer. Kanske har du ibland en känsla av att det inte finns fler bidragsmöjligheter åt dig. Särskilt om någon hittar lite pengar på en plats, tror ingen, inklusive den killen, att det kan finnas något kvar åt dem och bara ge upp denna givare. Men det viktiga är att du inte bör göra några antaganden själv, såvida inte givaren säger något. Du måste bara prova överallt.

13. Sälj mig en penna

Simuleringsprestanda för finansiering av opportunistiska och förhandlingar. Denna workshop riktar sig för att lära deltagarna hur man kan utöva teoretisk kunskap i praktiken under förhandlingarna och samarbetet med olika intressenter för att få ekonomiskt eller materiellt stöd från olika aktörer som: Lokala och internationella givare, företagsföretag, lokala myndigheter, banker etc. kan uppnå konsten att förhandla och förhandla, för att förstå vem som är huvudaktörerna och hur de kan närma sig dem ordentligt.

Målsättningar:

- Ge deltagarna erfarenhet av insamlingsmöjligheter;
- Att undervisa om förhandlingskonst med myndigheter och näringsliv;
- Hur man hittar ekonomiska resurser för vårt SE;
- Hur man krossar hinder med olika intressenter;

Materials:

4 bord; stolar för deltagare (för alla), A4-papper, penna, markörer, blädderblock för idépresentationer, förberedda utdelningar (inklusive rollbeskrivning och 3 förberedda frågor); symbolisk present till "vinnerteamet". Utvärderingsformer för grupperna, inklusive 5 utvärderingskriterier från 1 till 6 poäng: presentationskunskaper, förhandlingsfärdigheter, relevans av SE-idé, korrekt budgetering för SE, motivation och entusiasm för deltagare, grupparbete.

Rekommenderad tid: 3 timmar, (2 sessioner 1,5-1,5 timme), inklusive förberedelsetid för grupp deltagare, rollspelare och facilitatorer. rollspel session och diskussion och slutlig reflektion av aktivitet.

Planeringsanteckningar:

Rollspel är utformat för upp till 25 deltagare + 2 facilitatorer. Facilitator måste distribuera handouts och detaljerad information om roller och uppgiften för medlemmarna i rollspel.

Session flow:

1. Dividing roles:

1.1 vi behöver 8 deltagare som kommer att ha särskilda roller enligt följande: 2 företrädare för internationella givare, 2 representativa lokala myndigheter, 2 representanter från lokala företagsföretag och 2 representanter för Bank. Rollspelare informeras om att förbereda minst 2-3 frågor för gruppen i förväg. De kommer att spela roll med strikt och oförskämt för att göra det mer komplicerat och utmanande för deltagarna.

1.2 Två ledare är observatörer och utvärderar gruppdynamiken och hela processen. Till slut kommer de att moderera den slutliga diskussionen och reflektionen enligt deras observationsanteckningar.

1.3 Grupp med 5-6 deltagare, de kommer att dela uppgifter mellan sig och under presentationen kommer alla att vara involverade.

2. Varje grupp kommer att uppmanas att förbereda kort persiska och presentation om sin idé om socialt företagande.

3. Förbered material, bord, stolar och annan utrustning för slutprestanda.

4. Åtgärd - rollspel där alla grupper i praktiken utför alla uppgifter som de förberedde under förberedelseprocessen. Grupp efter grupp kommer de att göra presentationer med fyra olika intressenter (internationella och lokala givare, lokala kommuner, lokala företag och banker)

5. Slutlig gruppdiskussion och reflektion.

5.1 Facilitators kommer att förbereda 3-4 frågor kopplade till repspel och aktivitet.

5.2 Facilitators tillkännager det vinnande laget; Detaljerad tidtagning totalt 180 minuter:
Dela upp och förklara roller för deltagarna - 15 min. Distribuera handanteckningar och material för uppgiften - 5 min

Förberedelse för den slutliga rollspel och presentation av idéer - 45 min

Rollspel, varje grupp har - 15 min, 10 min för presentationer och 5 min för Q / A från rollspelare - totalt 60 min.

Slutlig diskussion och reflektion - 30 min

Facilitator utvärdering och ytterligare information om förhandlingsfärdigheter - 15 min.

Tillkännagivande av det vinnande laget och belöning symboliskt trofé 5 min.

Oväntade omständigheter och frågor 5 min

Diskussionsfrågor:

Frågor för slutliga diskussioner en reflektion:

1. Hur gillade du aktiviteten och processen?
2. Vad var den mest utmanande delen för ditt team?
3. Enligt din åsikt Vilka är de viktigaste färdigheterna för denna typ av verkliga situationer?
4. Om du tror att denna rollspel är kopplad till realtidssituationer? 5. Vilken gruppförhandling var din favorit?

Avslutning / slutsats:

1. Efter att diskussionsledaren kommer att ge en uppsättning rekommendationer och råd enligt gruppens behov, som utarbetades under hela sessionen. Dessutom kommer de att dela tips och tricks om förhandlingskonst som kommer att vara användbara för deltagarna i deras framtida verkliga aktiviteter.
2. Facilitators tilldelar symboliskt trofé till ett vinstlag. (det kan vara choklad eller samma godis).

Resursblad:

Inget eller så kan vi hitta läsmaterial om förhandlingsfärdigheter på internet och sätta den länken här.

14. Färdighetsstaty

		Comments:
Worksh op titel:	Färdighetsstaty	
Målsättni ngar:	❖ Att bli medveten om styrkor och svaghet.	

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Att väcka medvetenhet om vikten av dessa egenskaper under teamarbete. ❖ Få en bättre förståelse av styrkorna och svagheten du visar i olika sammanhang och ta reda på vad andra värderar dig mest. ❖ Att uppmuntra till bättre kontakter mellan teammedlemmarna och bygga uppskattning för mångfalden av styrkor i gruppen. 	
Material s:	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Pappersark ❖ Pennor, markörer ❖ Klisterlappar 	
Rekommenderad tid:	<p>60 – 90 min I part – 50 min (personligt arbete) II part – 40 min (arbete i par)</p>	<p>Ta hand om tid!</p>
Planeringsanteckningar:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Underlättare bör anpassa det ordförråd som används till den grupp där han håller workshopen (t.ex. med undantag av ordsvaghet använder ordutmaningar och så vidare ...); ○ 4 väggaravtal; ○ Det är möjligt att utveckla denna övning, inklusive den principidén med SWOT-analys. 	

<p>Session fiow:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ge varje person en bit blädderblock papper; 2. Meddela din grupp vad som är ämnet och vad de ska göra och hur mycket tid de har för att utföra dessa uppgifter; 3. Be dem rita en silhuett av sig själva; 4. Be dem skriva sitt namn ovan eller under ritningen; 5. Låt deltagarna välja ut styrkor och svagheter som på lämpligt sätt beskriver dem bäst (det kan hjälpa dig att tänka på vad du värderar dig mest eller komma ihåg de tider när du har varit mest engagerad och hittad av någon aktivitet); 6. Välj för din silhuett några "specialområden" och namnge de med detta mönster: <ul style="list-style-type: none"> o Kunskap - huvud o Färdigheter - händer o Hjärta - lidenskaper, hobbyer, smak o Ben - mål, mål, motivation för arbete, reflektioner 7. Skriv ner styrkor och svaghet (använd olika färger på markörer, till exempel blå en för styrkor och en svart för svaghet) på din 'mänskliga'; 8. Försök att matcha dina drag till dessa "specialområden"; Be alla att para ihop, helst med någon de inte känner så bra. Tar varje kollega i sin tur, den par ska skriva ner minst 5 styrkor som bäst beskriver att varje person (om 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Låt människor hitta det bästa stället att göra denna övning i klassen eller utanför, på bord, golv etc. ❖ Försök att skapa en mysig stämning i arbetsplats, t.ex. spelakylning

det finns tid för detta);

10. De bör skriva sina valda styrkor för varje kollega på ett litet blad och sedan hålla dem inuti respektive silhuett;

11. Låt dem hitta alla situationer där en sådan svaghet faktiskt kan vara användbar och lägg till som klisterlappar med all information till sin silhuett;

12. De borde också komma med några idéer om hur partner kan arbeta med sin svaghet och förändring det (på ett realistiskt sätt);

13. Upprepa denna process tills de har gjort det för alla kollegor;

14. Låt medlemmarna i denna utbildning presentera sin silhuett och berätta om de upptäckte något nytt om sig själva;

15. Avsluta genom att gå igenom blandningen av styrkor som visas överallt

9. laget som helhet.

<p>Diskussionsfrågor</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hur kände du dig under den här övningen? 2. Hittade du några svårigheter i den här övningen? 3. Hur mycket mångfald finns det? 4. Gör gruppen maximalt utnyttjande av detta styrkautbud under alla workshops? 5. Hur kan de använda denna kunskap för att bli ännu mer produktiva för arbete inom socialt entreprenörskap? 	
<p>Stängning av session:</p>	<p>Vad som är svaghet och vad som är en styrka är ett mycket relativt koncept som kan vridas 180 grader i olika situationer. Alla har funktioner som kan hjälpa till i socialt arbete och bidra med varor till organisationen, men du måste vara medveten om det och försöka hitta situationer där svaghet kan vara en unik fördel. Facilitators bör vara mer fokuserade på positiva aspekter och försök att hålla en sådan humör.</p>	

	<p>Facilitators bör förklara att: olika förmågor, egenskaper och talanger är grundbyggnaden upp mångfalden i teamet, som möjliggör delegering av uppgifter enligt intressen och kapacitet av medlemmarna (kort sagt: det ökar teameffektiviteten vid skapa idéer och lösa problem).</p>	
<p>Resource sheet:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ https://www.liveplan.com/blog/what-is-a-swot-analysis-and-how-to-do-it-right-with-examples/ ○ http://sk.sagepub.com/reference/organizationalpsychology/n148.xml ○ Work in the 21st Century: An Introduction to Industrial and Organizational Psychology; 2010; Frank J. Landy, Jeffrey M. Conte ○ https://en.wikipedia.org/wiki/Input%E2%80%93process%E2%80%93output_model_of_teams 	

15. Rollspel-simulering

Målsättningar:

Att förbättra kunskapen och ge praktisk erfarenhet av hur socialt företag fungerar och dess roll i processen för social och professionell återintegrering av människor med risk för marginalisering

Milestones:

- att fördjupa / öka kunskapen om skillnader mellan regelbunden affärsaktivitet och socialt företag
- förvärva grundläggande kunskaper och färdigheter i hantering av funktionshindrade i arbetet i sociala företag
- att förstå dubbla risker koncept kopplade till både sociala och affärsmässiga aspekter av att driva sociala företag

Materials:

9 klisterlappar (1 med "presidenten" nedskrivna, 8 tomma), 1 ark förskrivet papper (text ingår i procedurbeskrivningen), en klocka / timer för att räkna tiden

- synlig för alla deltagare, 9 klisterlappar med beskrivna roller enligt följande:

- Synskadad person
- Döv person som kan kommunicera med teckenspråk
- Person med en amputerad arm
- Person med spektrumet av autism (person som är isolerad från känslor, som gör exakt en given uppgift, lyssnar bara på presidenten)
- Person som lider av schizofreni (person som är väldigt glad och väldigt ledsen omväxlande och har humörsvängningar)
- Migrant (person vet inte språket, förstår inte vad andra säger, kommunicerar bara med eget modersmål)
- Person beroende av alkohol som kom till jobbet under påverkan av alcohol

- Vanlig anställd som inte riskerar marginalisering och social utslagning

halsduk för att täcka ögon, öronproppar i papper, snöre / halsduk för att binda en arm med bröstet; 1 ark förskrivet papper (text ingår i beskrivningen av procedurer),

Rekommenderad tid: 90 minuter

Rekommenderat antal deltagare: 10-11

Rekommenderad ålder för deltagarna14-18

Aktivitet och tid	Session flow:	Planeringsanteckningar:
Första stadiet (30 min)	<ol style="list-style-type: none">1. Vi väljer ut 9 personer av deltagarna (beroende på en grupp), det skulle vara en personal i ett visst socialt entreprenörskap.2. Av de övriga deltagarna i utbildningen väljer vi 1 eller 2 personer som kommer att vara observatörer.1. 1. Bland de nio korten kommer det att finnas ett med en VD för organisationen, en av deltagarna blir ett	Tränaren ska ha minst grundläggande kunskaper om ett socialt företags funktionssätt och personer med risk för utestängning (typer av funktionsnedsättningar, särskilda behov, risker). a) för att utföra uppgiften vi använder resurserna som vi har på den plats där utbildningen genomförs själva rummet, restaurang, hotellrum,

	<p>2. Uppgift för gruppen (skrivet på ett papper): För att förbereda en kaffepaus på 15 minuter. Kaffepausen kommer att bestå av 20 personer och kommer att bestå av te, kaffe, kakor, mjölk (inklusive veganersättare), socker (inklusive brunt), kakor, salta snacks och platsen själv (stolar, bord etc.)</p> <p>På papperet kommer observatörerna att skriva ner specifika ord som skulle sägas under utförandet av uppgiften, liksom kroppsspråket som kommer att hända.</p>	<p>glas, kakor, frukt. Som tränare kan du ändra allt innehållet i kaffepausen, men samtidigt tänka på att det alltid bör innehålla minst 6 element</p> <p>b) Beroende på gruppens storlek kan du bestämma i hur många lag du kan dela deltagarna (t.ex. 2-3 grupper). Den maximala mängden personer i gruppen är 9, medan lägsta är 6 personer.</p> <p>c) När det gäller uppgifternas mål - tränaren stör inte grupparbetet, gruppen måste själv ta reda på hur man ska slutföra uppgiften, vad de måste göra, vem de ska tilldela etc.</p> <p>d) oavsett förberedelsestillstånd</p> <p>- Efter 20 minuter bör övningen vara klar.</p>
<p>Andra stadiet (25 min)</p>	<p>3. Omedelbart efter uppgiften: Samma grupp har en annan uppgift: Att förbereda (20 minuter) ett träningsrum för 20 personer i en inställning av hästskon. Innan den kommer att konfigureras - måste du rengöra den tidigare inställningen.</p>	<p>a) för att utföra uppgiften vi använder resurserna som vi har på den plats där utbildningen bedrivs själva rummet, restaurang, hotellrum, glas, kakor, frukt. Som tränare du kan modifiera allt innehållet i kaffepaus, men kom ihåg att det alltid bör innehålla minst 6 element</p>

	<p>4. Innan du startar den andra delen av aktiviteten, dela upp teamet i 6 mindre grupper. Var och en av dem kommer att diskutera svårigheterna med varje uteslutning som de kommer att möta senare, det är till exempel: vad en synskadad person måste möta på jobbet.</p> <p>5. Varje person väljer slumpmässigt (plockar ur lådan / påsen) sin roll som kommer att känneteckna hennes arbete (synskadad, döv person som använder teckenspråk, person utan amputerad arm, person på ett spektrum av autism, schizofren, migrant, person med alkoholberoende, 3 st utan några betydande sociala undantag.</p> <p>6. 1-2 observatörer, kan vara samma ppl. som i uppgiften tidigare</p> <p>7. Information från tränaren om uppgiften</p> <p>a) Ta hänsyn till att SE kännetecknas av ett demokratiskt beslutssystem</p> <p>b) ALLA personer i uppgiften ska tilldelas uppgiften enligt hans /</p>	<p>b) Beroende på gruppens storlek kan du bestämma i hur många lag du kan dela deltagarna (t.ex. 2-3 grupper). Den maximala mängden personer i gruppen är 9, medan lägsta är 6 personer.</p> <p>c) När det gäller uppgifternas mål - tränaren stör inte grupparbetet, gruppen måste själv ta reda på hur man ska slutföra uppgiften, vad de måste göra, vem de ska tilldela etc.</p> <p>d) oavsett förberedelsestillstånd - Efter 20 minuter bör övningen vara klar.</p>
--	---	--

	<p>hennes förmågor För att få pengar och klara uppgiften måste SE fullfölja dem i tid</p>	
--	---	--

<p>Debreifing (30 min)</p>	<p>Deltagarna sitter i en cirkel: Analys av den första delen: Vilka känslor kände du under den första delen av uppgiften, vad som var fördelaktigt för ditt arbete, vilka var utmaningarna, vad var effekten av att välja en verkställande direktör för entreprenörskapet - var det en positiv förändring eller snarare en negativ? Hur såg det ut ur en observatörs perspektiv - vad var meningen med de situationer som du hade observerat? Analys av den andra delen: Hur kände du dig efter att ha ändrat ordern till SE? Hur kände du dig i dina roller? På vilket sätt har du blivit tilldelad, eller tog du ditt eget initiativ? Vilka var svårigheterna? Viktigt: varje person måste berätta om sitt eget tag - hur han / hon kände sig i respektive roll, om hennes roll, känslor.</p>
<p>Stängning av session: (20 min)</p>	<p>1. Skillnader mellan MSE och SE - människor sitter i en cirkel Tränare skriver på en blädderblock en fråga: vad är skillnaderna mellan socialt företagande och ett klassiskt företag och deltagarna säger sina idéer 2. Vad måste vi göra i SE för att utnyttja färdigheter och funktioner hos personer som riskerar social utslagning? (till exempel tillhandahålla en teckenspråkig översättare, känna till olika detaljer slags uteslutning, inklusive funktionshinder)</p>

Resources: <http://onlineincubator.eu/wp-content/uploads/2017/01/leadership.pdf>

16. Dina lönsamma hobbyer

Målsättningar:

För att göra det klart för deltagarna att deras arbete borde vara en del av deras hobby eller intresse. De borde ha glädje av att göra det, annars kommer de aldrig att lyckas i fältet.

Materials:

Papper och penna till deltagarna.

Rekommenderad tid: 60 minuter

Planeringsanteckningar:

Proceduren är planerad för 20 deltagare (men kan användas med 15-25 deltagare)

Om du ska göra en liten presentation om framgångsrika människor som förvandlade sina hobbyer eller intressen till lönsamma affärsidéer. Du bör undersöka globala och lokala exempel i förväg. Det finns många entusiastiska socialarbetare och sociala företagare, använd deras exempel.

Session flow:

I början ber du deltagarna att skriva ner sina hobbyer eller vad de tycker om att göra. Ge dem 15 minuter för att tänka.

Låt dem sedan välja 5 av dem och be dem tänka på några idéer hur de kan tjäna pengar med sina hobbyer. Hur de kan förvandla sin hobby till affärsidé. Ge dem 25 minuter för den här uppgiften (lägg till ytterligare 5 minuter om det behövs).

När de är klara ber du alla deltagare att dela sina resultat. Vilka är deras hobbyer och hur kommer de att kommersialisera dem? Gå in i deras idéer, låt andra deltagare förbättra varandras idéer och ge råd.

Efter alla delar deltagarna sina idéer. Du kan göra en halvtimme presentation om framgångsrika människor som förvandlade sina hobbyer eller intressen till lönsamma affärsidéer. Glöm inte att nämna social del av deras idéer och potentiella mottagare av deras företag.

Diskussionsfrågor:

Sedan ställer du gruppen följande frågor:

1. Hur gillade du verkstaden i allmänhet? Varför eller varför gillade de inte det?

2. Vad tror du vad handlade workshopen om? (här leder du dem till huvudämnet: insamling)
3. Hjälpte verkstaden dig att se dina intressers potential?
4. Vilka känslor hade du när du fick reda på att du och samhället kan dra nytta av dina idéer?
5. Vad tror du att du kan lära dig av den här workshopen?

Stängning av session:

Du berättar något liknande:

När människor funderar på affärsidéer försöker de hitta vilka branscher eller vilka erbjudanden som är framgångsrika på marknaden, vilket är helt korrekt. Men de ska inte glömma att oavsett socialt företag de kommer att starta, de borde överväga att det kommer att bli jobb i deras liv. Och om de verkligen vill lyckas, borde de tro på det idéer själva och de bör njuta av att göra det. Annars kommer de att misslyckas eller bli uttråkade.