



# USPOSABLJANJE GREEN UP YOURSELF

Usposabljanje za krepitev zaposljivosti in  
spodbujanje zelenega podjetništva med  
mladimi s podeželja v Evropski uniji.



Co-funded by  
the European Union

Projekt Green Up Yourself sofinancira program Erasmus+ Evropske unije. Za vsebino te predstavitve je izključno odgovorno partnerstvo in niti Evropska komisija niti španska nacionalna agencija (ANE) nista odgovorni za kakršno koli uporabo informacij iz te predstavitve.

# GREEN UP YOURSELF

Projekt Erasmus+ 2022-2-ES02-KA220-YOU-000096446



## Koordinator projekta:

- FUNDACION SANTA MARIA LA REAL (Španija)



This work © 2024 by GREEN UP YOURSELF Project (2022-2-ES02-KA220-YOU-000096446) is licensed under CC BY-NC-SA 4.0.

To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

## Partnerji:

- CARDET (Ciper)
- CIAPE (Italija)
- STEP (Slovenija)
- IED (Grčija)
- LAG AgroLider (Republika Severna Makedonija)



This work © 2024 by GREEN UP YOURSELF Project (2022-2-ES02-KA220-YOU-000096446) is licensed under CC BY-NC-SA 4.0.

To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

# KAZALO



|            |   |
|------------|---|
| UVOD ..... | 4 |
|------------|---|

|                                        |   |
|----------------------------------------|---|
| MODUL 1. Uvod v okoljsko trajnost..... | 7 |
|----------------------------------------|---|

- U1: Kaj je okoljska trajnost? Zakaj je pomembna
- U2: Okoljski izzivi
- U3: Poti do zelenega prehoda
- U4: Krožno gospodarstvo
- U5: Spodbujanje okoljske ozaveščenosti

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| MODUL 2. Zeleno zaposlovanje kot alternativa..... | 59 |
|---------------------------------------------------|----|

- U1: Kaj so zelena delovna mesta?
- U2: Zelene veščine: GreenComp
- U3: Nove priložnosti v zelenem sektorju.
- U4: Komplet za zeleno podjetništvo

|                                           |     |
|-------------------------------------------|-----|
| MODUL 3. Kaj je zeleno podjetništvo?..... | 116 |
|-------------------------------------------|-----|

- U1: Kaj je podjetništvo in podjetništvo z učinkom
- U2: Podjetništvo na podeželju in primeri projektov podjetništva na podeželju.
- U3: Cilji trajnostnega razvoja in podjetništvo.
- U4: Podjetniške kompetence (Entrecomp)

|                                                    |  |
|----------------------------------------------------|--|
| MODUL 4. Viri za začetek zelenega poslovanja v EU. |  |
|----------------------------------------------------|--|

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| 1 del: moja poslovna ideja..... | 160 |
|---------------------------------|-----|

- U1: Kaj je poslovna ideja
- U2: Mega trendi
- U3: Preoblikovanje ideje v posel z uporabo pristopa oblikovalskega razmišljanja
- U4: Analiza uporabnikov
- U5: Razvoj idej
- U6: Izdelava prototipov in predstavitev

# KAZALO



## MODUL 5. Viri za ustanovitev zelenega podjetja v EU.

### 2. Del : Smernice za pripravo mojega zelenega poslovnega načrta.....204

- U1: Kaj je poslovni model?
- U2: Ključni modeli za razvoj poslovnega načrta:
  - Poslovni model Canvas
    - Lean Canvas
    - Social Lean Canvas
- U3: Kako razviti svoj zeleni poslovni model? Social Lean Canvas
- U4: Predstavitev mojega predloga:
  - Elevator pitch
  - Pitch Deck

## MODUL 6. Digitalne spretnosti in orodja za podjetništvo.....250

- U1: Digitalne spretnosti
- U2: Digitalna orodja
- U3: Spletna orodja za sodelovanje pri delu na daljavo: Google Workspace, Microsoft Teams, Trello, Slack, Dropbox, Monday.com, Asana
- U4: Komunikacijska orodja: Skype, Google Meet, Zoom
- U5: Oblikovanje aplikacij: Wix, Canva, WordPress.
- U6: Socialna omrežja: WhatsApp Business, LinkedIn

# Uvod

Cilj je bil razviti usposabljanje za krepitev zaposljivosti in spodbujanje zelenega podjetništva med mladimi s podeželja v Evropski uniji. Moduli so uporabni tudi za strokovnjake, ki se ukvarjajo z usposabljanjem mladih na teh področjih.

Moduli so bili razviti ob upoštevanju potreb mladih po usposabljanju, ob skladnosti s kompetencami, določenimi v okviru iniciativ GreenComp in EntreComp. Prav tako smo identificirali potencialne zelene zaposlitvene niše, ter oblikovali smernice za iskanje usposabljanj in dobrih praks, ki že obstajajo na tem področju v EU.

V ta namen smo izvedli raziskavo v vsaki od sodelujoči državi, kjer smo zbrali sekundarne vire in dobre prakse v zvezi z zelenim podjetništvom v EU. Uporabili smo anketiranje in polstrukturirane intervjuje z mladimi, mladinskimi strokovnjaki ter predstavniki podjetij, javne uprave in tretjega sektorja.

Ti moduli za krepitev zmogljivosti temeljijo na rezultatih raziskave in vključujejo vsebine, ki so ključne za mlade iz podeželskega okolja ter za strokovnjake, ki delajo z mladimi. Namenjeni so pridobivanju znanja, kompetenc in spretnosti, s čimer spodbujajo zaposljivost mladih in spodbujajo podjetništvo v zelenih sektorjih.

# Struktura usposabljanja

To usposabljanje za zeleno podjetništvo in veščine je sestavljeno iz 6 modulov:

1. Uvod v okoljsko trajnost
2. Zeleno zaposlovanje kot alternativa
3. Kaj je zeleno podjetništvo?
4. Viri za začetek zelenega poslovanja v EU. 1. del: moja poslovna zamisel
5. Viri za ustanovitev zelenega podjetja v EU. 2. del: Smernice za pripravo mojega zelenega poslovnega načrta
6. Digitalne spretnosti in orodja za podjetništvo





# Modul 1

Uvod v okoljsko trajnost



Co-funded by  
the European Union



Indeks

- Enota 1: Kaj je okoljska trajnost? Zakaj je pomembna?
- Enota 2: Okoljski izzivi: celostni pregled
- Enota 3: Poti do zelenega prehoda
- Enota 4: Krožno gospodarstvo: Raziskovanje opredelitev, primerjav, koristi in strategij izvajanja
- Enota 5: Spodbujanje okoljske ozaveščenosti: dojemanje javnosti, izobraževanje in odgovornost

# Enota 1

Kaj je okoljska trajnost? Zakaj je pomembna?

# Učni cilji modula

Po zaključku modula bodo udeleženci:

- Opredelili pojem okoljske trajnosti in pojasnili njegov pomen pri reševanju globalnih izzivov.
- Prepoznali in opisali glavne okoljske izzive, s katerimi se sooča današnji svet, kot so podnebne spremembe, krčenje gozdov in onesnaževanje.
- Razumeli koncept zelenega prehoda in njegovega pomena za doseganje okoljske trajnosti.
- Opredelili koncept krožnega gospodarstva in njegove prednosti pred linearnim gospodarstvom.
- Priznavali pomen individualne in kolektivne okoljske ozaveščenosti pri spodbujanju trajnostnega vedenja.



- Okoljska trajnost je uravnotežena interakcija med človeškimi dejavnostmi in zemeljskimi ekosistemi za ohranjanje dolgoročnega ekološkega zdravja.
- Poudarja odgovorno rabo naravnih virov, da bi ohranili funkcije ekosistemov in biotsko raznovrstnost za prihodnje generacije. Metode ocenjevanja vključujejo ekološki odtis, ogljični odtis in indekse biotske raznovrstnosti.



# Zgodovinski kontekst

- Zgodnje korenine: Okoljevarstvena trajnost izvira iz gibanj za ohranjanje narave v začetku 20. stoletja.
- Mejniki 70. let prejšnjega stoletja: Koncept je postal globalno prepoznaven v 70. letih prejšnjega stoletja z dogodki, kot sta prvi dan Zemlje in konferenca Združenih narodov o človekovem okolju.
- Brundtlandovo poročilo: V tem poročilu, objavljenem leta 1987, je bil uveden izraz "trajnostni razvoj", okoljska trajnost pa je bila povezana z gospodarsko in družbeno blaginjo.
- Mednarodni sporazumi: Po Brundtlandovem poročilu je bilo sklenjenih več svetovnih sporazumov, kot sta Kjotski protokol in Pariški sporazum, katerih cilj je bil uresničiti okoljsko trajnost na svetovni ravni.



# Okvir trajnostnega razvoja: Trije stebri



## Gospodarska trajnost

**Cilj:** Vzpostaviti odporno in pravično gospodarstvo

**Ključne točke:** Zmanjšati vpliv na okolje in izčrpavanje virov pri proizvodnji in porabi

## Družbena trajnost

**Cilj:** Vzpostaviti pravično družbo s socialno enakostjo in vključenostjo

**Metrike:** Koeficient GINI, indeks človekovega razvoja (HDI), socialni kapital

## Okoljska trajnost

**Cilj:** Ohranjanje in upravljanje naravnih virov Zemlje

**Najboljše prakse:** Krožno gospodarstvo, obnovljivi viri energije, trajnostno kmetijstvo

# Nujnost okoljske trajnosti

## The Anthropocene Epoch

**Vpliv:** Človeške dejavnosti povzročajo pospešene podnebne spremembe, množična izumrtja, degradacija ekosistemov.

### Posledice

**Biotska raznovrstnost:** Grožnja različnim vrstam

**Človeška družba:** Vpliv na javno zdravje, gospodarsko stabilnost

Nujnost ukrepanja

**Etična obveznost:** Odgovornost do planeta in prihodnosti generacije

**Pragmatična nujnost:** Zmanjševanje tveganj za dolgoročno preživetje civilizacije in Zemlje

### Videoposnetek:

*Kaj je okoljevarstvena trajnost?*

 Klikni na ikono za ogled videoposnetka



# Enota 2

Okoljski izzivi: celostni pregled



Co-funded by  
the European Union

- **Antropogeni dejavniki:** Človeške dejavnosti, ki povzročajo degradacijo okolja.
- **Podnebne spremembe:** Znanstveni dokazi, globalni vplivi in strategije za ublažitev posledic.
- **Pomanjkanje virov:** Osredotočite se na neobnovljive vire, kot so fosilna goriva in redke zemeljske elemente.
- **Motnje v ekosistemu:** Izguba habitatov, invazivne vrste in njihovi kaskadni učinki.
- **Družbene posledice:** Kako okoljski izzivi vplivajo na človeško družbo, vključno z zdravjem in migracijami.



# Človeške dejavnosti in degradacija okolja



## Ključni dejavniki

- **Industrializacija:** Pomemben dejavnik, ki prispeva k onesnaževanju
- **Krčenje gozdov:** vpliva na ekosisteme in biotsko raznovrstnost
- **Razraščanje mest:** Vodi do onesnaževanja tal, zraka in vode.

## Planetarne meje

- **Koncept:** Kvantificira varne meje obratovanja za človekove dejavnosti
- **Cilj:** Ohranjanje zdravja in stabilnosti ekosistema

## Posledice

- **Vrste onesnaženja:** Zrak, voda, tla
- **Vpliv na ekosistem:** Izguba biotske raznovrstnosti

# Podnebne spremembe: IPCC in globalni vplivi

## Ugotovitve IPCC

- **Znanstveni dokazi:** Človeške dejavnosti so glavno gonilo
- **Globalni vplivi:** dvig morske gladine, ekstremne vremenske razmere, zakisljevanje oceanov

## Strategije za ublažitev

- **Obnovljivi viri energije:** Prehod s fosilnih goriv
- **Trajnostno kmetijstvo:** Sprejmite okolju prijazne prakse

## Mednarodno sodelovanje

- **Ključni dogovor:** Pariški sporazum
- **Cilj:** Spodbujanje globalne zavezanosti k blažitvi podnebnih sprememb



# Pomanjkanje virov: Ekonomski in tehnološki izzivi

## Prekomerno črpanje in poraba

- Neobnovljivi viri: Fosilna goriva, redki zemljiski elementi, minerali
- Rezultati: Pomanjkanje virov

## Gospodarski učinki

- Cene blaga: Povečanje stroškov
- Trgovinske bilance: negativen vpliv na gospodarsko stabilnost

## Tehnološki izzivi:

- Trajnostni napredek: Omejuje jih pomanjkanje

## Nastajajoči koncepti

- Vrh nafte: Točka največjega črpanja
- Nacionalizem virov: Nacionalni nadzor nad viri za zagotovitev oskrbe



# Motnje v ekosistemu: Vzroki in posledice

## Izguba habitata

- **Viri:** Urbanizacija, kmetijstvo, krčenje gozdov
- **Rezultati:** Motnje v ekosistemu

## Invazivne vrste

- **Učinek:** Nadaljnje motenje avtohtonih ekosistemov

## Kaskadni učinki

- **Prehranske mreže:** Motnje vodijo v izumrtje avtohtonih vrst.
- **Ekosistemske storitve:** spreminja čiščenje vode, uravnavanje podnebja

## Nujnost ukrepanja

- **Cilj:** Zmanjšati izgubo habitata in obvladovati invazivne vrste, da bi ohranjanje ekosistemskega ravnovesja in storitev.



# Okoljski izzivi: Družbeni vplivi

## Javno zdravje

- **Vrste onesnaženja:** Zrak in voda
- **Vpliv na zdravje:** Bolezni kot so astma, bolezni, ki se prenašajo z vodo

## Migracije in socialni nemiri

- **Sprožilci:** Pomanjkanje virov, podnebne spremembe
- **Posledice:** Družbeni nemiri, konflikti

## Okoljska pravičnost

- **Koncept:** Obravnava neenakega vpliva na marginalizirane skupnosti
- **Cilj:** Pravična porazdelitev okolja koristi in bremena



Okoljski izzivi zajemajo podnebne spremembe, pomanjkanje virov in motnje v ekosistemi.  
Družbeni vplivi vključujejo javno zdravje, migracije in socialno pravičnost, zato je trajnost etična obveznost in pragmatična nujnost.

## Videoposnetek:

*Kako spremeniti  
zaskrbljenost zaradi  
podnebnih sprememb v  
ukrepanje*

 Kliknite na ikono videoposnetka in si ga oglejte



Etična  
nujnost,  
pragmatična  
potreba.

# Enota 3

Poti do zelenega prehoda

# Konceptualni okvir: Razumevanje zelenega prehoda

## Opredelitev

- **Zeleni prehod:** Sistemski prehod na okolju prijazne in trajnostne prakse v vseh gospodarskih sektorjih

## Temelji

- **Trajnostni razvoj:** Uravnoteženost med gospodarsko rastjo, socialno pravičnostjo in varstvom okolja

## Vodilna struktura

- **Cilji trajnostnega razvoja ZN:** služijo kot načrt za prehod



# Energetski prehod: Od nujnosti do priložnosti

## Cilji prehoda

- **Od:** Sistemi, ki temeljijo na fosilnih gorivih
- **Proti:** Obnovljivi viri (sonce, veter, voda)

## Gospodarska priložnost

- **Inovacije:** Pametna omrežja, shranjevanje energije, decentralizirani sistemi

## Pravičen dostop

- **Energetska demokracija:** Zagovorniki enakega dostopa do čiste energije



# Trajnostno kmetijstvo: Inovacije za dolgoročno produktivnost

## Onkraj tradicije

- **Napredne tehnike:** Vključevanje tehnologije v kmetovanje

## Tehnike in tehnologije

- **Natančno kmetijstvo:** Senzorji za optimalno uporaba virov
- **Agrogozdarstvo:** Kombinacija dreves in poljščin
- **Navpično kmetovanje:** Povečanje donosa na kvadratni meter



## Cilji

- **Dolgoročna produktivnost:** Brez ogrožanja zdravja okolja in biotske raznovrstnosti

# Politika in upravljanje: Večplastne vloge pri zelenem prehodu

## Mednarodni organi

- **Združeni narodi, Svetovna banka:** Zagotovijo okvire in financiranje.

## Nacionalne vlade

- **Pravila:** Oblikovanje cen ogljika, obveznost uporabe obnovljivih virov energije, certificiranje trajnosti

## Lokalne skupnosti

- **Participativno upravljanje:** Zagotavlja vključujoč in pravičen prehod

### Videoposnetek:

*Slepe pege prehoda na zeleno energijo | Olivia Lazard | TED*

 Klikni na ikono za ogled videoposnetka



# Politika in upravljanje: Večplastne vloge pri zelenem prehodu

## Mednarodne strategije

- **Globalni sporazumi:** Pariški sporazum, cilji trajnostnega razvoja
- **Mehanizmi financiranja:** Zelene obveznice, podnebni skladi

## Nacionalni pristopi

- **Zakonodaja:** Zakoni o varstvu okolja
- **Spodbude:** Davčne olajšave za trajnostne prakse

## Vključevanje skupnosti

- **Lokalne pobude:** skupnostne sončne elektrarne, programi za ravnanje z odpadki
- **Ozaveščanje javnosti:** Izobraževalne kampanje, javna posvetovanja



# Enota 4

Krožno gospodarstvo: trajnostna alternativa linearnim modelom: opredelitev, primerjave, koristi in strategije izvajanja

# Opredelitev: Razumevanje krožnega gospodarstva

## Alternativni model

- Cilj: ločiti gospodarsko rast od virov porabe in degradacije okolja.

## Osrednji poudarek

- Načela oblikovanja: Odpravite odpadke z oblikovanjem izdelkov in sistemov.
- Upravljanje virov: Nenehna ponovna uporaba in recikliranje
- Cilj: ločiti gospodarsko rast od virov porabe in degradacije okolja.

## Sistem zaprte zanke

- Ustvarja samozadosten cikel uporabe virov.



# Opredelitev: Primerjava z linearno ekonomijo - tradicionalni model

## Linearno gospodarstvo

**Model:** Vzemi, izdelaj, odstrani

**Značilnosti:**

- Netrajnostni
- Stalno črpanje omejenih virov

**Posledice:**

- Degradacija okolja
- Nastajanje odpadkov



# Prednosti krožnega gospodarstva - okoljske prednosti

## Koristi za okolje

- Zmanjšanje količine odpadkov: Zmanjšanje nastajanja odpadkov
- Manjše emisije: Zmanjšanje emisij toplogrednih plinov
- Ohranjanje virov: Ohranjanje naravnih virov



# Prednosti krožnega gospodarstva - gospodarske prednosti

## Gospodarske koristi

- **Prihranki stroškov:** Učinkovita raba virov
- **Inovacije:** Spodbuja trajnostne tehnologije
- **Ustvarjanje delovnih mest:** Novi trgi na področju recikliranja in obnove



# Izvajanje krožnega gospodarstva - vloge deležnikov

## Več različnih deležnikov

- **Podjetja:** Preoblikovanje izdelkov, sheme vračanja (take-back)
- **Vlade:** Uveljavljanje politik, davčne spodbude
- **Civilna družba:** Ozaveščanje javnosti, pobude na lokalni ravni



# Izvajanje krožnega gospodarstva - poslovne strategije

## Poslovne prakse

- Trajnost in možnost recikliranja:  
Preoblikovanje izdelkov
- Sheme za vračanje (take-back):  
Spodbujanje potrošnikov k vračilu izdelkov
- Trajnostne dobavne verige:  
Optimizacija vpliva na okolje



# Izvajanje krožnega gospodarstva - politika in globalni okviri

## Vladne in globalne pobude

- **Pravila:** Razširjena odgovornost proizvajalca, davčne spodbude
- **Ozaveščanje javnosti:** Kampanje, ki jih vodi vlada
- **Globalni okvir:** Cilji trajnostnega razvoja Združenih narodov (SDG) kot vodilna struktura



# Enota 5

Spodbujanje okoljske ozaveščenosti: javno dojemanje, izobraževanje  
in odgovornost



Co-funded by  
the European Union

# Dojemanje okoljskih vprašanj v javnosti - dejavniki, ki vplivajo na dojemanje

## Vplivni dejavniki

- **Izobraževanje:** Raven znanja o okoljskih vprašanjih
- **Kulturno ozadje:** Etična in družbena prepričanja, ki vplivajo na zaznavanje
- **Vpliv medijev:** Vloga novic in družbenih medijev pri oblikovanju mnenj



# Dojemanje okoljskih vprašanj v javnosti - dvojna narava ozaveščenosti

## Spekter zavedanja

- **Povečanje globalne ozaveščenosti:** Vse večja zaskrbljenost zaradi podnebnih sprememb, izgube biotske raznovrstnosti in izčrpavanje virov
- **Napačne predstave in apatija:** Področja kjer je ozaveščenost nizka ali napačna.



# Dojemanje okoljskih vprašanj v javnosti - vpliv na družbo

## Družbeni učinek

- **Politične odločitve:** Javno mnenje oblikuje okoljske politike
- **Vedenje potrošnikov:** Vpliv na trajnostne nakupne odločitve
- **Korporativne pobude:** Spodbuja prizadevanja za trajnostni razvoj



# Izobraževanje in ozaveščanje - stebri ozaveščanja

## Temelji zavedanja

- **Formalna izobrazba:**  
Vključevanje okoljskih študij v učne načrte
- **Neformalno izobraževanje:**  
Delavnice v skupnosti, spletni seminarji, znanstveni projekti državljanov



# Izobraževanje in ozaveščanje - vloga organizacij

## Organizacije kot katalizatorji

- **Nevladne organizacije (NVO):**  
Ključne pri spodbujanju pobud za ozaveščanje
- **Organizacije, ki delujejo v skupnosti:**  
Lokalni vpliv, globalne spremembe
- **Znanstvene skupnosti:** obveščanje javnosti o rezultatih raziskav.



# Vloga medijev

## Dvorezni meč

### Tradicionalni in novi mediji

- **Tradicionalni mediji:** Časopisi, televizija za poglobljene analize in strokovna mnenja
- **Družbeni mediji:** Demokratizacija informacij, tveganje za predajo napačnih informacij.



# Vloga medijev

## Izzivi demokratizacije

### Tveganja in koristi

- **Dezinformacije / "lažne novice":**  
Demokracija informacij ima svojo ceno
- **Polarizacija:** Medijski kanali lahko okrepijo obstoječa prepričanja in razdelijo javno mnenje.



# Vloga medijev

## Pomen medijske pismenosti

### Potreba po razločevanju

- **Medijska pismenost:** Kritična pri ocenjevanju verodostojnosti informacij
- **Preverjanje dejstev:** Bistveno za preverjanje informacij pred deljenjem
- **Javna odgovornost:** Kolektivna budnost proti dezinformacijam



# Osebna odgovornost

## Preseganje preprostih dejanj

### Razumevanje ekološkega odtisa

- Recikliranje in energetska učinkovitost:  
Vstopne točke v trajnostni razvoj
- Ekološki odtis: Celostno merilo  
individualnega učinka



# Osebna odgovornost Izbire in dejanja

## Od prehrane do sodelovanja skupnosti

- **Rastlinska prehrana:** Izbira z veliko koristi za okolje
- **Projekti Skupnosti:** Sodelovanje na lokalni ravni za širši učinek
- **Trajnostna potovanja:** Izbira javnega prevoza ali električnih vozil



# Osebna odgovornost

## Moč ozaveščanja javnosti

### Kampanje in platforme skupnosti

- **Dan Zemlje:** Vsakoletni dogodek, ki se osredotoča na globalno ekološko ozaveščenost
- **Julij brez plastike:** Kampanja za zmanjšanje količine plastičnih odpadkov
- **Osebno opolnomočenje:** Platforme za navdihovanje individualnega in kolektivnega delovanja

#### Videoposnetek:

*Njegova svetost papež  
Frančišek | Naša moralna  
obveza za ukrepanje v zvezi s  
podnebnimi spremembami*

 Kliknite na ikono videoposnetka in si ga oglejte t





## Praktična vaja



#### Materialni viri:

- Dostop do interneta
- Predhodno razvit spletni kalkulator ogljičnega odtisa
- programska oprema za preglednice (Excel ali Google)

Čas: 20 minut

## Opis vaje

**Ime:** Kalkulator ogljičnega odtisa  
Razumevanje in zmanjševanje ogljičnega odtisa

**Učni cilji:** Poglobiti razumevanje podnebnih sprememb in njihovih antropogenih dejavnikov.

**Kompetence:** Analitično razmišljanje, digitalna pismenost, osebna odgovornost

## Proces

- Uvod: Pomembnost ogljičnega odtisa.
- Kalkulator za dostop: Uporabite zanesljivo spletno orodje.
- Vnos podatkov: Izpolnite osebne podatke.
- Analiza: Zapišite rezultate.
- Razprava: Delite ugotovitve.
- Razmislek: Vnesite rezultate v skupno preglednico.

Učenci bodo razumeli svoj individualni ogljikov odtis in opredeliti načine za njihovo zmanjšanje.

#### Naslednji koraki/nadaljnje dejavnosti:

Spodbujajte udeležence, da izvajajo opredeljene strategije za zmanjšanje emisij in redno ocenjujejo svoj ogljični odtis.



## Praktična vaja



### Materialni viri:

- Dostop do interneta
- Virtualna platforma za sestanke s funkcijo sobe za odmor
- Pripravljeno gradivo ali informativni listi o obnovljivih virih energije (sončna, vetrna, vodna, itd.)

Čas: 30 minut

## Opis vaje

**Ime:** Obnovljivi viri energije

Razprava o razumevanju energije in zmanjševanju ogljičnega odtisa

**Učni cilji:** Izobraževanje udeležencev o prednostih in slabostih različnih obnovljivih virov energije ter spodbujanje kritičnega razmišljanja in veščin javnega nastopanja s pomočjo strukturirane razprave.

**Kompetence:** kritično mišljenje, javno nastopanje, znanstvena pismenost

## Proces



1. **Uvod (3 minute):** Na kratko predstavite koncept obnovljivih virov energije, energije in njenega pomena pri prehodu na trajnostne prakse.
2. **Odkrivanje virov (3 minute):** Udeleženci morajo s spletnim iskanjem poiskati vire o obnovljivih virih energije.
3. **Oblikovanje skupine in dodelitev teme (4 minute):** Udeležence razdelite v majhne skupine in vsaki določite obnovljiv vir energije, ki ga bo zagovarjala. Skupine razporedite v virtualne sobe za odmor.
4. **Raziskave in razprava (7 minut):** Skupine uporabijo informativne liste in morebitne dodatne spletne raziskave, da bi razumele prednosti in slabosti dodeljenega vira energije.
5. **Priprava na razpravo (3 minute):** Vsaka skupina pripravi kratko predstavitev, v kateri zagovarja svoj obnovljivi vir energije, pri čemer se osredotoči na prednosti in odpravi slabosti.
6. **Razprava (7 minut):** Ponovno se zberite v glavnem prostoru. Vsaka skupina ima 1-2 minuti za predstavitev svojih argumentov.
7. **Vprašanja in odgovori (2 minuti):** Vsaki predstavitveni skupini dajte besedo za vprašanja drugih udeležencev.
8. **Zaključne besede (1 minuta):** Povzemite točke, ki so bile izpostavljene med razpravo, in poudarite pomen raznolikih virov energije za trajnostno prihodnost.

# Bibliografija

- Medvladni forum za podnebne spremembe. (n.d.). PCC - Medvladni odbor za podnebne spremembe Sprememba. Pridobljeno s spletne strani <https://www.ipcc.ch/>.
- Medvladni forum za podnebne spremembe. (n.d.). Methodology Report on Short-lived Climate Forcers (Metodološko poročilo o kratkoživih podnebnih dejavnikih). Pridobljeno s spletne strani <https://www.ipcc.ch/>.
- Medvladni forum za podnebne spremembe. (n.d.). Globalno segrevanje za 1,5 °C. Pridobljeno s spletne strani <https://www.ipcc.ch/>
- Mednarodni inštitut za trajnostni razvoj. (n.d.). Trajnostni razvoj. Pridobljeno s spletne strani <https://www.iisd.org/>.
- Agencija Združenih držav Amerike za varstvo okolja. (n.d.). Learn About Sustainability (Spoznajte trajnostni razvoj). Pridobljeno s spletne strani <https://www.epa.gov/>.
- Združeni narodi. (n.d.). 17 CILJEV | Trajnostni razvoj. Pridobljeno s spletne strani <https://www.un.org/>.
- Mednarodna agencija za energijo. (n.d.). Naftna in plinska industrija v energetskih prehodih - analiza. Pridobljeno s spletne strani <https://www.iea.org/>.
- Svetovni gospodarski forum. (n.d.). Poročilo IEA navaja tri skrite izzive energetskega prehoda. Pridobljeno na . s [spletne](https://www.weforum.org/) strani <https://www.weforum.org/>

# Nadaljnje branje

- Mednarodna agencija za energijo. (n.d.). IEA - Mednarodna agencija za energijo. Pridobljeno s spletne strani <https://www.iea.org/>.
- Mednarodna agencija za energijo. (n.d.). Naftna in plinska industrija v energetskih tranzicijah - analiza. Pridobljeno s spletne strani <https://www.iea.org/>.
- Svetovni gospodarski forum. (n.d.). Poročilo IEA navaja tri skrite izzive energetskega prehoda. Pridobljeno s spletne strani <https://www.weforum.org/>.
- Mednarodna agencija za energijo. (n.d.). IEA - Mednarodna agencija za energijo. Pridobljeno s spletne strani <https://www.iea.org/>.
- Fundacija Ellen MacArthur. (n.d.). Kaj je krožno gospodarstvo? Pridobljeno s spletne strani <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/>.
- Svetovni gospodarski forum. (n.d.). Kaj je krožno gospodarstvo in zakaj je svet manj krožen? Pridobljeno na .  
[spletni strani https://www.weforum.org/](https://www.weforum.org/)
- McKinsey & Company. (n.d.). Krožno gospodarstvo: (Korak od teorije k praksi). Pridobljeno s spletne strani <https://www.mckinsey.com/>.
- Varstvo narave. (n.d.). Youth Engagement. Pridobljeno s spletne strani <https://www.nature.org/>.
- Program Združenih narodov za okolje. (n.d.). Mladi, izobraževanje in okolje. Pridobljeno iz <https://www.unep.org>



# Modul 2

Zeleno zaposlovanje kot alternativa

- Enota 1: Kaj so zelena delovna mesta?
- Enota 2: Zelene veščine: GreenComp
- Enota 3: Nove priložnosti v zelenem sektorju.
- Enota 4: Komplet za zeleno podjetništvo: moje zelene kompetence, izbira zelenega delovnega okolja, osebna blagovna znamka, stranke in tržna niša, prvi pristop k moji zeleni poslovni ideji.

- razumevanje koncepta zelenega zaposlovanja
- Opredelitev zelenih delovnih mest
- Izboljšanje znanja, spretnosti in odnosa v zvezi z evropskim okvirom kompetenc za trajnostni razvoj, *GreenComp*
- Povečanje znanja o vplivu prehoda na bolj zeleno gospodarstvo na področju delovnih mest.
- Opredelitev novih priložnosti v zelenem sektorju.
- Spoznavanje okvira za preoblikovanje zelenega podjetja korak za korakom idejo v izvedljiv poslovni načrt.



# Enota 1

Kaj so zelena delovna mesta?

# Zelena delovna mesta obravnavajo dva temeljna izziva 21. stoletja

- Preprečevanje nevarnih podnebnih sprememb in degradacije okolja
- Nujna potreba po zagotavljanju socialnega razvoja in dostojnega dela za vse



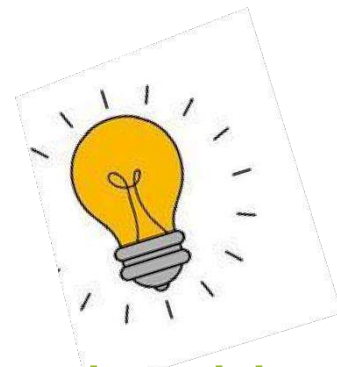
## Okoljski izzivi

imajo daljnosežne posledice za preživetje in dinamiko trga dela.

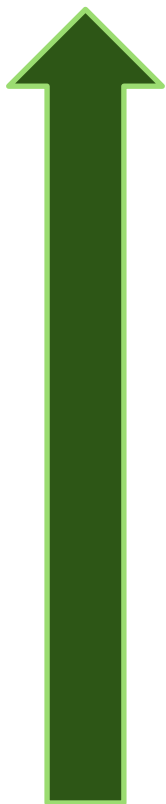
- **Podnebne spremembe** (dvig morske gladine, povečanje števila ekstremnih vremenskih pojavov - nevihte, poplave, suše, padanje vode itd.)
- **Povečanje svetovnega prebivalstva**: 1 milijarda 1900 do 9 milijard 2050
- **Brez dostopa do pitne vode**: skoraj 900 milijonov ljudi
- **Brez dostopa do zanesljive energije**: 3 milijarde gospodinjstev
- Skoraj  $\frac{3}{4}$  najrevnejših na svetu je odvisnih **od okolja** kot pomembnega dela svojega vsakdanjega preživetja.

## Družbeni izzivi

- **Brezposelnih**: 205 milijonov po vsem svetu. Med njimi je skoraj 40 odstotkov starih od 15 do 24 let. Vsak peti delavec živi v skrajni revščini. Le eden od petih delovno sposobnih prebivalcev ima dostop do celovitih sistemov socialne zaščite.



## Zelena delovna mesta



✓ Trajnostno  
X Dostojno

✓ Trajnostno  
✓ Dostojno

X Trajnostno  
X Dostojno

X Trajnostno  
✓ Dostojno



## Podnebne spremembe/degradacija okolja

- Ukrepi za prilagajanje podnebnim spremembam
- Politike na področju podnebnih sprememb ublažitev posledic
- Varovanje okoljskih virov



## Zaposlovanje in sociala izzivi

- Spreminjajoče se potrebe po zaposlovanju
- zmanjšanje revščine in degradacije okolja.
- Povečanje uporabe obnovljivih virov energije
- Samo prehod

Opredelimo jih lahko z dveh vidikov

- povezane z izložkom (izdelki in storitvami).
- kot tudi procesom (ali proizvodnjo) gospodarskih dejavnosti.

**ZELENI ZAPOSLENCI** lahko vstopijo v izrazito "zeleni" poslovni sektor, ki zagotavlja zelene in okolju prijazni izdelki in storitve (npr. ravnanje z odpadki).

**Zelena delovna mesta v** svojih poslovnih modelih upoštevajo oba vidika, saj z uporabo okolju prijaznejših postopkov ustvarjajo dodatna dostojna delovna mesta, hkrati pa zmanjšujejo splošni vpliv na okolje zaradi ljudi ali podjetij, ki uporabljajo končni izdelek ali storitev.

# Daljnosežna preobrazba

Za odzivanje na te izzive je potrebna daljnosežna preobrazba načina kako proizvajamo, uživamo in se preživljamo.

Ključni element tega prehoda na trajnostno gospodarstvo z nizkimi emisijami ogljika so...

## ZELENA DELOVNA MESTA

Okolje



Družbeni učinek

Gospodarstvo

# Kaj pomenijo zelena delovna mesta?

Zelena delovna mesta so delovna mesta, ki so prijazna za naravo in Zemljo.

Zelena delovna mesta so zaposlitvene možnosti, ki imajo pozitiven vpliv na okolje in katerih cilj je zmanjšati porabo virov, zmanjšati onesnaževanje in prispevati k trajnosti.

Zelena delovna mesta lahko zajemajo različne sektorje, od obnovljivih virov energije do trajnostnega prometa in okolju prijaznega kmetijstva.



# Zelena delovna mesta

## Opredelitev ILO/UNEP



Ustvarjanje delovnih mest v gospodarskih sektorjih in dejavnostih, ki zmanjšujejo negativen vpliv na okolje in ga na koncu zmanjšujejo na trajnostno raven.

Zelena delovna mesta = Trajnostna + dostojna



# Boj proti brezposelnosti

Zelena delovna mesta so lahko sestavni del boja proti brezposelnosti mladih zaradi nizkih vstopnih zahtev za mlade v številnih sektorjih in njihovega splošnega velikega zanimanja za zelene poslovne rešitve in trajnostne vidike.



# Kakšne so prednosti zelenih delovnih mest



- prispevajo k ohranjanju okolja in boju proti podnebnim spremembam.
- Države lahko postanejo bolj gospodarsko konkurenčne (spodbujanje gospodarstva).
- priložnost za ustvarjanje novih delovnih mest in prekvalifikacijo brezposelnih v času gospodarske krize.
- Spodbujanje uporabe domačih obnovljivih virov energije in napredne tehnologije.

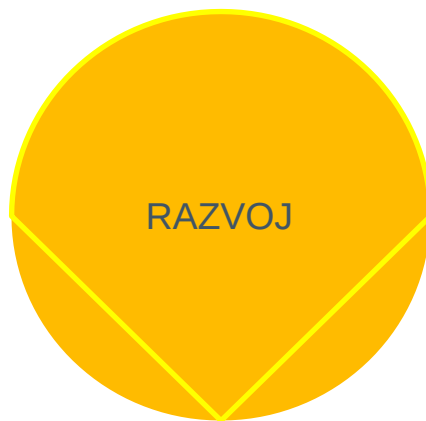
Širše razsežnosti energetske učinkovitosti in učinkovite rabe virov, izkoreninjenje revščine, socialno enakost in dobro počutje ljudi.

# Zelena delovna mesta v gospodarskem sektorju

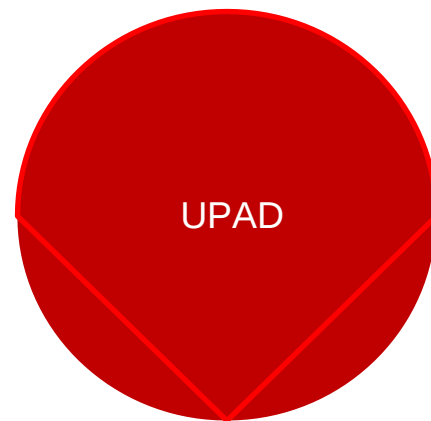


Recikliranja,  
ekološkega  
kmetijstva,  
ekološkega  
turizma

...



Gradbeništva,  
proizvodnje,  
živinoreje in  
kmetijstvo...



Fosilna goriva...

# Dejstva, ki jih je treba upoštevati



- Zeleno zaposlovanje je **nujno potrebno** za ustvarjanje delovnih mest in rast BDP
- MSP so močno povezana v vrednostnih verigah, kar ustvarja pomembne **učinke prelivanja**.
- Zeleno zaposlovanje **je** mogoče **najbolje podpreti s posegi na** različnih področjih z uporabo širokega izbora instrumentov.
- **Mladi so lahko dobro usmerjeni**, saj so vstopni pogoji nizki, pripravljenost za varovanje okolja pa velika.

# Primeri zelenih delovnih mest

- Monterji sončnih panelov
- Zelena gradnja in proizvodnja
- Okoljski inženir
- Poklici v kmetijskem sektorju
- Strokovnjaki za zeleni promet
- Proizvajalec varčnih avtomobilov
- Trajnostni kmet
- Kmet v kmetijsko-gozdarskem sektorju
- Delavci v certificiranem gozdarstvu
- Zbiralec e-odpadkov
- Arhitekti in inženirji, ki projektirajo
- Obnovljive tehnologije in energija
- Izdelki za učinkovitost



# Enota 2

Zelena znanja in spretnosti: GreenComp

# Kaj je GreenComp?

*GreenComp* opisuje sklop trajnostnih kompetenc, ki lahko učencem pomagajo razmišljati, načrtovati in delovati z empatijo, odgovornostjo in skrbjo za planet.



# Cilji trajnostnega razvoja



# Kaj je GreenComp in kaj je njegov cilj?



## Učenje za zeleni prehod

- *GreenComp* se odziva na vse večjo potrebo ljudi po **izboljšanju in razvoju znanja, spretnosti in odnosa** za trajnostno življenje, delo in delovanje.
- Cilj programa *GreenComp* je **spodbujati trajnostno miselnost**, tako da uporabnikom pomaga razvijati znanje, spretnosti in odnos, da razmišljajo, načrtujejo in delujejo z empatijo, odgovornostjo in skrbjo za naš planet.
- Evropski okvir trajnostnih kompetenc *GreenComp* opisuje znanja, spretnosti in stališča, ki **spodbujajo načine razmišljanja, načrtovanja in delovanja z empatijo, odgovornostjo in skrbjo za naš planet**. *GreenComp* je **obsežna in celovita predstavitev kompetenc**, ki temelji na predhodnih raziskavah in je bila dogovorjena s številnimi strokovnjaki in zainteresiranimi stranmi.

# Kompetence na področju trajnostnega razvoja



Trajnostna kompetenca učencem omogoča, da utelešajo trajnostne vrednote in sprejemajo kompleksne sisteme, da bi sprejeli ali zahtevali ukrepe, ki obnovljajo in ohranjajo zdravje ekosistemov, krepijo pravičnost ter ustvarjajo vizije za trajnostno prihodnost.

Cilj učenja za okoljsko trajnost je vzgajati trajnostno miselnost od otroštva do odraslosti z razumevanjem, da je človek del narave in da je od nje odvisen.

Učenci so opremljeni z znanjem, spretnostmi in stališči, ki jim pomagajo postati nosilci sprememb ter individualno in kolektivno prispevati k oblikovanju prihodnosti znotraj meja planeta.

# Kompetence na področju trajnostnega razvoja



# Vizualna predstavitev



<https://mappa.fi/sv/greencomp-roadmap/>

# Utelešenje trajnostnih vrednot



Zagovarja enakost in pravičnost za sedanje in prihodnje generacije ter hkrati podpira stališče, da človek je del narave.

**Vrednotenje trajnosti** - Razmislek o osebnih vrednotah; prepoznavanje in razlaga, kako se vrednote razlikujejo med ljudmi in skozi čas, obenem pa kritično ocenjuje, kako so v skladu s trajnostnimi vrednotami.

**Podpiranje pravičnosti** - podpiranje enakosti in pravičnosti za sedanje in prihodnje generacije ter učenje od prejšnjih generacij za trajnost.

**Spodbujanje narave** - priznavanje, da je človek del narave, ter spoštovanje potreb in pravic drugih vrst in narave same, da bi obnovili in regenerirali zdrave in odporne ekosisteme.

# Sprejemanje kompleksnosti v trajnostnem razvoju



**Sistemsko razmišljanje** - pristop k trajnostnemu problemu z vseh strani; upoštevanje časa, prostora in kontekst, da bi razumeli, kako elementi medsebojno delujejo znotraj sistemov in med njimi.

**Kritično mišljenje** - ocenjevanje informacij in argumentov, prepoznavanje predpostavk, izpodbijanje obstoječega stanja in razmišljanje o tem, kako osebno, družbeno in kulturno ozadje vpliva na razmišljanje in sklepe.

Oblikovanje **problema** - oblikovanje trenutnih ali potencialnih izzivov kot trajnostnega problema. glede na težavnost, vključene ljudi, čas in geografsko območje, da bi opredelili ustrezne pristope za predvidevanje in preprečevanje težav ter za blažitev in prilagajanje že obstoječim težavam

# Predvidevanje trajnostne prihodnosti



**Pismenost na področju prihodnosti** - predvidevanje alternativnih trajnostnih prihodnosti z zamišljanjem in razvijanjem alternativnih scenarijev in opredelitev ukrepov, potrebnih za doseganje trajnostne prihodnosti.

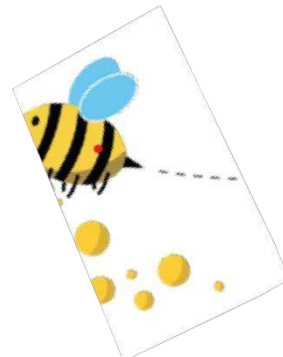
**Prilagodljivost** - obvladovanje prehodov in izzivov v zapletenih trajnostnih razmerah ter sprejemanje odločitev v zvezi s prihodnostjo ob upoštevanju negotovosti, dvomnosti in tveganj.

**Raziskovalno razmišljanje** - uporaba odnosnega načina razmišljanja z raziskovanjem in povezovanjem različnih področij, pri čemer uporabljajo ustvarjalnost in eksperimentiranje z novimi idejami ali metodami.

**Politično delovanje** - usmerjanje v politični sistem, ugotavljanje politične odgovornosti in odgovornosti za netrajnostno vedenje ter zahtevanje učinkovitih politik za trajnost.

**Kolektivno delovanje** - delovanje za spremembe v sodelovanju z drugimi.

**Individualna pobuda** - prepoznavanje lastnega potenciala za trajnost in aktivno prispevanje k izboljšanju možnosti za skupnost in planet.



# Enota 3

Nove priložnosti v zelenem sektorju

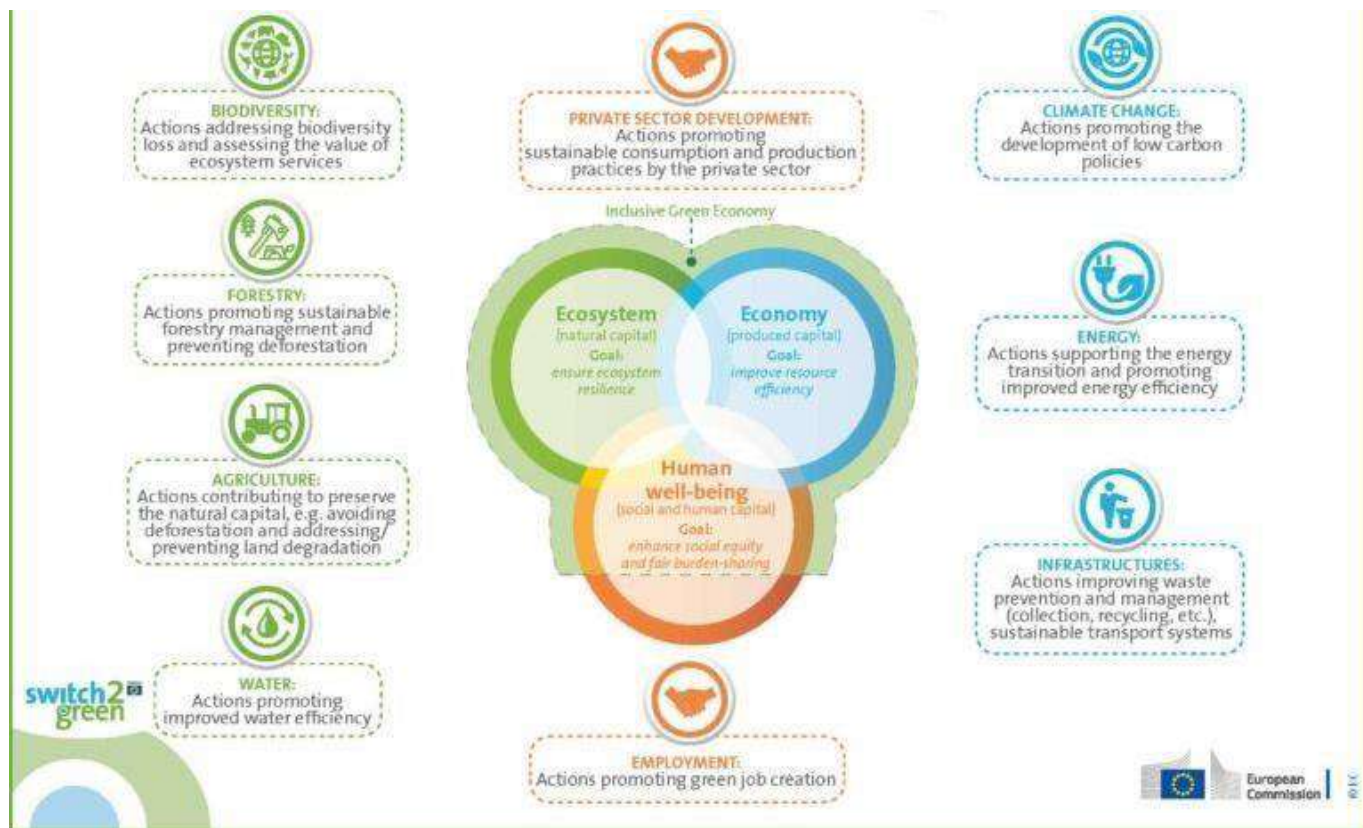
# Zeleni sektor

*Zeleni sektor - odpiranje novih trgov s spodbujanjem povpraševanja po zelenem blagu, storitvah in tehnologijah.*

*"Zeleni sektor ima ogromen potencial za ustvarjanje delovnih mest, zato moramo poskrbeti, da bo Evropa lahko v celoti izkoristila njegove prednosti."*

Connie Hedegaard, nekdanja evropska poslanka, Komisarka za podnebne ukrepe





Po podatkih **Programa Združenih narodov za okolje** je "delo v kmetijstvu, proizvodnji, raziskavah in razvoju, upravnih in storitvenih dejavnostih, ki bistveno prispevajo k ohranjanju ali obnavljanju kakovosti okolja".

*To vključuje zlasti, a ne izključno, delovna mesta, ki pomagajo varovati ekosisteme in biotsko raznovrstnost, zmanjšati porabo energije, materialov in vode s strategijami visoke učinkovitosti, razogljčiti gospodarstvo ter zmanjšati ali popolnoma preprečiti nastajanje vseh oblik odpadkov in onesnaževanja."*



# Ravnanje z odpadki

Potencial za spodbujanje dostojnega dela in razvoj zelenih podjetij v hierarhiji ravnanja z odpadki, s poudarkom na **zbiranju, sortiranju in recikliranju odpadkov**.



# Krožno gospodarstvo

Oblikovanje prehoda na okolju prijaznejše, delovno bogato in socialno pravično gospodarstvo.

Krožno gospodarstvo ljudem omogoča, da **izkoristijo nastajajoče priložnosti**, povezane z njim in izboljšajo svoj poklicni profil s pridobivanjem novih spretnosti, po katerih bo v prihodnosti vedno večje povpraševanje.



# Trajnostno kmetijstvo

Ena od novih priložnosti v zelenem sektorju je trajnostno kmetijstvo. Ekološko in vertikalno kmetovanje sta v porastu.

Trajnostna pridelava in distribucija hrane sta za javnost vse bolj zaželeni možnosti.



Povpraševanje po sončnih, vetrnih in trajnostnih energetske virih je veliko, zato narašča tudi število delovnih mest na področju raziskav, razvoja in vzdrževanja na tem področju.



Evropske politike zahtevajo vedno višje stopnje recikliranja in določajo vedno strožja merila za okoljsko primerno zasnovo.

Ekodizajn se je razširil od embalaže do streh stavb in različnih izdelkov.



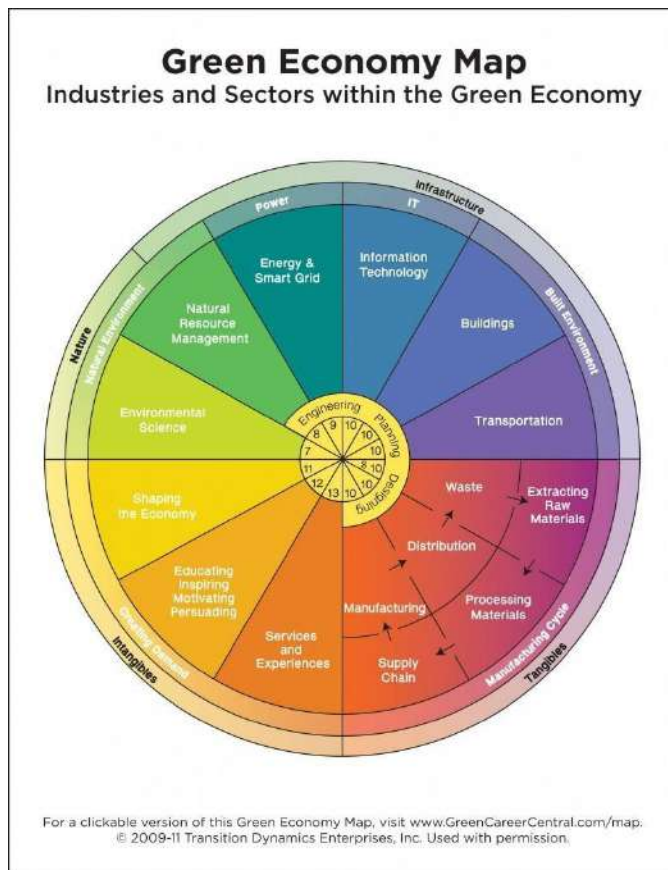
# Zelena arhitektura

Zelena arhitektura uporablja tehnološke inovacije čim bolj zmanjšati škodljive vplive načrtovanja, gradnje in obratovanja stavbe na naravno okolje in živeče skupnosti ter jim tako zagotoviti kakovost življenja še mnogo let.



# Razmislimo

- Sistemi za obnovljive vire energije
- Zelena gradnja
- Kmetijstvo
- Moda
- Prevozni sistem
- Javni sektor
- Prilagajanje podnebnim spremembam
- Zmanjšanje količine odpadkov in ravnanje z njimi
- Izobraževanje
- Svetovanje in raziskave
- Neprofitni sektor



# Enota 4

Komplet za zeleno podjetništvo: moje zelene kompetence, izbira zelenega delovnega okolja, osebna blagovna znamka, stranke in tržna niša, prvi pristop k moji zeleni poslovni ideji.

*Iščete sanjsko službo na področju trajnosti, podnebnih sprememb in zelenega gospodarstva, vendar ne veste, kje začeti.*

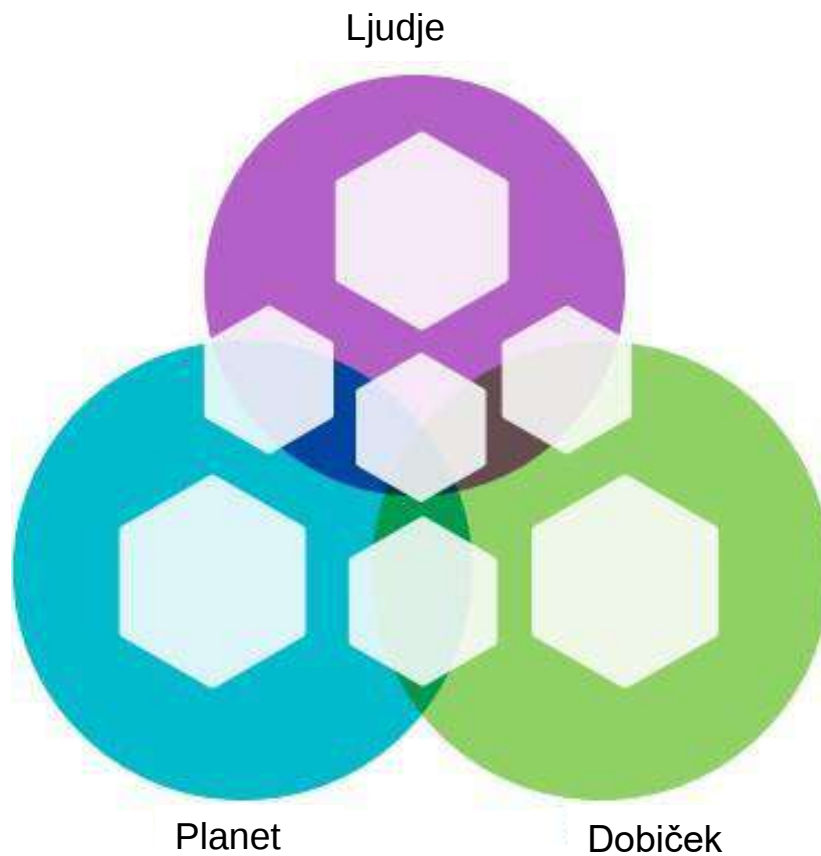
*Poskusimo!!!*

Za prehod na zeleno podjetništvo je treba pronicljivo načrtovanje in strategija.

Treba je storiti naslednje:

- ocena spretnosti, znanja in strast do trajnosti.
- opredelitev področij znanja, na katerih lahko spreminjaš zeleni sektor.





# Osebna blagovna znamka

Okolju prijazno podjetje - treba je razširiti sporočilo, da je vaše podjetje

DOBRO ZA OKOLJE,

DOBRO ZA PLANET.

Potencialne stranke morate opomniti

"zakaj": Zakaj počnete to, kar počnete?





-



- [illegible]



## Praktična vaja



## Opis vaje

**Ime:** Štiri besede

**Učni cilji:** Prikazati izzive in priložnosti učenja in deljenja z drugimi. Udeleženci s pristopom razmišljanja, ujemanja in deljenja sami razmišljajo o štirih glavnih značilnostih zelenih delovnih mest, nato pa se vključijo v dialog in pogajanja, da bi se kot celotna skupina dogovorili o štirih besedah.

**Kompetence:** Kritično mišljenje, komunikacija, pogajanja.

## Proces



1. Skupini povejte, da bomo raziskali ključne značilnosti zelenih delovnih mest. To bo izziv za nas kot posameznike in kot skupino. O teh izzivih bomo razmišljali po končani vaji.
2. Udeležence prosite, naj sami pomislijo na štiri besede, ki so "štiri najpomembnejše značilnosti zelenih delovnih mest". Zelo pomembno je, da skupina ne uporablja stavkov ali besednih zvez.
3. Ko skupina dobi po štiri besede, jih razporedite v pare in vsak par naj se dogovori o štirih besedah za "Zelena delovna mesta so...".
4. Ko bodo pari to opravili, jih prosite, naj poiščejo še en par in tako oblikujejo skupino štirih; tudi v tem primeru se morajo dogovoriti le o štirih besedah.
5. To ponavljajte, dokler v virtualni sobi ne ostaneta le dve veliki skupini, vsaka pa ima le štiri besede.
6. Zdaj dajte tema dvema velikima skupinama deset minut časa, da se dogovorita o zadnjih štirih besedah, ki bodo predstavljale oceno celotne skupine o ključnih značilnostih zelenih delovnih mest.

### Materialni viri:

- Dostop do interneta
- Virtualna platforma za sestanke s funkcijo sobe za odmor

**Čas:** 30 minut.



 Green Up  
yourself 

## Praktična vaja



#### Materialni viri:

- GreenComp
- Dostop do interneta
- Virtualna platforma za sestanke s funkcijo sobe za odmor
- Pripravljen material

Čas: 30 minut.

## Opis vaje

**Ime:** Kompetence na področju trajnostnega razvoja

**Učni cilji:** Krepitev veščin udeležencev, da znajo identificirati 12 trajnostnih kompetenc v praksi, povezanih z GreenCompom.

**Kompetence:** Razumevanje koncepta trajnostnih kompetenc. Sposobnost prepoznavanja ključnih trajnostnih kompetenc

## Proces

- Uvod (3 minute): Na kratko predstavite vajo. Razložite skupini, da bodo sodelovali na tekmovanju med dvema ekipama, razdelite skupino v dve ekipi in ji dajte v branje besedilo.
- Vsaki skupini dajte 15 minut časa, da prebere besedilo in ugotovi, katere so trajnostne kompetence v besedilu.
- Vsako ekipo prosite, naj si določi ime, nato pa na vrh virtualnega obrazca s črto na sredini napišite dve imeni ekip, ki ju ločujeta. To je namenjeno beleženju rezultatov.
- Oseba iz ene skupine prebere besedilo in poudari opredeljene trajnostne kompetence, drugi člani skupine pa potrdijo ali se ne strinjajo.
- Enako velja za drugo skupino - ena oseba prebere besedilo in poudari opredeljene trajnostne kompetence, drugi člani skupine pa potrdijo ali se ne strinjajo.
- Točka se dodeli, če je opredeljena trajnostna kompetenca pravilna.
- Zmagovalec je ekipa z več osvojenimi točkami.



## Praktične vaje



## Opis vaje

**Ime:** Problemsko drevo

**Učni cilj:** V drevesu problemov so opredeljeni ključni problem, učinki ključnega problema in osnovne težave, ki prispevajo k trenutnemu stanju. Udeleženci razmislijo o problemih, ki jih bodo obravnavali s svojimi zelenimi podjetji, tako da opredelijo in začrtajo vzroke problema, nato pa na koncu ponovno predstavijo vzroke kot cilje za zeleno ukrepanje.

**Kompetence:** Načrtovanje in vodenje podjetja, identifikacija in analiza problemov, načrtovanje in vodenje, opredelitev ciljev.

**Kompetence:**

- Poslovno načrtovanje in upravljanje,
- Opredelitev in analiza težav,
- Načrtovanje in upravljanje,
- Določite cilje.

### Materialni viri:

- Zbirka orodij za aktivne državljanke
- LAG AGRO LIDER Program neformalnega izobraževanja

**Čas:** 50 minut.



## Proces



### Materialni viri:

- Zbirka orodij za aktivne državljanke
- LAG AGRO LIDER Program neformalnega izobraževanja

Čas: 50 minut.

- Skupini povejte: zdaj bomo razmislili o okoljskih problemih, ki smo jih ugotovili. Pokažite sliko problemskega drevesa. (5 minut)
- Delite s skupino: problemska drevesa so preprost način za prikaz vzrokov in posledic, ki ustvarjajo določen problem. Pisanje problemskega drevesa razbije problem na obvladljive dele. Pomaga vam pri prepoznavanju možnih področij za ukrepanje.
- Problemska drevesa pogosto kažejo, da obstajajo linearni vzroki in posledice, ki vodijo do problema, medtem ko je v večini primerov realnost bolj zapletena.
- Delite s skupino: Prvi korak je dogovor o širšem problemu ali vprašanju, ki ga je treba analizirati. Vsako skupino prosite, naj se dogovori o splošni opredelitvi problema. (10 minut)
- Vsako skupino prosite, naj na sredino drevesa (virtualne table) napiše problem, ki ga je ugotovila.
- Vsaka skupina naj razpravlja o vzrokih za težavo in jih opredeli na ločenih virtualnih karticah ali samolepilnih lističih ter jih razporedi okoli ali pod težavo. Skupini povejte, da lahko ideje o vzrokih, ko se pojavijo, prepisete in predstavite. Skupini povejte, da bo to zahtevalo spretnosti dialoga in timskega dela, zlasti zato, ker je realnost bolj zapletena - pravega odgovora ni. (30 minut)
- Skupino opozorite, naj razmisli o tem, kako različno se s problemom, ki ga želijo obravnavati, soočajo ženske in moški, dekleta in fantje ter druge družbene skupine v skupnosti.
- Vsako skupino povabite, da na kratko predstavi svoje problemsko drevo, in jih pozovite, naj vam povejo, ali menijo, da so to je natančen prikaz in območja, ki se lahko spremenijo.

- GreenComp - Evropski okvir kompetenc na področju trajnostnega razvoja <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC128040>
- Prizadevanja za trajnostni razvoj, Priložnosti za dostojno delo in socialno vključenost v zelenem gospodarstvu [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms\\_181836.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_181836.pdf)
- Zelena delovna mesta: Na poti k dostojnemu delu v trajnostnem svetu z nizkimi emisijami ogljika, [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms\\_098504.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_098504.pdf)
- USPEHI IN PRILOŽNOSTI ZA ZELENA DELOVNA MESTA V EVROPI, [https://www.greensefa.eu/legacy/fileadmin/dam/Documents/Publications/GND/Green\\_jobs\\_EN\\_01.pdf](https://www.greensefa.eu/legacy/fileadmin/dam/Documents/Publications/GND/Green_jobs_EN_01.pdf)
- Model ocenjevanja zelenih delovnih mest (GJAM) [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed\\_emp/@emp\\_ent/documents/genericdocument/wcms\\_678011.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/@emp_ent/documents/genericdocument/wcms_678011.pdf)
- 17 ciljev trajnostnega razvoja v Agendi 2030 za trajnostni razvoj (SDG) [https://sdgs.un.org/sites/default/files/2020-09/SDG%20Resource%20Document\\_Targets%20Overview.pdf](https://sdgs.un.org/sites/default/files/2020-09/SDG%20Resource%20Document_Targets%20Overview.pdf)
- Zelene kompetence: spoznanja in priporočila iz sistematičnega pregleda literature [https://www.researchgate.net/publication/343926835\\_Green\\_competencies\\_insights\\_and\\_recommendations\\_from\\_a\\_systematic\\_literature\\_review?enrichId=rgreq-86977e3fc02360aa9b779939a6dacd66-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzM0MzkyNjgzNTtBUzoxMDUwMDIwNzYxNTY3MjMyQDE2Mjc2NTU4NjYzMjE%3D&el=1\\_x\\_3&\\_esc=publicationCoverPdf](https://www.researchgate.net/publication/343926835_Green_competencies_insights_and_recommendations_from_a_systematic_literature_review?enrichId=rgreq-86977e3fc02360aa9b779939a6dacd66-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzM0MzkyNjgzNTtBUzoxMDUwMDIwNzYxNTY3MjMyQDE2Mjc2NTU4NjYzMjE%3D&el=1_x_3&_esc=publicationCoverPdf)

- Zeleno gospodarstvo, rezultati in kazalniki za razvoj [https://www.switchtogreen.eu/wp-content/uploads/2020/09/Results\\_Chain-Green-Economy\\_AUG21.pdf](https://www.switchtogreen.eu/wp-content/uploads/2020/09/Results_Chain-Green-Economy_AUG21.pdf)
- The green employment and skills transformation Vpogledi v scenarij napovedi znanj in spretnosti evropskega zelenega sporazuma, <file:///C:/Users/user/Downloads/the%20green%20employment%20and%20skills%20transformation-TI0121539ENN.pdf>
- Prihodnja ponudba in povpraševanje po znanju in spretnostih v Evropi: napoved za leto 2012. Raziskovalni dokument Cedefop, št. 26. <https://www.cedefop.europa.eu/fr/publications-and-resources/publications/5526>
- Razumevanje tehnoloških sprememb in potreb po znanju in spretnostih: raziskave znanj in spretnosti ter napovedovanje znanj in spretnosti. Praktični vodnik Cedefop [https://www.cedefop.europa.eu/files/4197\\_en.pdf](https://www.cedefop.europa.eu/files/4197_en.pdf)
- Digitalno, bolj zeleno in bolj odporno: spoznanja iz Cedefopove napovedi evropskih znanj in spretnosti <http://data.europa.eu/doi/10.2801/154094>
- Pristop k prehodu v zeleno gospodarstvo 2021-2025, <file:///C:/Users/user/Downloads/GET%202021%20-%202025%20Document.pdf>
- Global Green Skills report 2022, <https://economicgraph.linkedin.com/content/dam/me/economicgraph/en-us/global-green-skills-report/global-green-skills-report-pdf/li-green-economy-report-2022.pdf>
- Zbirka orodij za zagon zelenih podjetij [http://www.greenstartups.ait.ac.th/assets/downloads/Green\\_Startup\\_Toolkit.pdf](http://www.greenstartups.ait.ac.th/assets/downloads/Green_Startup_Toolkit.pdf)



# Modul 3

Kaj je zeleno podjetništvo?

## Dobrodošli v modulu 3: Zeleno podjetništvo!

Glavni cilj tega modula je učencem predstaviti vznemirljiv svet **zelenega podjetništva**. Pomaga jim razumeti pomen okoljske trajnosti in kako lahko odpre nove možnosti za zaposlovanje in poslovne priložnosti v zelenem sektorju.

Na tem potovanju bomo raziskali različne vidike, začeniši s širokim razumevanjem podjetništva kot takega. **Cilj je učencem zagotoviti znanje in spretnosti, potrebne za prepoznavanje zelenih delovnih priložnosti in inovativnih poslovnih idej.**

- [Enota 1](#): Kaj je podjetništvo in podjetništvo z učinkom
- [Enota 2](#): Podjetništvo na podeželju in primeri projektov podjetništva na podeželju.
- [Enota 3](#): Cilji trajnostnega razvoja in podjetništvo.
- [Enota 4](#): Podjetniške kompetence (Entrecomp)

# Enota 1

Kaj je podjetništvo in podjetništvo z učinkom

# Kaj je podjetništvo?



- **Ustvarjanje nečesa novega in uporabnega**

Gre za ustvarjanje svežih in koristnih stvari.

- **Tveganje in trdo delo**

Podjetniki za uresničitev svojih zamisli porabijo veliko časa in truda. Tvegajo, kot da bi posadili nov pridelek.

- **Zagotavljanje finančne in osebne svobode**

To lahko vodi do zaslužka in večjega nadzora nad življenjem.

- **Inovacije, prevzemanje tveganja in ustvarjanje vrednosti**

To je kot izumljanje, drzno preizkušanje novih stvari in ustvarjanje nečesa, kar je dragoceno za druge ali vašo skupnost.

# Zakaj je podjetništvo pomembno?

- Inovacije
- Ustvarjanje delovnih mest
- Gospodarska blaginja
- Pozitiven družbeni vpliv
- Spodbujanje individualnih talentov



## Socialno podjetništvo

- Socialni podjetniki ustanavljajo podjetja z namenom reševanja socialnih vprašanj, kot sta revščina ali izobraževanje.
- Njihov cilj je pozitivno vplivati na družbo, hkrati pa ohranjati svoja podjetja.

## Zeleno podjetništvo

- Zeleni podjetniki se zavzemajo za trajnost in varstvo okolja.
- Ustvarjajo podjetja, ki čim manj škodujejo planetu in si celo prizadevajo za njegovo obnovo.

## Podjetništvo z učinkom

- Podjetniki, ki so usmerjeni k učinku, združujejo družbene in okoljske cilje s poslovanjem.
- Osredotočajo se na ustvarjanje pozitivnih sprememb, hkrati pa vodijo uspešno podjetje.

# Podjetništvo z učinkom...



Podjetništvo, ki temelji na učinku, daje prednost tako dobičku kot pozitivnim družbenim in okoljskim učinkom.

Ti podjetniki ustanavljajo podjetja s poslanstvom reševanja ključnih družbenih ali okoljskih vprašanj ter s svojim strokovnim znanjem in viri spodbujajo pozitivne spremembe.



# Opredelitev zelenega podjetništva



- Zeleno podjetništvo je več kot le ekološko ozaveščeni zaposleni. Gre za širok pojem, ki zajema različne dejavnosti v podjetništvu.
- Zeleno podjetništvo v bistvu pomeni ustvarjanje in vodenje podjetij, ki niso le dobičkonosna, ampak imajo tudi pozitiven vpliv na okolje in družbo.
- Ta podjetja so okolju prijazna le na videz, temveč so globoko zavezana iskanju inovativnih načinov za zaščito planeta in izboljšanju sveta s svojim delovanjem.

# Potovanje zelene podjetnice Nour Kays, ustanoviteljice podjetja NK by NourKays

Videoposnetek:

*Potovanje zelene podjetnice Nour Kays,  
ustanoviteljice podjetja NK by NourKays  
- Libanon*

Klikni na ikono za ogled  
videoposnetka 👉



# Enota 2

Podjetništvo na podeželju in primeri projektov podjetništva na podeželju.

# Opredelitev podeželskega podjetništva



- Podjetništvo na podeželju se nanaša na prakso ustanavljanja in upravljanja podjetij na podeželskih ali neurbanih območjih.
- Vključuje široko paleto gospodarskih dejavnosti, od kmetijstva in agroživilstva do proizvodnje, storitev in tehnoloških podjetij.

## Cilji podjetništva na podeželju

- Glavni cilj podjetništva na podeželju je spodbujanje gospodarske rasti in razvoja v podeželskih skupnostih.
- Z ustvarjanjem zaposlitvenih možnosti, povečevanjem ravni dohodka in zmanjševanjem revščine si prizadeva izboljšati kakovost življenja podeželskih prebivalcev.

# Opredelitev podeželskega podjetništva



## Ključne značilnosti

- Podjetniški podvigi na podeželju se pogosto osredotočajo na izkoriščanje lokalnih virov in tradicionalnega znanja.
- Ta podjetja se lahko ukvarjajo s posebnimi potrebami podeželja, kot so prehranska varnost, zdravstveno varstvo ali razvoj infrastrukture.

## Raznolikost podeželskih podjetij

- Podeželsko podjetništvo ni omejeno le na kmetovanje, temveč zajema široko paleto dejavnosti, vključno z manjšo proizvodnjo, obrtjo, turizmom in storitvenimi podjetji.

# Opredelitev podeželskega podjetništva



## Učinki na preživetje:

- Pomaga ohranjati usposobljene posameznike in talente v podeželskih skupnostih ter preprečuje selitev ljudi v mesta v iskanju boljših zaposlitvenih možnosti.
- Zaradi prihodkov, ki jih ustvarjajo lokalna podjetja, so podeželska območja gospodarsko manj obremenjena. kar izboljša splošno odpornost na gospodarske izzive.
- Podeželsko podjetništvo pogosto vključuje podjetja, ki vključujejo lokalne tradicije in kulture ter tako ohranjajo edinstveno identiteto podeželskih skupnosti.
- Z zmanjšanjem potrebe po selitvah s podeželja v mesta podjetništvo na podeželju prispeva k trajnost in vitalnost podeželskih skupnosti.

# Zakaj je podjetništvo na podeželju pomembno

- Boj proti revščini in brezposelnosti
- Spodbujanje zunanje trgovine
- Ohranjanje ljudi na podeželju
- Boj proti socialnim težavam
- Pametna uporaba lokalnih virov



# Izzivi v podjetništvu na podeželju

- Omejen dostop do kapitala
- Nezadostna infrastruktura
- Omejene tržne priložnosti
- Sezonski in vremenski vplivi  
izzivi



# Enota 3

Cilji trajnostnega razvoja in podjetništvo.

# Na poti k Agendi 2030 za trajnostni razvoj



- Agenda za trajnostni razvoj do leta 2030 vključuje 17 trajnostnih razvojnih in 169 ciljev, ki jih je treba doseči do leta 2030.
- Cilji trajnostnega razvoja, ki so uradno začeli veljati 1. januarja 2016, so univerzalen poziv k ukrepanju za odpravo revščine, zaščito planeta ter izboljšanje življenja in možnosti vseh ljudi.
- Zajemajo pet širših področij: Ljudje, blaginja, planet, mir in partnerstvo ("5P").
- Vseh 17 ciljev je medsebojno povezanih, zato je pomembno, da jih do leta 2030 dosežemo vse, če želimo, da nihče ne bo zaostajal.
- Njihova narava ni zavezujoča, vendar pomenijo priložnost brez primere, da svet usmerimo na trajnostno pot in zagotovimo dostojno življenje za vse.

# SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Več o ciljih  
trajnostnega  
razvoja si  
preberite  
tukaj!



- Cilji trajnostnega razvoja so sklop 17 globalnih ciljev, ki so jih sprejele vse države članice Združenih narodov za reševanje nujnih globalnih izzivov, vključno z revščino, neenakostjo, podnebnimi spremembami, degradacijo okolja, mirom in pravičnostjo.
- Podjetništvo ima ključno vlogo pri doseganju teh ciljev.
- Usklajenost med podjetništvom in SDO ni naključna, temveč je strateško partnerstvo.
- Razumevanje te usklajenosti je ključnega pomena za podjetnike, vlagatelje, oblikovalce politik in celotno družbo. Spodbuja trajnostne poslovne prakse, spodbuja inovacije ter pospešuje napredek v smeri pravičnejšega in odpornejšega sveta.

# Elementi trajnostnih podjetij

- Manjša poraba energije
- Zmanjšanje količine odpadkov
- Uporaba trajnostnih materialov
- Podpora lokalnim dobaviteljem
- Mobilnost v mestih - Promet



# Prednosti trajnostnih podjetij

- **Lastniki:** Prihranek stroškov, večji ugled, boljši dostop do naložb, skladnost
- **Zaposleni:** zadovoljstvo pri delu, strokovna rast, varnejša delovna mesta.
- **Stranke:** Dostop do okolju prijaznih izdelkov, družbeno odgovorna izbira
- **Okolje:** Manjši ogljični odtis, ohranjanje virov, blaženje podnebnih sprememb



# Viri financiranja za trajnostna podjetja

- Številne **štipendije in nagrade** vladnih agencij, neprofitnih organizacij in fundacij ponujajo začetno finančno podporo za zagon trajnostnih projektov.
- **Zagotavljanje nepovratnih sredstev in nagrad** Ocenite merila za upravičenost in postopek prijave za vsako od njih ter se prepričajte, da vaše podjetje izpolnjuje pogoje. Nato pripravite dobro vlogo, ki bo poudarila vaš trajnostni poslovni model.



# Viri financiranja za trajnostna podjetja



- **Vlagatelj z učinkom** je lahko posameznik ali organizacija, katere cilj je pozitivno vplivati na družbo in okolje, hkrati pa doseči finančni donos svojih naložb.
- Če želite pritegniti naložbe z učinkom, najprej jasno opredelite svoje poslanstvo in cilje vpliva. To vam bo pomagalo najti vlagatelje, ki se strinjajo z vašimi vrednotami in poslovnim modelom. Vlagatelji z učinkom pogosto iščejo podjetja, ki jih vodijo predane ekipe s strokovnim znanjem o trajnostnem razvoju.

# Viri financiranja za trajnostna podjetja

- **Platforme za množično financiranje** so spletna mesta, na katerih lahko ljudje, podjetja ali skupine zberejo denar za določen projekt od številnih posameznikov, ki pogosto prispevajo majhne donacije. Nekatere platforme za množično financiranje se osredotočajo na okoljske ali družbene namene, kot so Kickstarter, Indiegogo ali GoFundMe.
- **Za uspeh pri množičnem financiranju** upoštevajte naslednje korake: pojasnite namen projekta, cilj financiranja in časovni okvir ter poudarite njegove trajnostne vidike.



# Enota 4

Podjetniške kompetence (entrecomp)

# Evropski okvir kompetenc za podjetništvo

Videoposnetek:

*Evropski okvir kompetenc za  
podjetništvo*

Klikni na ikono za ogled  
videoposnetka 🖱️



# Ključne podjetniške kompetence



- **Prepoznavanje priložnosti in inovacij**

Podjetniki imajo poseben talent za odkrivanje priložnosti, ki jih drugi morda ne bi opazili.

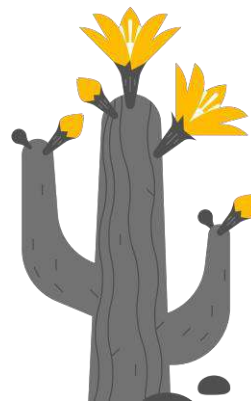
Prihajajo s svežimi, novimi idejami, ki lahko zadovoljijo potrebe ljudi ali rešijo težave. Ker so inovativni, razmišljajo ustvarjalno, da bi te ideje spremenili v nekaj resničnega in dragocenega.

- **Ustvarjalnost in reševanje problemov**

Ustvarjalno razmišljanje je ključna prednost uspešnih podjetnikov.

Izzive vidijo kot priložnosti in lahko najdejo edinstvene rešitve.

Ko se pojavijo težave, jih podjetniki rešujejo s svojo ustvarjalnostjo.



# Ključne podjetniške kompetence



- Tveganje in sprejemanje odločitev

Podjetniki se ne bojijo tvegati, da bi dosegli svoje cilje. Preden se odločijo, skrbno ocenijo vse prednosti in slabosti.

Tudi ko se soočajo z negotovostjo, sprejemajo odločitve, ki njihovo podjetje vodijo naprej.

- Inicijativnost in motivacija

Podjetniki so samoiniciatorji, ki sami prevzamejo pobudo za uresničitev stvari.

Postavijo si cilje, ostanejo osredotočeni in si neutrudno prizadevajo za njihovo uresničitev.

Samomotivacija jih ohranja pri delu, zlasti v težkih časih.

# Osebnostne lastnosti za podjetništvo

- Samozavest in odpornost

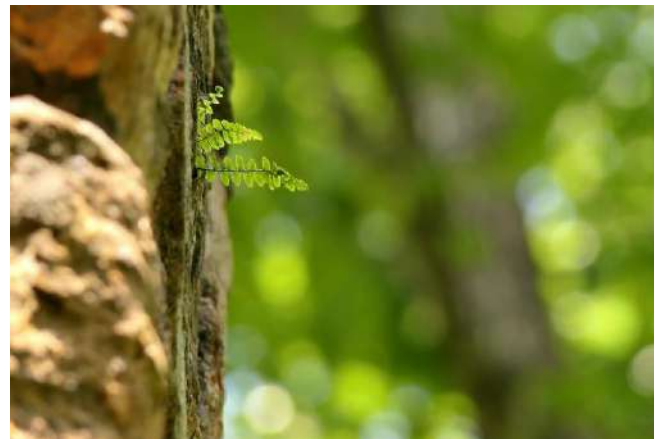
Podjetniki verjamejo vase in v svoje ideje.

Odporni posamezniki se po neuspehih vrnejo nazaj in se učijo iz neuspehov.

- Prilagodljivost in prožnost

Podjetniki se prilagajajo spremembam na trgu, tehnologiji ali potrebam strank.

Odprtost za različne pristope omogoča podjetnikom, da se po potrebi obrnejo in tako lažje izkoristijo nove priložnosti.



# Medosebne veščine za učinkovito podjetništvo



- **Komunikacija in mreženje**

Podjetniki morajo svoje zamisli jasno predstaviti članom ekipe, vlagateljem in strankam. Učinkovita komunikacija spodbuja razumevanje in usklajevanje.

- **Timsko delo in sodelovanje**

Uspešni podjetniki se zavedajo pomena timskega dela in sodelovanja. Sestavijo nadarjeno in raznoliko ekipo ter spodbujajo vzdušje sodelovanja v katerem so prispevki vseh cenjeni.

- **Vodenje in upravljanje**

Podjetniki morajo dajati zgled in navdihovati svoje ekipe. Močno vodenje motivira zaposlene in pomaga usmerjati podjetje k uspehu.

- Vseživljenjsko učenje v podjetništvu

V nenehno razvijajočem se okolju podjetništva nenehno učenje ni le koristno, temveč je nujno.

- Odprtost za nove ideje in povratne informacije

Podjetniki uspevajo, če so odprti za nove ideje in povratne informacije.

- Iskanje znanja in izboljšanje spretnosti

Uspešni podjetniki so navdušeni iskalci znanja.

- Prilagajanje spreminjajočim se poslovnim okoljem

Prilagodljivost je značilnost podjetniškega uspeha.



# Razvijanje podjetniških kompetenc



- Spletni tečaji in delavnice:

Platforme, kot so Coursera, edX in LinkedIn Learning, ponujajo široko paleto tečajev, od poslovne strategije do ustvarjalnosti in inovacij. **Viri:**

- ["Specializacija za podjetništvo" na portalu Coursera](#)
- [Workshop format](#)
- [Okvir Entrecomp](#)

- Priložnosti za mentorstvo in mreženje:

Poiščite nasvete izkušenih mentorjev in razširite svojo mrežo v podjetniški skupnosti. Mentorstvo zagotavlja neprecenljiv vpogled, mreženje pa odpira vrata za sodelovanje in partnerstva. **Viri:** [Mentorstvo: LinkedIn](#)



 Green Up  
yourself 

## Praktična vaja



#### Materialni viri:

- Digitalne naprave za udeležence, s katerimi lahko beležijo svoje odgovore.

Čas: 30 minut.

## Opis vaje

**Ime:** Ali ste pripravljeni postati podjetnik?

**Učni cilji:** Ocenite osebne lastnosti/sposobnosti, ki so potrebne, da postanete podjetnik, Opredelite najpomembnejše sposobnosti, ki bi jih morali ljudje razviti, da bi postali podjetniki

**Kompetence:** V tem primeru je treba izboljšati razumevanje tega, kako ljudje razvijajo posebna stališča, znanja in spretnosti, potrebne za podjetništvo.

## Proces



- Uvod (5 minut): Začnite s predstavitvijo koncepta podjetništva in njegovega pomena, zlasti na podežlju. Pojasnite, da je namen dejavnosti pomagati udeležencem oceniti njihov podjetniški potencial in opredeliti področja za razvoj.
- Raziskovanje kompetenc (10 minut): Na voljo je seznam podjetniških kompetenc in lastnosti, podobnih področjem testa EQ (npr. prepoznavanje priložnosti, prevzemanje tveganja, ustvarjalnost, vodenje, prilagodljivost, reševanje problemov). Na kratko razložite vsako kompetenco.
- Samoocena (10 minut): V tem poglavju navedite vrsto vprašanj ali scenarijev, povezanih s posameznimi kompetencami. Na primer:
  - "Pomislite, kdaj ste v svoji skupnosti prepoznali težavo ali priložnost. Kako ste se odzvali in kakšne ukrepe ste sprejeli?"
  - "Opišite situacijo, v kateri ste morali tvegati ali sprejeti pomembno odločitev. Kako udobno vam je bilo pri tem?"
  - "Razmislite o svoji sposobnosti za delo v skupini. Ali lahko navedete primer uspešnega projekta sodelovanja?"



## Proces (nadaljevanje)



### Materialni viri:

- Digitalne naprave za udeležence, s katerimi lahko beležijo svoje odgovore.

Čas: 30 minut.

- Udeleženci naj zabeležijo svoje odgovore na vsako vprašanje ali scenarij.
- Razprava (5 minut): Udeležence spodbudite, naj svoje odgovore delijo v majhnih skupinah ali parih. Razpravljajte o kompetencah ali lastnostih, za katere menijo, da jih odlikujejo, in o področjih, ki bi jih morda želeli izboljšati. Spodbujajte skupinsko razpravo o pomenu teh kompetenc v podjetništvu.
- Osebni akcijski načrt (5 minut): Udeležence prosite, naj razmislijo o tem, kaj so se naučili o svojem podjetniškem potencialu. Naj zapišejo enega ali dva izvedljiva ukrepa, ki ju lahko sprejmejo za nadaljnji razvoj svojih podjetniških kompetenc.
- Zaključek (5 minut): Zaključite dejavnost s povzetkom ključnih ugotovitev in spodbudite udeležence, naj še naprej raziskujejo in razvijajo svoj podjetniški potencial.



## Praktična vaja



## Opis vaje

**Ime:** Izgradnja etičnega in odgovornega poslovanja

**Učni cilji:** Ta aktivnost bo udeležencem pomagala bolje razumeti etične in odgovorne pristope in načela, ki jim mora slediti eno podjetje. Udeleženci te aktivnosti bodo zgradili lastna namišljena podjetja s svojimi politikami in odgovornostmi do vseh relevantnih akterjev v lokalni skupnosti ter jih primerjali z Desetimi načeli Globalnega dogovora ZN.

**Kompetence:** Razumeti odgovornosti podjetnikov in podjetij do različnih deležnikov. Raziskati etična načela, ki usmerjajo odgovorne poslovne prakse. Ustvarite namišljeno podjetje z etično politiko, ki je usklajena z desetimi načeli Globalnega dogovora ZN.

## Proces

- Uvod: Najprej pozdravite udeležence in predstavite temo vzpostavljanja etičnega in odgovornega poslovanja.
- Razumevanje odgovornosti: Razpravljajte o konceptu odgovornosti v poslovanju. Poudarite, da imajo podjetja odgovornosti do različnih zainteresiranih strani, vključno s strankami, zaposlenimi, dobavitelji in skupnostjo.
- Globalni dogovor ZN :Delite povezavo ali referenco za udeležence za spletni dostop do desetih načel.
- Dejavnost skupine: Vsaki skupini naročite, naj ustvari namišljeno podjetje z določeno poslovno idejo ali panogo. Vsako skupino prosite, naj razpravlja in opredeli politike in odgovornosti svojega podjetja do zainteresiranih strani, vključno s strankami, zaposlenimi, dobavitelji in skupnostjo.

### Materialni viri:

- Predstavitveni diapozitivi
- klepet ali razprava,
- <https://www.oecd.org/daf/inv/mne/48004323.pdf>
- <https://unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>

**Čas:** 30 minut.



## Proces (nadaljevanje)



### Materialni viri:

- Predstavitve ni diapozitivi
- klepet ali razprava,
- <https://www.oecd.org/daf/inv/mne/48004323.pdf>
- <https://unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>

**Čas:** 30 minut.

- Razprava v skupini: Vsako skupino prosite, naj predstavi povzetek politik in odgovornosti svojega namišljenega podjetja.
  - *Spodbujajte razpravo in vprašanja drugih skupin.*
- Razmislek (5 minut):
  - *Dajte besedo udeležencem za razmislek in spoznanja.*
  - *Spodbudite udeležence, da delijo svoja spoznanja o etičnih in odgovornih ravnanjih. poslovne prakse.*
  - *Razpravljajte o vplivu takšnih praks na družbo in samo podjetje.*

- Nove opredelitve podjetništva. Prejeto s: <https://www.entrepreneursdata.com/new-definitions-of-entrepreneurship-2023/#:~:text=According%20to%20Chrisman%2C%20Chua%2C%20and,or%20society%20as%20a%20whole.>
- Podeželska podjetja. Prejeto s: [https://ec.europa.eu/enrd/thematic-work/smart-and-competitive-rural-areas/rural-businesses\\_en.html](https://ec.europa.eu/enrd/thematic-work/smart-and-competitive-rural-areas/rural-businesses_en.html)
- Projekt podpore podjetništvu na podeželju. Received from: <https://www.ifad.org/documents/38711624/40089492/Rural+Entrepreneurship+Support+Project.pdf/2befdb69-0218-4e25-b527-51e672280033?t=1611227071000>
- Politika podjetništva na podeželju. Received from [https://www.ifad.org/documents/38711624/39417939/ruralenterprise\\_e.pdf/704804f0-52cc-42c3-8ec7-21aa7585d128](https://www.ifad.org/documents/38711624/39417939/ruralenterprise_e.pdf/704804f0-52cc-42c3-8ec7-21aa7585d128)
- spodbujanje vključujoče in trajnostne gospodarske rasti, zaposlovanja in dostojnega dela za vse. Prejeto od: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/economic-growth/>
- Cilji trajnostnega razvoja. Prejeto od: [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/sustainable-development-goals\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/sustainable-development-goals_en)

- Kaj so naložbe z učinkom? Prejeto od: <https://thegiin.org/impact-investing/need-to-know/>
- Množično financiranje: Kaj je, kako deluje, priljubljena spletna mesta. Prejeto od: <https://www.investopedia.com/terms/c/crowdfunding.asp>
- Evropski zeleni dogovor. Pridobljeno s spletne strani : [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en)
- Poročilo Svetovne komisije za okolje in razvoj: Naša skupna prihodnost. Prejeto iz [:https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf](https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf)
- Zeleno financiranje. Prejeto iz: <https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency/green-financing>
- 17 ciljev. Prejeto od: <https://sdgs.un.org/goals>
- Podpora državam pri pospeševanju napredka pri doseganju ciljev trajnostnega razvoja. Prejeto od: <https://jointsdgfund.org/>



# Modul 4

Viri za začetek zelenega poslovanja v EU.

1. del: moja poslovna zamisel

- [Enota 1](#): Kaj je poslovna ideja
- [Enota 2](#): Mega trendi
- [Enota 3](#): Preoblikovanje ideje v podjetje z uporabo pristopa oblikovalskega razmišljanja
- [Enota 4](#): Analiza uporabnikov
- [Enota 5](#): Razvoj idej
- [Enota 6](#): Izdelava prototipov in predstavitev

# Enota 1

Kaj je poslovna ideja? Raziskovanje neznanega

**Poslovna zamisel** je koncept, ki ga je mogoče uporabiti za pridobivanje finančnih koristi in je običajno osredotočen na izdelek ali storitev, ki jo je mogoče ponuditi za denar. Ideja je prvi mejnik v procesu gradnje uspešnega podjetja.

- Značilnosti obetavne poslovne ideje so:
- Inovativen
- Edinstvene
- Reševanje problemov
- Dobičkonosni
- Razumljivo

Poslovna zamisel je pogosto povezana z njenim ustvarjalcem, ki mora opredeliti njeno vrednostno ponudbo, da bi jo lahko lansiral na trg in vzpostavil konkurenčno prednost.

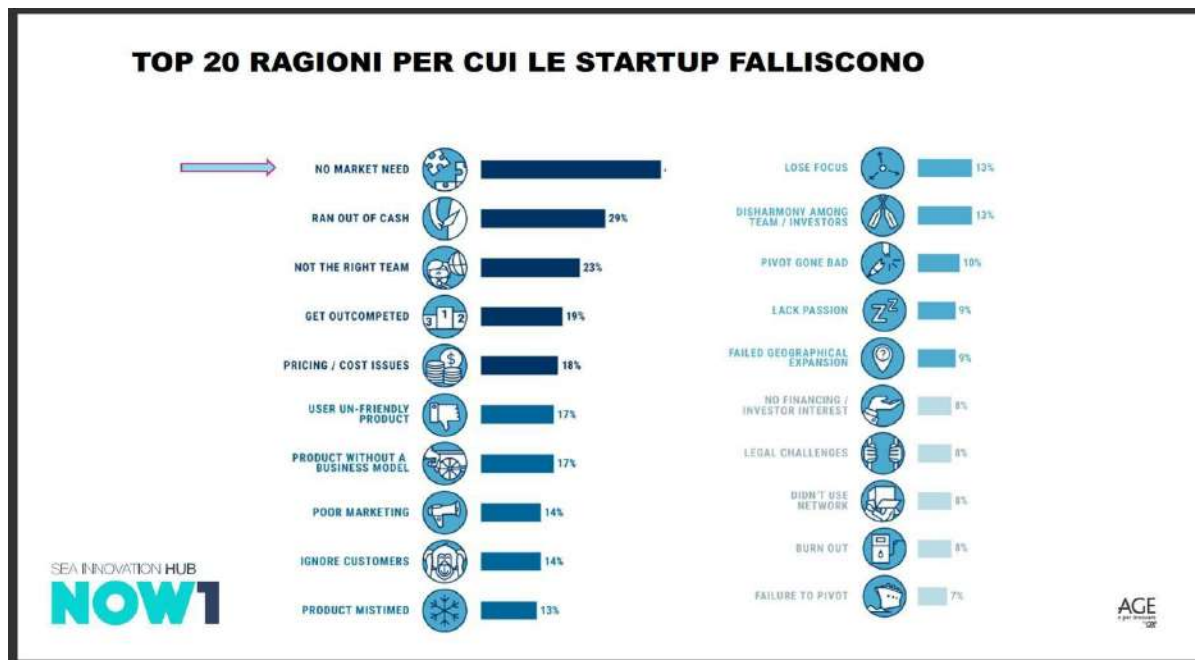
(Wikipedija)



# Ustvarjanje poslovne ideje je zelo težavno

92 % poslovnih idej propade v petih letih

ZAKAJ?



20 glavnih razlogov za neuspeh zagonskih podjetij

Vir: AGE e per innovare, slika vključena v PPT "From Zero to start-up: first steps to turn an idea into a business".

D.Scalia

Ideje lahko dobite tako, da ne poskušate razmišljati o idejah. Poiščite dragocene probleme, ki jih lahko rešite in ki jih bo trg (še vedno) imel jutri.

Kako pomembno je najti pravi problem

# Enota 2

Mega trendi: Trenutni in prihodnji trendi ter inovacijski potencial

# Veliki trendi in lokalne potrebe

## Demografske spremembe

- **Naraščajoče svetovno prebivalstvo:** 3,0 milijarde leta 1960; 7,5 milijarde v letu 2017 in 9,0 milijarde v letu 2037
- **Vse večji migracijski tok in upadanje števila prebivalcev na Zahodu:** priča smo toku "ekonomskih migrantov" brez primere z Zahoda na Vzhod v iskanju priložnosti za rast in boljšo kakovost življenja. Posledica tega je, da bodo **Združene države Amerike in Evropa**, ki nista več **ekskluzivni središči**, tekmovali z drugimi celinami za privabljanje naložb mladih talentov.
- **Staranje prebivalstva**



**Video:** *Human Population Through Time*

Click on the video icon to watch it 👉



# Veliki trendi in lokalne potrebe

## Individualizacija na novi stopnji

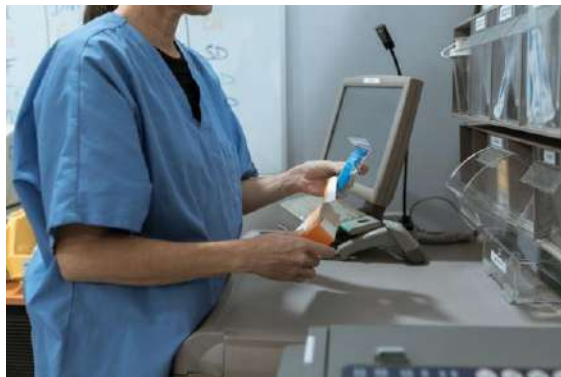
- Individualizem kot globalni pojav: od.... 6 stopinj narazen ... do 1 stopinje narazen
- Nova oblika družbenega komuniciranja: spreminjanje odnosov zaradi družbenih medijev
- Kompleksne biografije in identitete
- Z množičnih trgov na mikro trge



# Veliki trendi in lokalne potrebe

## Digitalna kultura:

- Splet 4.0
- Veliki podatki
- Pametna mesta
- Digitalna medicina



# Veliki trendi in lokalne potrebe

## Spremembe v vlogah spolov

- Razbitje tradicionalnih spolnih vlog
- Vse pomembnejša vloga žensk na delovnem mestu
- Cenjenje socialnih veščin
- Vedno večji pomen zdravega ravnovesja med poklicnim in zasebnim življenjem
- Nove družinske strukture in življenjski slogi



# Veliki trendi in lokalne potrebe

## Podnebne spremembe

- **Svet omejenih virov:** pomanjkanje naravnih virov bi lahko postalo eden od glavnih vzrokov za spore med državami, ki težko zagotavljajo blaginjo svojih državljanov.
- **Okolje:** koncentracija CO<sub>2</sub> v zemeljskem ozračju se bo še naprej povečevala. Ta posnetek prihodnosti je vsebovan v zeleni knjigi Evropske komisije o mestnem prometu, ki kaže, da promet v mestih danes povzroča 40 % emisij CO<sub>2</sub>
- **Prehod iz linearnega v krožno gospodarstvo:** pojavljajo se nove panoge in poslovni modeli, katerih cilj je izboljšati vpliv na okolje z zmanjšanjem odvisnosti gospodarskih dejavnosti od fosilnih goriv (nafta, premoga in plina) in povečanjem uporabe energije iz obnovljivih virov (npr. sončne, vetrne, geotermalne).



# Veliki trendi in lokalne potrebe

## Novi vzorci potrošnje

- **Polarizacija bogastva:** Tako je danes skoraj 50 % svetovnega bogastva v rokah 1 % prebivalstva, 86 % svetovnega bogastva (240 bilijonov dolarjev) pa je v lasti 8,6 % odraslega prebivalstva (425 milijonov ljudi).
- Države tretjega sveta, ki uživajo večjo blaginjo in dohitevajo potrošnjo v novointindustrializiranih državah
- Trajnostna potrošnja na zahodu (eko- bio-poštena trgovina)
- Vse večji pomen sodelovalne potrošnje: od prodajnega do najemnega poslovnega modela



# Enota 3

Pristop oblikovalskega razmišljanja

Preoblikovanje ideje v posel s pomočjo pristopa oblikovalskega razmišljanja

# Kaj je oblikovalsko razmišljanje

Oblikovalsko razmišljanje je interaktivni proces, ki uporablja empatijo za razumevanje uporabnika, ki je v središču izdelka ali rešitve, ki se razvija.

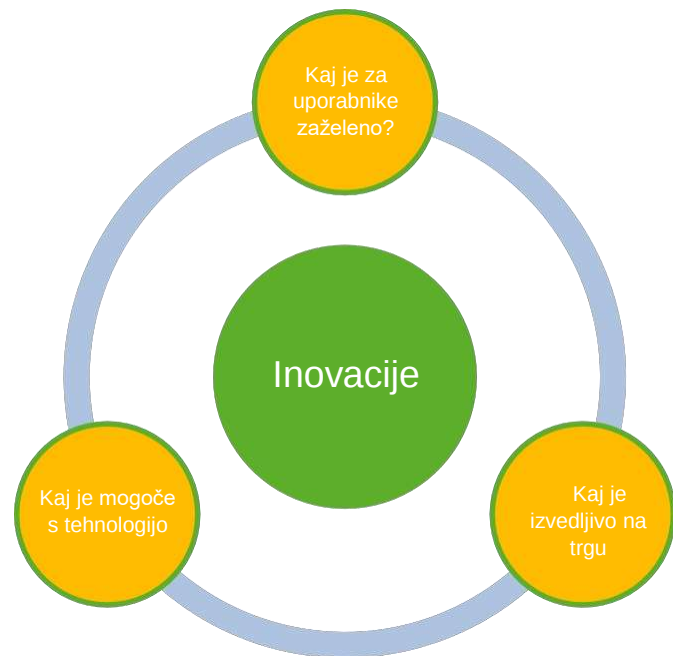
Gre za pristop, ki temelji na rešitvah in ljudem omogoča, da ustvarijo raznolik in ustvarjalen nabor idej, ki jih je mogoče hitro prototipizirati, preizkusiti in izboljšati. Zato ga pogosto uporabljajo ekipe, ki iščejo inovacije in rešujejo zapletene izzive.



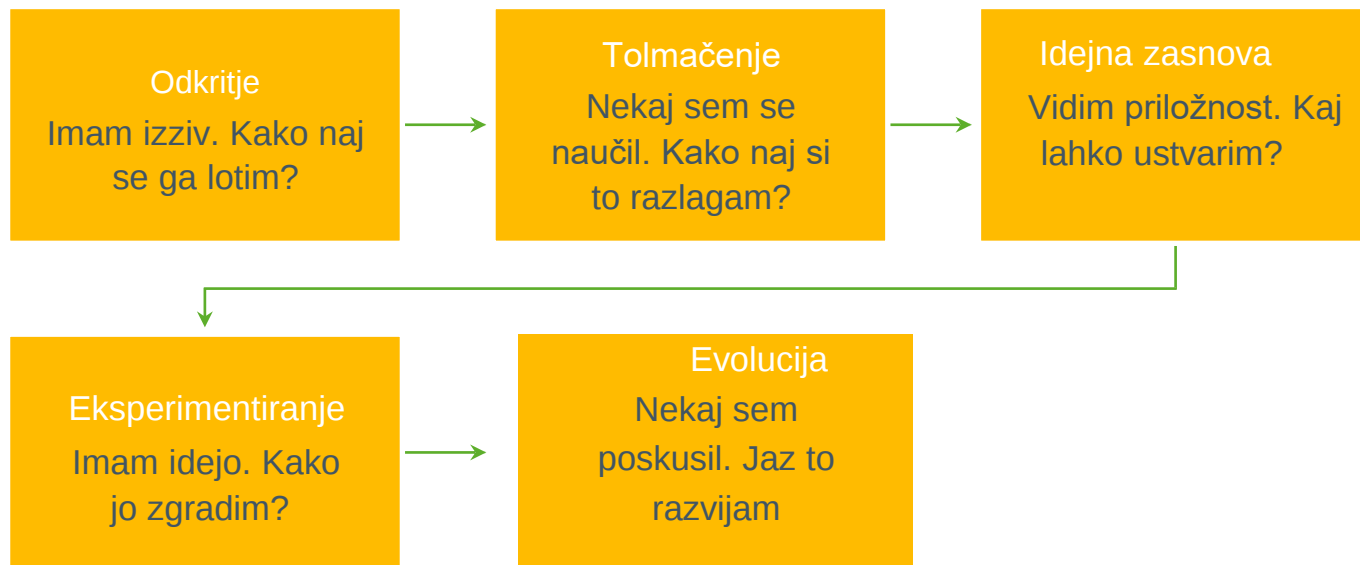
# Metodologija oblikovalskega razmišljanja

Cilj oblikovalskega razmišljanja je doseči:

- Kultura stalnih inovacij v skladu s potrebami uporabnikov/trga
- Možnost spreminjanja



# Proces oblikovalskega razmišljanja



# Potrebe po odkrivanju in raziskovanju

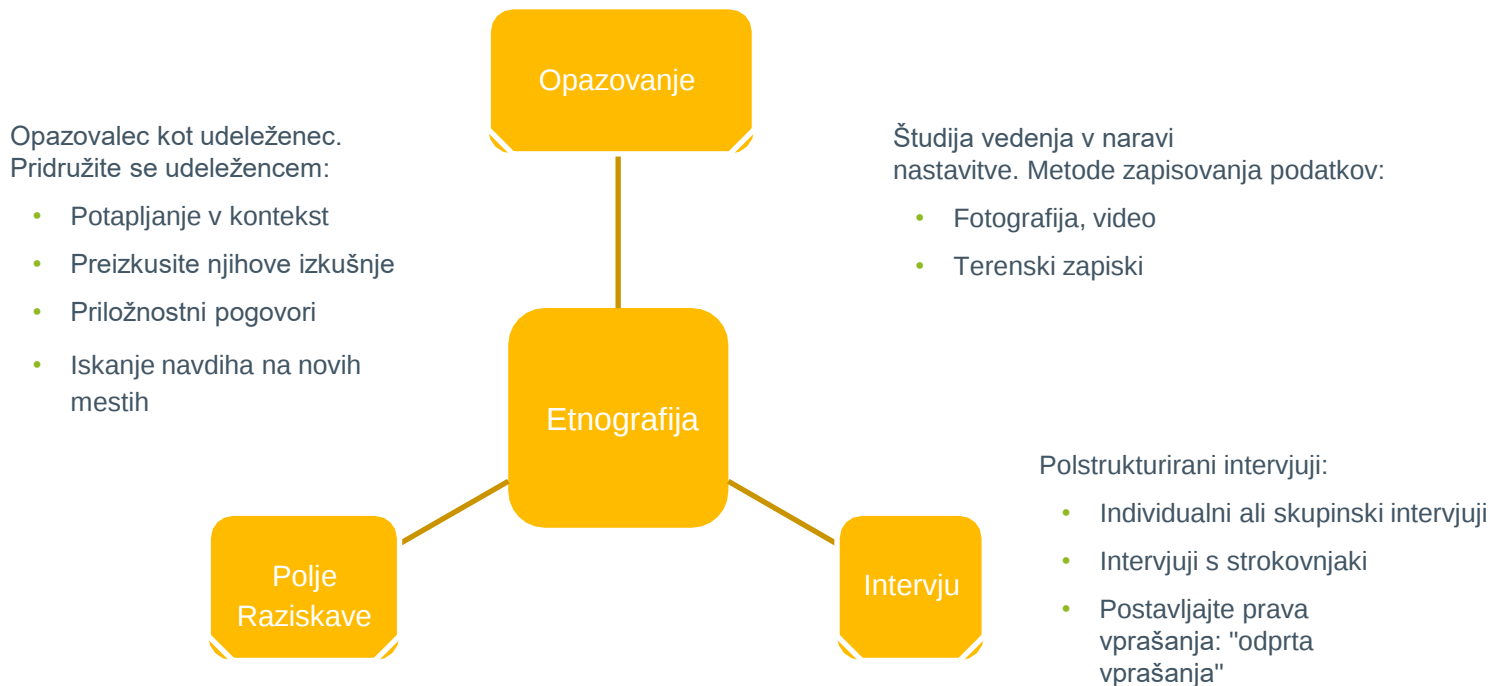
Namen **raziskovalne faze** je razumeti potrebe, ovire in omejitve našega trga in uporabnikov.

- Brez sodbe
- Brez predpostavk

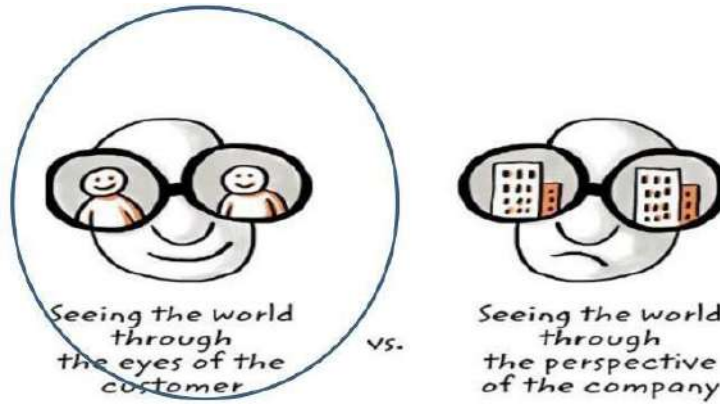


*Če bi svoje stranke vprašal, kaj si želijo, bi rekle, da hitrejšega konja.*

Henry Ford.



# Ravnanje raziskovalca



Pogled na svet skozi oči stranke

VS

Pogled na svet z vidika podjetja

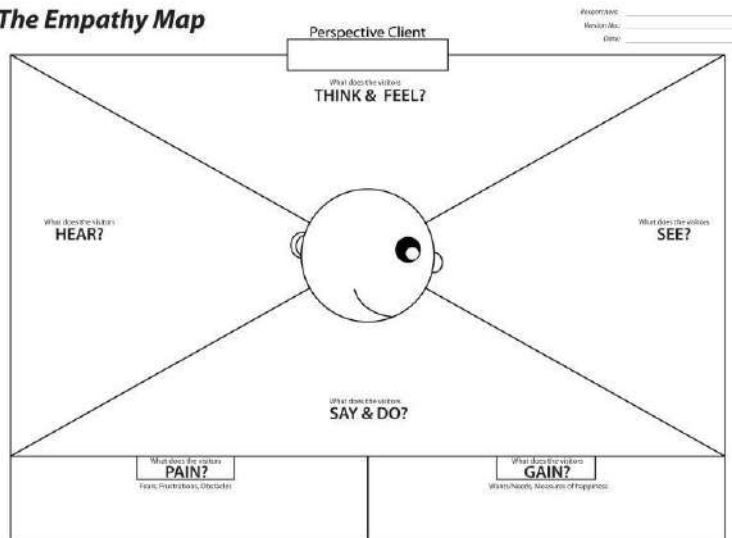
- Empatija in občutenje njihovih izkušenj
- Resnična radovednost in zanimanje za udeležence
- Vzpostavljanje odnosa in zaupanja

# Enota 4

Analiza uporabnikov: Zemljevid empatije VS kartiranje oseb

# Zemljevid empatije VS kartiranje oseb

## The Empathy Map



Zemljevid empatije (Empathy map)

Vir: <https://workingincontent.com/resources/user-centered-content>

## CUSTOMER PERSONA



Jennifer D. Gephart

Age: 32  
Occupation: Finance Project Manager  
Education: MBA  
Location: Austin, TX  
Status: Single

|                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Interests</b><br>Cycling, kayaking in Lake Travis, comedy shows, time doing with friends, volunteering at the local animal shelter.                                                                  | <b>Goals</b><br>Better communication across various departments<br>Clear, defined due dates and accountability for tasks<br>Do more with less money               | <b>Pain Points/ frustrations</b><br>Delays or slow communication<br>Disorganized work environment<br>Lack of accountability in tasks across team members                                           |
| <b>Motivations</b><br>Recognition from board, supervisors and peers<br>Personal reward from successful deals<br>Opportunity for raise or promotion<br>Satisfying clients and delivering optimal results | <b>Challenges</b><br>Inconsistent revenue flow<br>Increased sales team productivity<br>Delays or slow communication                                               | <b>Needs &amp; Expectations</b><br>Slack integration<br>All-in-one project management tool that has clear due dates for projects<br>Gantt charts<br>Notifications for easy and quick collaboration |
| <b>Technology &amp; Social Media</b><br>She uses Apple devices<br>Browses on her phone, but makes more active decisions on her laptop<br>Uses Instagram, Facebook, LinkedIn, and Twitter                | <b>Content-Type Preferences</b><br>Web Street Journal<br>Forbes<br>Fortune<br>Business Week<br>The Economist<br>Trade Publications<br>Bloomberg<br>New York Times | <b>Brands &amp; Influences</b><br>Slack<br>Google<br>Apple<br>Amazon<br>Microsoft<br>Facebook                                                                                                      |

Osebnost stranke (Customer persona)

Vir: <https://openclassrooms.com/en/courses/4555276- conduct-design-and-user-research/4788941-create-personas-and-journey-maps/>

# Zakaj uporabiti orodje zemljevid empatije

Zemljevid empatije (Empathy map) je orodje za sodelovanje, ki omogoča skupno raziskovanje potreb različnih potrošnikov.

Zemljevid empatije spodbuja ustvarjanje izdelkov in storitev, ki so osredotočeni na uporabnika, saj:

- Razkriva manj eksplicitno znanje, "zakaj" za dejanji, izbiri in odločitvami uporabnikov, poudarja njihove Potrebe in omogoča oblikovanje, ki temelji na resničnih potrebah.
- Vabi k ponotranjenju izkušenj uporabnikov, kar omogoča preseganje bolj splošnih ali površinskih informacij. Odpira pot inovativnemu oblikovanju.
- Pomaga pri razmisleku o resničnih in konkretnih Situacijah ter pri hitrem spreminjanju rešitev na podlagi izkušenj ljudi.



**Videoposnetek:**  
*Kaj je zemljevid empatije?*



Kliknite na ikono za ogled videoposnetka ➡

# Deskriptorji zemljevida empatije



**MISLITE IN ČUTITE** -> Kaj je pomembno / kaj si želite / kaj mislite?  
Kako bi se počutili, če bi imeli ta izdelek/storitev?

**VIDITE** -> Kaj vidite v drugih podobnih izdelkih/storitvah? In v krogu vaših znancev?

**PRISLUHnite** -> Kaj govorijo ljudje okoli vas? In javno mnenje? Kaj menite vi? zaznavajo?

**POVEJTE in DELUJTE**-> Kaj menite o tej inovaciji? Kako se obnašate in kaj počnete?  
Ali boste uporabljali ta izdelek/storitev? Ali ga boste priporočili/promovirali?

**BOLEČINA**-> Ovire - tveganja - pomanjkljivosti pri ustvarjanju tega izdelka/storitve. Ali se bojite, da ta inovacija ne bo delovala?

**PRIDOBITEV** -> Koristi - zaslužek pri ustvarjanju tega izdelka/storitve. Ali menite, da bo to imelo pozitiven učinek? Ali menite, da bo to pomagalo drugim ljudem?

# Deskriptorji kartiranja oseb

**Kartiranje osebnosti** je ustvarjanje izmišljenih, vendar realističnih profilov ciljnih uporabnikov. Odražajo značilnosti, kot so osebne lastnosti, cilji, motivacija, stališča in drugo.

Opisi vključujejo:

- vedenjske vzorce
- cilje
- spretnosti .
- stališča
- osnovne informacije
- okolje, v katerem oseba deluje.

|                                      |                                |                          |                            |
|--------------------------------------|--------------------------------|--------------------------|----------------------------|
| Osebni podatki (in slika ali avatar) | Interesi                       | Cilji                    | Boleče točke / frustracije |
|                                      | Motivacije                     | Izzivi                   | Potrebe in pričakovanja    |
|                                      | Tehnologija in družbeni mediji | Nastavitve vrste vsebine | Blagovne znamke in vplivi  |

## Videoposnetek:

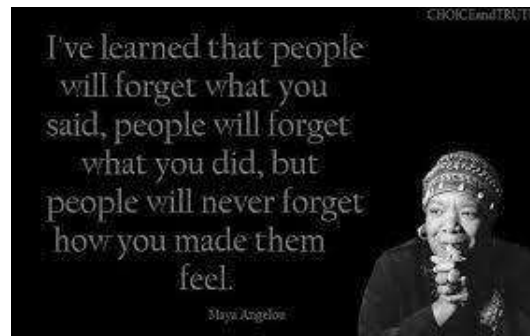
*Ustvarjanje osebnosti za raziskave uporabniške izkušnje*

Kliknite na ikono za ogled videoposnetka 



# Zakaj so ta orodja pomembna?

- Poglobljeno razumevanje ciljne skupine je temeljnega pomena za ustvarjanje smiselnih idej/rešitev.
- Osebe uporabnikov pomagajo ekipi pri iskanju odgovora na eno od njihovih najpomembnejših vprašanj: "Za koga oblikujemo?"
- Z razumevanjem pričakovanj, pomislekov in motivacije ciljnih uporabnikov je mogoče oblikovati izdelek, ki bo zadovoljil njihove potrebe in bo zato uspešen.



*Citat Maye Angelou  
"Naučila sem se, da bodo  
ljudje pozabili, kaj si rekel,  
ljudje bodo pozabili, kaj si  
naredil, nikoli pa ne bodo  
pozabili, kako so se zaradi  
tebe počutili."*



*Uporabniška izkušnja in  
oblikovanje*

# Enota 5

Razvijte svojo idejo  
Brainstorming in ponudba vrednosti

# Brainstorming in ustvarjanje idej

- **Brainstorming** omogoča širše razmišljanje brez organizacijskih, operativnih ali tehnoloških omejitev.
- Praksa ustvarjanja nepraktičnih rešitev pogosto sproži ideje, ki so pomembne in smiselne. Morda bo treba ustvariti 100 idej (od katerih so mnoge neumne ali nemogoče), da bi prišli do tistih treh resnično navdihujočih rešitev.
- Med brainstormingom se rešitve oblikujejo samo z mislijo na stranko.



# Nasveti za Brainstorming



Izogibajte se destruktivnemu razmišljanju

Spodbujanje divjih idej

Gradite na idejah drugih

Osredotočite se na temo

Odložitev sodbe

En pogovor naenkrat

Razmišljajte o trendih

Bodite vizualni

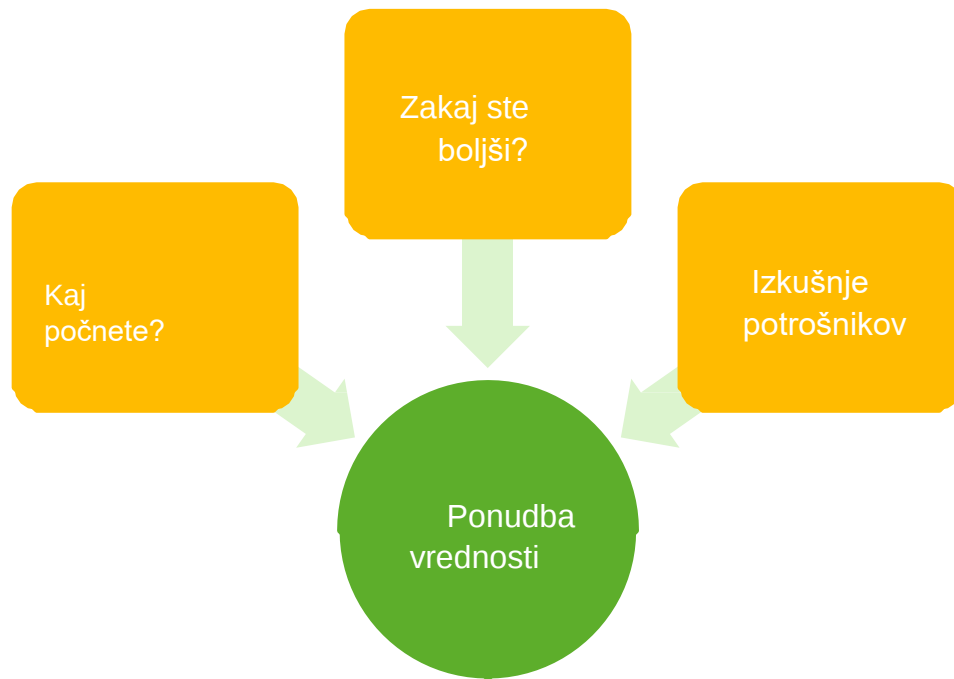
# Ponudba vrednosti

Je orodje za vživljanje v  
stranke, ugotavljanje potreb  
in želja, da bi razumeli,  
katere izdelke ali storitve so  
pripravljene kupiti.

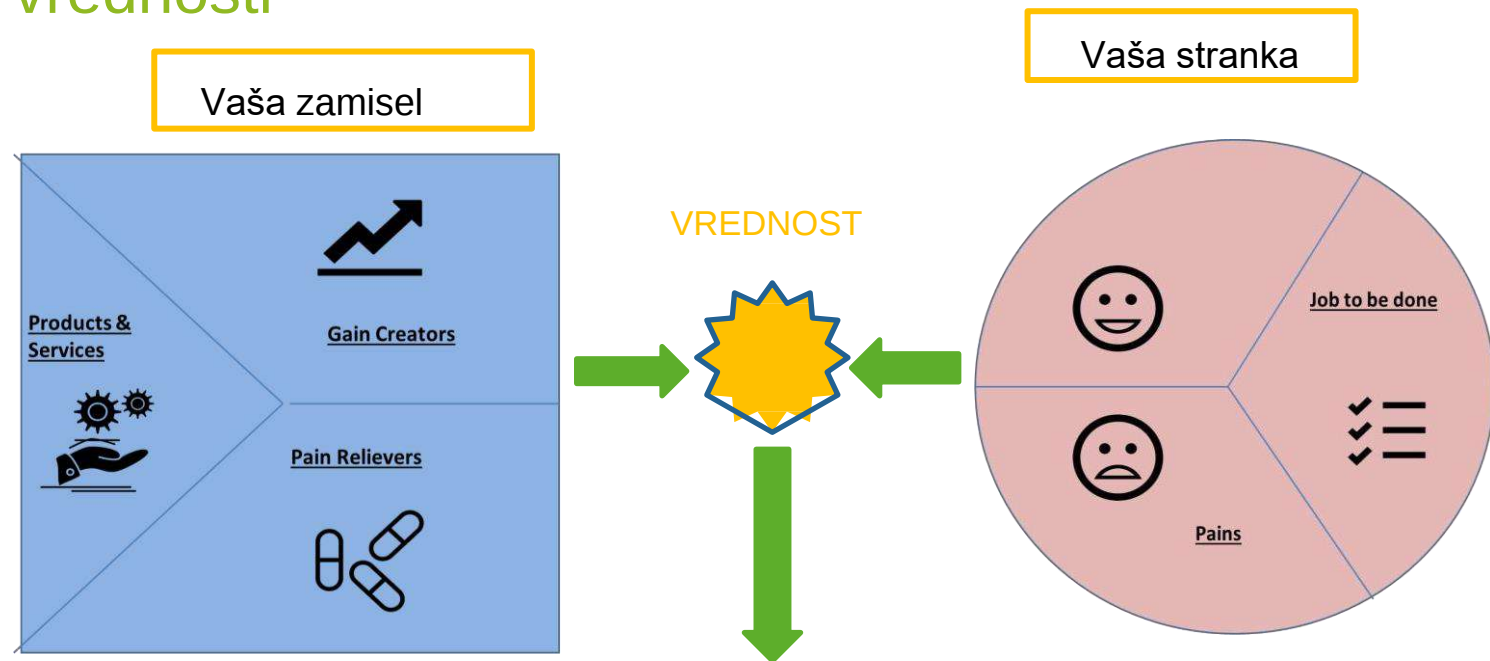
**Videoposnetek:** Vrednostni  
predlog Canvas podjetja  
Strategyzer.com, razložen na  
primeru Uberja



Kliknite na ikono za ogled videoposnetka



# Ustvarite platno s ponudbo vrednosti



Naš (izdelek/storitev) **pomaga** (segmentu strank), ki **želijo** (opraviti delo), pri čemer se **izogne/ zmanjša...** (bolečina) in **ustvari/ poveča...** (dobiček).

# Enota 6

Ustvarite prototip

Od abstraktne ideje do konkretnega prototipa

# Izdelava prototipov

- V vsakem procesu razvoja poslovne ideje je pomembno izdelati **prototip**, da bi preizkusili rešitve in se učili iz povratnih informacij. Zelo pomembno je, da se vizualizacija idej in konceptov začne razvijati iz 2D v 3D perspektivo.
- Prototip je zgodnji vzorec ali model, narejen za preizkušanje koncepta ali postopka (Wikipedija).
- **Izdelava prototipov** pomeni, da gradite in razmišljate. To pomeni, da ustvarite rešitev, da jo lahko posredujete drugim in izboljšate idejo. Prototipi so ŽIVI (prostor za izboljšave).
- Cilj prototipiranja je ustvariti izkušnje, na katere se lahko uporabniki odzovejo in podajo povratne informacije. Prototipi ustvarjajo pogovor (razpravo z uporabniki)



Pomembno vlogo imajo (hitri) prototipi: oblikovalcem omogočajo hitro preizkušanje zamisli za izboljšanje končne zasnove.

Ko si uporabniki ogledajo prototipe z nizko ločljivostjo, vidijo potencial.

Nizka ločljivost, hitri prototipi



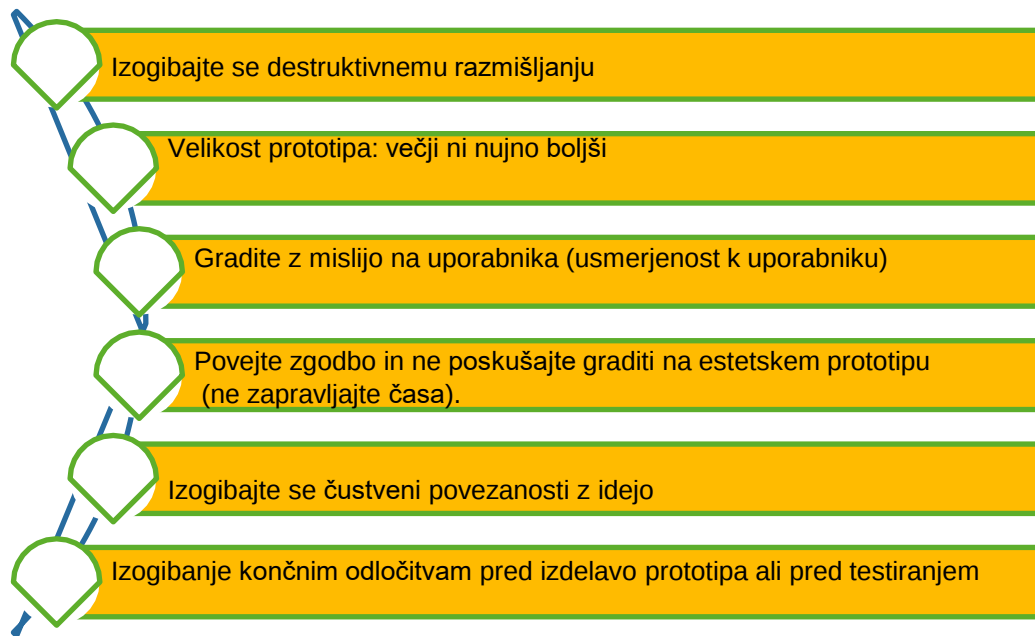
Ko uporabniki gledajo zelo izpopolnjene prototipe, vidijo težave

Visoka ločljivost, hitri prototipi



*Prototipi z nizko ločljivostjo in prototipi z visoko ločljivostjo*

# Nasveti za hitro izdelavo prototipov



# Kaj je lahko hitri prototip?

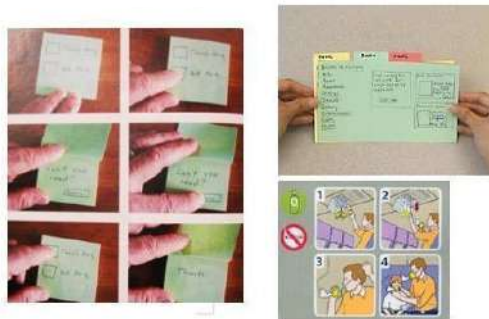
- **Skice:** Uporabite jih za komunikacijo in raziskovanje idej v zgodnjih fazah oblikovanja.
- **Papirnatí prototipi:** Uporabite jih za raziskovanje novih rešitev nekoliko pozneje v procesu oblikovanja.
- **Omarice:** Z njimi se osredotočite na umestitev vsebine, informacijsko arhitekturo in funkcionalnost.



# Kaj je lahko hitri prototip?

- **Prototipi Lego:** Z njimi lahko raziskujete fizične izdelke in gradite empatijo z uprizarjanjem uporabniških poti.
- **Prototipi uporabniške izkušnje/pripovedovanja zgodb:** Uporabite jih za posnemanje zapletenih sistemov, kompleksne interaktivnosti ali prihodnjih tehnologij, preden porabite sredstva za njihovo izdelavo.
- **Drugo:** primeri prototipiranja storitev

## Izdelava prototipov storitev



# Predstavitev prototipa

- Izberite in povežite ideje v zgodbo.
- Opredelite pomembne sestavine "točke dotika".
- Na podlagi teh gradite svoje pripovedovanje zgodb.





## Praktična vaja



#### Materialni viri:

- ‚Persona mapping‘ prazna predloga
- <https://frescopad.com/persona-map-definition/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=u44pBnAn7cM&t=18s>

Čas: 45-60 minut.

## Opis vaje

**Ime:** Kartiranje osebnosti

**Učni cilji:** Pridobiti znanje o kartiranju oseb (persona mapping) in njegovih deskriptorjih. Razmišljati na empatičen način. Naučite se, kako se osredotočiti na rešitve za frustracije in potrebe uporabnikov. Empatijo uporabite v praksi. Poglobljeno razmišljati o "osebi".

**Kompetence:**  
kontekstualizacija problemov,  
ustvarjalnost

## Proces

Podrobno opišite postopek reševanja naloge. V točkah zaporedoma razvrstite vse korake za izvedbo vaje.

1. Branje diapozitivov, povezanih z mapiranjem oseb, in ogled predlaganega videoposnetka
2. Razmislite o svoji osebi
3. Izpolnite 10 polj
4. Predstavite svojo osebo kolegom/trenerjem.



## Praktična vaja



#### Materialni viri:

- Prazna predloga canvas
- <https://www.youtube.com/watch?v=k iWkRiynPAo>

Čas: 45-60 minut.

## Opis vaje

**Ime:** Canvas (Value preposition)

**Učni cilji:** Pridobiti znanje o vrednostni ponudbi in njenih deskriptorjih. Razmišljati na empatičen način. Naučite se, kako se osredotočiti na rešitve za frustracije in potrebe uporabnikov. Sposobnost razmišljanja o koristih za uporabnike. Biti sposobni opredeliti "vrednost" poslovne ideje.

**Kompetence:** Ustvarjalnost. Sistemsko razmišljanje. Kritično razmišljanje. Umeščanje težav v kontekst. Raziskovalno razmišljanje. Opazovanje priložnosti. Vrednotenje idej.

## Proces

Podrobno opišite postopek reševanja naloge. V točkah zaporedoma razvrstite vse korake za izvedbo vaje.

1. Branje diapozitivov in ogled predlaganega videoposnetka
2. Začnite izpolnjevati del, ki se nanaša na vašega kupca.
3. Nato izpolnite del, ki se nanaša na vašo zamisel.
4. Razmislite o svoji ponudbi vrednosti
5. Predstavite svojo zamisel vrstnikom/učencem (glejte diapozitiv 32)





# Modul 5

Viri za ustanovitev zelenega podjetja v EU.

2. del: Smernice za pripravo mojega zelenega poslovnega načrta.

- [Enota 1](#): Kaj je poslovni model?
- [Enota 2](#): Ključni modeli za pripravo poslovnega načrta:

Poslovni model Canvas

Lean Canvas

Social Lean Canvas

- [Enota 3](#): Kako razviti svoj zeleni poslovni model?

Social Lean Canvas

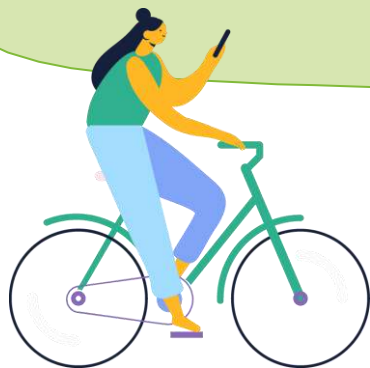
- [Enota 4](#): Predstavitev mojega predloga:

Elevator pitch

Pitch Deck



"Podjetnik v nas vidi priložnosti povsod, kamor se ozre, mnogi ljudje pa povsod vidijo le težave."



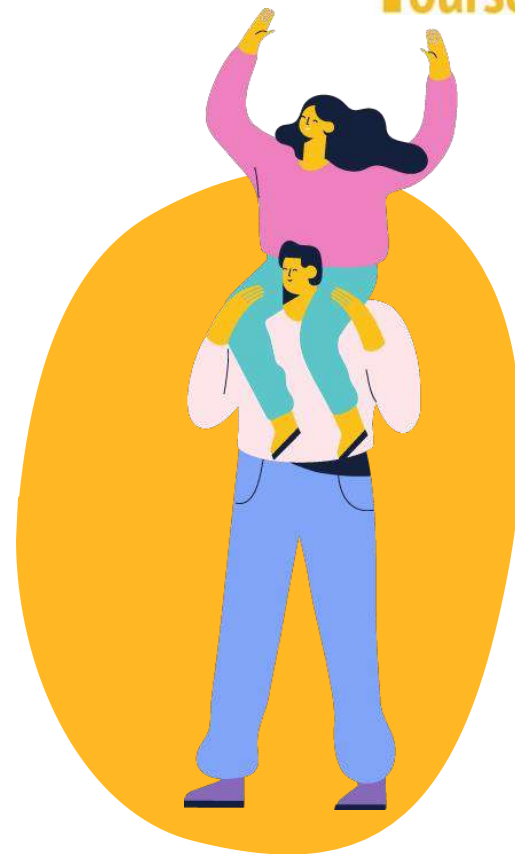
Michael E. Gerber

# Enota 1

Kaj je poslovni model?

Verjetno ste se že kdaj soočili z velikim vprašanjem, ki si ga zastavlja veliko ljudi, ki želijo voditi svoje podjetje:

- Kako organizirati VSE ukrepe, ki jih moram izvesti za zaženen svoj posel IDEJA?
- Kaj moram upoštevati, da bo moja poslovna IDEJA uspešna in trajnostna?
- Katere vidike moram upoštevati pred začetkom trajnostno podjetništvo?



# Razmislek o poslovnem modelu je najboljši način prilagajanje na spreminjajoči se svet (Tim Clarks, 2011).

Soočamo se s **trgom**, ki je **nemiren in se spreminja**, kar je posledica dejavnikov, na katere ne moremo vplivati. Na primer: gospodarska recesija, drastične demografske spremembe, okoljski dejavniki, ki so povzročili **zeleni prehod**.

Na te spremembe podjetja prav tako ne morejo vplivati in imajo velik vpliv na naše poslovne modele.

**Zeleni prehod** je proces, ki se odziva na spremembe, potrebne za nadzor in odpravo okoljske škode, od podjetij zahteva pomembne spremembe poslovnih modelov, da bi postala bolj konkurenčna na trgu.



# Opredelimo Kaj je poslovni model?

Z zelo preprostimi besedami:

Poslovni model je postopek, ki pojasnjuje, kako podjetje ali podjetništvo:

Ustvari

Zajame

Dostavi



## Vrednost

V našem primeru

Vrednost je tesno povezana z: podnebnimi spremembami, zmanjševanje ogljičnega odtisa, trajnostnim in okolju prijaznim načinom življenja.



# O opredelitvi

## Po mnenju Alexandra Osterwalderja (2010)

lahko poslovne modele razumemo kot zemljevide  
opisovanje načina delovanja podjetja.

Podobno kot arhitekt pripravlja načrte za gradnjo stavbe, tudi  
podjetniki oblikujejo poslovne modele, ki jih vodijo pri ustanavljanju  
podjetja.

## *Z drugimi besedami:*

To je proces, ki ga podjetje izvaja, da bi doseglo  
dobiček in ustvarilo pozitiven vpliv na trajnostni razvoj.



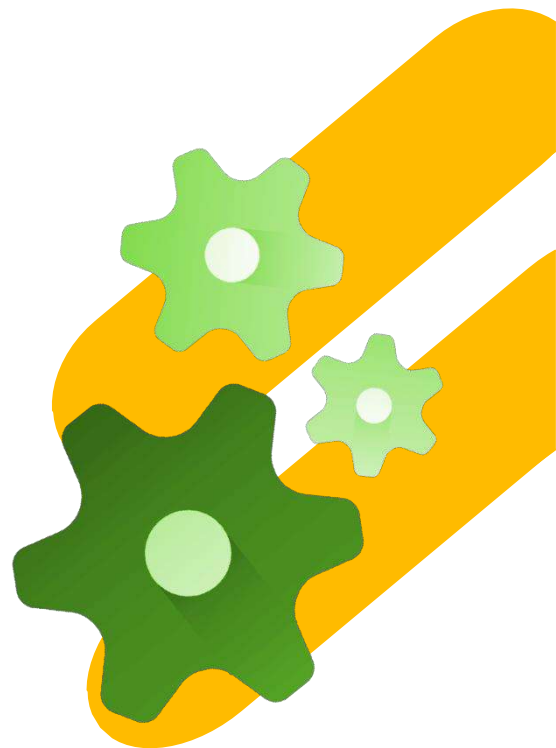
# Na čem temelji oblikovanje poslovnega modela?

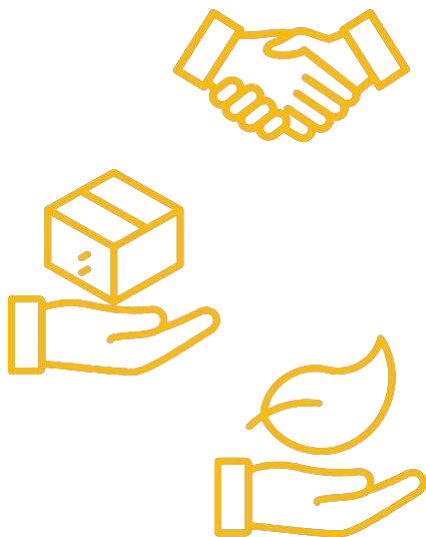
Poslovni model je usmerjen v dve področji oziroma poskuša odgovoriti na dve ključni vprašanji

1. Kdo je stranka (značilnosti)?
2. Katere storitve stranka resnično potrebuje (potrebuje)?

Zato so poslovni modeli zasnovani tako, da ustvarjajo vire za zadovoljevanje potreb segmenta strank.

Upoštevanje dejanskih potreb in povpraševanja segmenta strank je zelo pomembno, saj je od tega odvisna trajnost podjetja.





Pri razvoju poslovnega modela vam bomo pomagali pri opredelitvi in podrobnem opisu:

- stranke vaše trajnostne ali zelene poslovne ideje.
- naloge ali dejavnosti, ki jih mora vaše zeleno podjetje opraviti, da bi zadovoljilo potrebe vaših strank.
- potrebe ali težave, povezane z degradacijo okolja, ki vas skrbijo in bi lahko izboljšale pogoje za vaše stranke.

# Enota 2

Ključni modeli za razvoj poslovnega načrta.

Kot smo videli v opredelitvi je poslovni model pot ali postopek, ki korak za korakom opisuje ključne sestavine za ustvarjanje podjetja, ki ustvarja vire.

V tem poglavju bomo raziskali tri najpomembnejše modele, začevši z Business Model Canvasom, ki je osnova za naslednja dva modela.

Poudarili bomo model Rowana Yeomana in Davida Moskovitza, saj najbolj ustreza poslovnim idejam, povezanim s trajnostjo in pozitivnim vplivom na okolje.



# 1. Business Model Canvas

## Alexander Osterwalder

- Gre za metodologijo, ki na preprost in natančen način razvija različne vidike vašega poslovne ideje, ki so potrebne za pravilno delovanje vašega podjetja.
- To je model, ki omogoča veliko preglednosti: **kaj počnete, kako to počnete in komu ste namenjeni.**
- To je orodje, ki vam omogoča **jasno globalno vizijo podjetništva**, ki ga želite uresničiti. spodbujati.
- **Predstavljen je na vizualen način, na platnu**, ki vam omogoča, da predstavite zamisli, jih pregledate, obnovite, premaknete ali spremenite, da bi našli nove načine ali rešitve za izzive pri zagonu zelenega podjetja.
- **Uporablja sistemsko metodologijo**, kar pomeni, da so vsi njeni elementi medsebojno povezani.

# CANVAS iz 9 sestavnih delov

## MODEL CANVAS

### KLJUČNI PARTNERJI

Vnaprej vedite, s katerimi partnerji lahko vzpostavite dragocen odnos. Prinesejo lahko vire, ki bodo povečali učinkovitost vašega poslovnega modela.

### KLJUČNE DEJAVNOSTI

Katere edinstvene strategije ima vaše podjetje za zagotavljanje ponudbe za stranke?

### KLJUČNI VIRI

Katere edinstvene strateške prednosti ima vaše podjetje, da lahko konkurira?

### EDINSTVENA PONUJENA VREDNOST

Zakaj bi vaše stranke izbrale vas in ne drugega podjetja?  
Zakaj kupujejo?  
Edinstvena ponujena vrednost je jedro smisla obstoja podjetja in je vaš način, kako na inovativen način zadovoljiti potrebe strank.

**ODNOS S STRANKAMI**  
Kako komunicirate s stranko med celotnim postopkom?  
Pomembno je, da komunicirate s svojimi strankami.

**KANALI**  
Kako promovirate, prodajate in dostavljate svoje izdelke ali storitve?  
Zakaj?  
Ali delujejo?

### SEGMENT STRANK

Kdo so vaše stranke? Kaj mislijo? Kaj vidijo? Kaj čutijo? Kaj počnejo? Ugotovite, kakšne so vaše najpomembnejše stranke in določite osebnosti kupcev.

### STROŠKI

Kateri so glavni stroškovni dejavniki podjetja in kako so povezani s prihodki? Če si boste ustvarili predstavo o strukturi stroškov, boste vedeli, kakšen mora biti najmanjši obseg prodaje, da boste ustvarili dobiček.

### VIRI PRIHODKOV

Kako vaša ponudba vrednosti ustvarja prihodek? Strukturiranje stroškov in tokov prihodkov vam bo dalo jasno sliko o tem, kako vaša organizacija ustvarja prihodke. Koliko strank na leto potrebuje vaša organizacija, da ustvari prihodek? Koliko prihodkov potrebujete, da boste dosegli prag rentabilnosti?

# Primer tega modela.



## KLJUČNI PARTNERJI

- Športne trgovine
- Športni klubi
- Vplivneži
- Proizvajalci tekstila
- Dobavitelji tekstila

## KLJUČNE DEJAVNOSTI

Prodaja v centrih za jogo, centrih za osebno usposabljanje in športnih butikih.

## KLJUČNI VIRI

- Pakiranje
- Spletni naslov

## EDINSTVENA PONUJENA VREDNOST

- Športna oblačila vrhunske kakovosti
- 100 % reciklirana oblačila
- Velike velikosti
- Spletna prodaja

## ODNOS S STRANKAMI

- Glasilo
- Osebni profil
- Popusti v telovadnici

## KANALI

- Spletna stran
- Vplivneži
- Športni centri
- Umiki joge

## NAROČNIKI

Ženske, stare od 16 do 60 let, ki iščejo kakovostna in okolju prijazna športna oblačila.

## STROŠKI

- Vzdrževanje spletnega mesta - oglaševanje
- Pisarne (najemnina, voda, elektrika, internet)
- Plače zaposlenih
- Surovine
- Proizvodni stroški
- Stroški prevoza

## VIRI PRIHODKOV

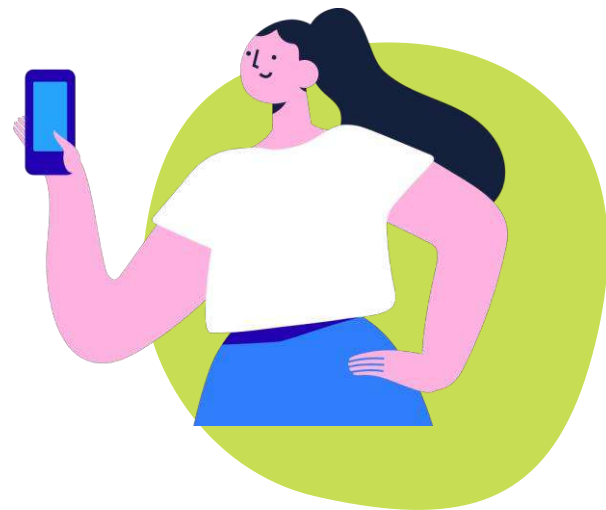
- Neposredna prodaja končnim strankam
- Prodaja distributerjem

# Informativna tabletka:

## Videoposnetek:

*Business Model Canvas pojasnjen*

 Klikni na ikono za ogled videoposnetka

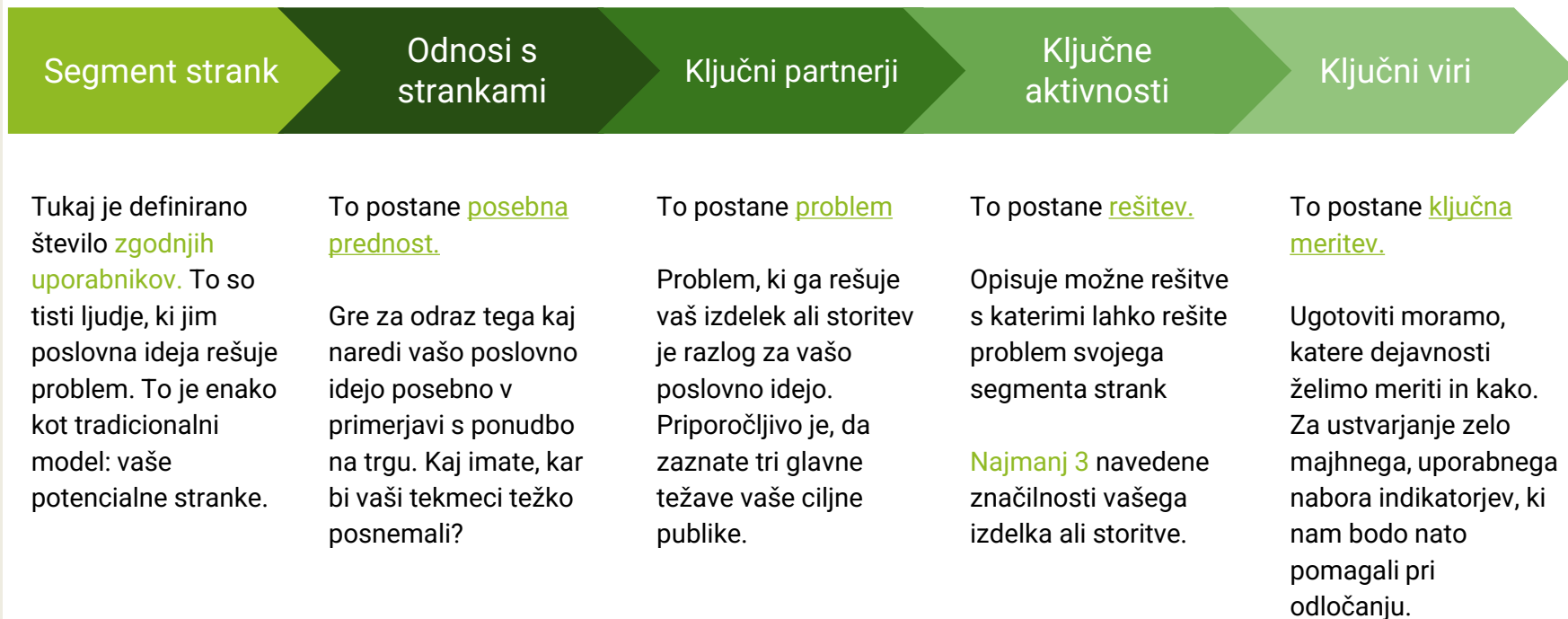


## 2. Lean Canvas, ki ga je ustvaril Ash Maurya

- Lean Canvas je prilagoditev Business Model Canvasa.
- Zasnoval ga je Ash Maurya za podjetnike, ki so v začetni fazi poslovanja, in se uporablja za delo na začetni ideji zagonskega podjetja.
- Canvas je razdeljen na dva dela:



# Prilagoditve Lean Canvasa tradicionalnemu modelu Osterwalder Canvas

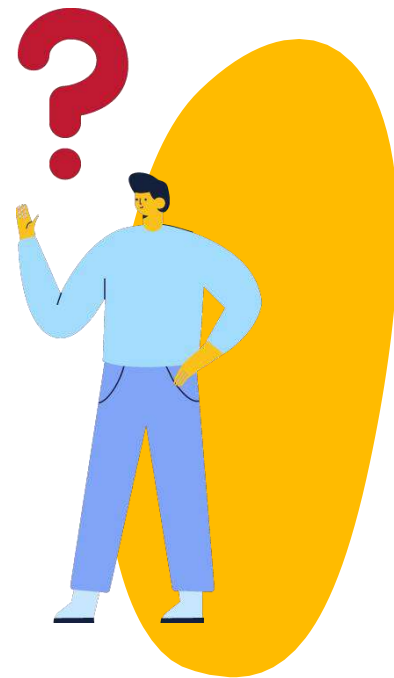


### 3. Social Lean Canvas

Rowan Yeoman in David Moskovitz

#### Ključni elementi modela

- **Cilj:** razmisliti moramo o naši motivaciji in o tem kaj želimo doseči z razvojem naše zelene podjetniške ideje (ki je lahko neprofitna ali profitna)
- **Vpliv:** opredeliti moramo vpliv, ki ga bo imel razvoj naših izdelkov ali storitev na družbeno in **okoljsko področje**. Vpliv je treba meriti glede na zeleni prehod.



# Ključni vidiki tega modela.

- Orodje, ki omogoča analizo poslovnih idej v okviru socialnega in zelenega podjetništva.
- Vključuje cilj ali poslanstvo: namen vašega socialnega/zelenega podjetja in vpliv, ki ga ustvarja na določenem območju.
- Prizadeva si za trojno ravnovesje v poslovanju: dolgoročna gospodarska donosnost, pozitiven družbeni vpliv in zmanjšanje negativnega vpliva na okolje.



# Platno po tem modelu

| OBJECTIVE                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 What is the motivation behind the idea and what do we want to achieve with the development of the idea.                         |                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                     |
| PROBLEM                                                                                                                           | SOLUTION                                                                                                                                                                                             | VALUE PROPOSAL                                                                                                                                    | DIFFERENTIAL ADVANTAGE                                                                                                                                             | CUSTOMER SEGMENT                                                                                                                    |
| 3<br>Identify the three main problems of the collective and find out what alternatives to your idea they are using to solve them. | 5<br>State the 3 most important features of your proposal that will help them solve their problem.<br><br>KEY INDICATORS<br>9<br>Establish what results we want to measure and with what indicators. | 4<br>Make it clear, simple and straightforward what makes your solution special and how you are going to help your customers solve their problem. | 10<br>What makes you special and different, what makes you have a clientele.<br><br>CHANNELS<br>6<br>How will you deliver your solution to your customer segments? | 2<br>Identify and know the customer segments you are going to work with.<br><br>Identify your Early Adopters to start working with. |
| COST STRUCTURE                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                      | FINANCIAL SUSTAINABILITY                                                                                                                          |                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                     |
| 8<br>What are the expenses you will generate during the course of the activity.                                                   |                                                                                                                                                                                                      | 7<br>How you will generate income.                                                                                                                |                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                     |
| IMPACT                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                     |
| 11<br>What impact is intended to be generated on the social and/or environmental surroundings.                                    |                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                     |



Kliknite na sliko

# Enota 3

Kako razviti svoj zeleni poslovni model?

- Za razvoj modela je treba rešiti vsako komponento v vrstnem redu, ki je naveden v spodnjem vzorčnem platnu.
- Reševanje vsake komponente pomeni, da morate razmisliti, raziskati in se posvetovati, da bi odgovorili na vsa ključna vprašanja, ki jih boste obravnavali v vsakem sklopu.
- Izjemi: Točki 1 (segment strank) in 2 (težave) se lahko izpolnita po tem vrstnem redu ali v obratnem vrstnem redu (najprej se odkrijejo težave, nato pa se razmisli o tem, koga "bolijo" ali kdo najbolj trpi zaradi teh težav).
- Pomembno je, da se morata srečati ali ujemati.



# Upoštevanje tega vrstnega reda je POMEMBNO



|                                                                                                                                                   |                                                                                      |                                                                                                                                                            |                                                                                                                                        |                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <div>PROBLEM</div> <div>3 najpomembnejše težave</div> <div>1</div>                                                                                | <div>REŠITEV</div> <div>3 najboljše rešitve</div> <div>4</div>                       | <div>EDINSTVENA PONUJENA VREDNOST</div> <div>Izrazito, jasno in prepričljivo sporočilo, ki navaja, zakaj ste drugačni in vredni nakupa.</div> <div>3</div> | <div>NEULOVLJIVA PREDNOST</div> <div>Ni jih mogoče enostavno kopirati ali kupiti.</div> <div>5</div>                                   | <div>NAROČNIKI</div> <div>Ciljne stranke</div> <div>2</div> |
|                                                                                                                                                   | <div>KLJUČNE METRIKE</div> <div>Ključne dejavnosti, ki jih merite</div> <div>8</div> |                                                                                                                                                            | <div>KANALI</div> <div>Pot do strank</div> <div>9</div>                                                                                |                                                             |
| <div>STRUKTURA STROŠKOV</div> <div>Stranke Stroški pridobitve</div> <div>Porazdelitev stroškov</div> <div>Gostovanje</div> <div>Ljudje itd.</div> |                                                                                      |                                                                                                                                                            | <div>TOKOVI PRIHODKOV</div> <div>Model prihodkov</div> <div>Vrednost življenjske dobe</div> <div>Prihodki</div> <div>Bruto marža</div> |                                                             |

# Predstavili bomo vsako komponento Social lean canvas modela po primeru

Ideja (problem, ki ga je potrebno rešiti)

## The Bohemios Organic

"Ljudje, ki imajo malo časa za nakupovanje in raje uživajo ekološke izdelke neposredno od proizvajalca, nimajo veliko možnosti za spletno nakupovanje. Mali proizvajalci morajo za trženje svojih izdelkov iti skozi zelo velike distribucijske verige, in da bi svoje izdelke dali na trg, jih morajo prodajati po zelo nizki ceni . "



## 0. Cilj

Cilj moje poslovne ideje.

### Poglejmo primer:

Ustvarite edinstveno ponudbo za trženje in prodajo certificiranih ekoloških izdelkov na spletu.

Kaj je razlog za poslovno idejo?

Kaj želite s tem doseči?

- Kmetje lahko svoje ekološke izdelke tržijo brez posrednikov v pravični trgovini.

## 1. Problem

Iščemo problem, ki ga lahko rešimo: ali je nujen, koliko ljudi ga ima, ali bi bili ljudje pripravljeni plačati za naš izdelek ali storitev.

### Poglejmo primer:

Majhna ponudba za nakup ekoloških izdelkov na spletu in neposredno od proizvajalca.

Katero težavo ima vaša stranka, ki jo rešuje vaš izdelek/storitev?

Naštej vsaj TRI največje probleme/bolečine

Sledite primeru v prilogi 5.3.2.

- Trgovska veriga, kar pomeni, da proizvajalci dobijo manjšo ekonomsko vrednot pri prodaji svojih izdelkov.

## 2. Segment strank

Za delo na tej komponenti se uporabljajo orodja oblikovalskega razmišljanja, kot sta osebni diagram in zemljevid uporabnika (empathy map).

Kdo je vaš zgodnji uporabnik? Za koga ustvarjamo to poslovno idejo? Za koga ustvarjamo vrednost?

### Poglejmo primer:

*Imamo dva segmenta strank*

- Potrošniki ekoloških izdelkov s pomanjkanjem časa za nakup v trgovinah.
- Proizvajalci ekološke hrane.

## 3. Vrednost

Na kratko razložite svojim strankam: kako vaš izdelek ali storitev rešuje njihove težave, zakaj naj se odločijo za vašo pobudo in kakšne koristi imajo od vašega izdelka ali storitve.

Kaj boste ponudili za reševanje zaznanih težav pri vaših strankah? Kakšne so prednosti vaše poslovne ideje?

### Poglejmo primer

#### Potrošniki ekoloških izdelkov

S pomanjkanjem časa za nakupovanje v trgovini.

- Enostavno in varno nakupovanje na platformi.
- Garancija za ekološke izdelke
- Bližina proizvajalca

#### Proizvajalci ekološke hrane

- Pravična trgovina
- 24/7 podpora v aplikaciji.
- Učinkovita komunikacijska orodja za varno prodajo.

#### 4. Rešitev

Prepoznavajte in naštejite tri glavne značilnosti vašega izdelka/storitve, ki služijo za reševanje 'bolečin' vašega segmenta strank.

Katere ključne aktivnosti zahteva naša ponudba vrednosti, kaj je z našimi kanali in kaj z našo finančno vzdržnostjo?

#### Poglejmo primer

The Bohemios Organic: tržna platforma, ki povezuje potrošnike ekoloških proizvodov neposredno s proizvajalci ekološke hrane:

- Neposredna prodaja od kmetov.
- Spletna prodaja ekoloških izdelkov.
- Zmanjšanje distribucijske verige.

#### 5. Diferencialna prednost

Izpostavite predvsem tisto, kar vas dela posebnega v primerjavi s preostalimi konkurenti.

Kaj je na vas, da vas je tako težko kopirati? Na splošno se to odkrije sčasoma, sprva bo morda nekoliko težko opredeliti, kaj je vaša konkurenčna prednost. Če ne veste ali niste prepričani, lahko pustite prazen prostor ali napišete zakaj mislite, da izstopate?

#### Poglejmo primer

- Trg (marketplace), ki zagotavlja kakovost izdelkov.
- Edinstven prostor na trgu, ki povezuje proizvajalce s potrošniki.
- Poslovni prostor, ki ozavešča o vrednostni verigi v ekološki pridelavi.

## 6. Finančna trajnost

Navedite različne prihodke, ki jih boste imeli.

Kako boš zaslužil denar?  
Za kaj vam bodo stranke plačale?  
Kakšno stopnjo dobička boste ustvarili?

### Poglejmo primer

Potrošniki ekoloških izdelkov

- 15% celotnega zneska na naročilo.

Proizvajalci ekološke prehrane

- Zadržanje 10 % prihodkov od prodaje

## 7. Struktura stroškov

Analizirajte stroške, ki jih bo imelo vaše podjetje.

Kakšne stroške bo imela vaša poslovna ideja?

Kakšni stroški bodo povezani s postopki, dejavnostmi in sredstvi, ki jih boste potrebovali, da uresničite svojo poslovno idejo?

### Poglejmo primer

- Plačljive platforme, kot je Paypal.
- Gostovanje spletnih strani.
- Whatsapp za podjetja..
- Klepetalnik.
- Pravna družba (storitve pravne pomoči).
- Denar na voljo za plačilo poštnim službam.
- Kadri (pomoč naročnikom in proizvajalcem)
- Oglasni prostor na družbenih medijih

## 8. Ključne meritve

To so številčno izražene vrednosti, ki se uporabljajo za analizo uspešnosti določene akcije ali procesa v podjetju.

Določite indikatorje za odločanje na poti vašega poslovnega predloga. Pri začetnih predlogih se je pomembno osredotočiti na kazalnike, ki merijo:

- Skupni obseg prodaje
- Zajemanje strank
- Zadrževanje strank

### Poglejmo primer

- Število potrošnikov registriranih v aplikaciji.
- Število proizvajalcev povezanih z aplikacijo.
- % ekoloških izdelkov kupljenih na platformi na mesec.

## 9. Kanali

Viri, ki se uporabljajo za promocijo naše ponudbe vrednosti.

Po katerih kanalih svojo poslovno idejo pripeljemo do segmenta kupcev? Kaj je potrebno, da se naše stranke seznanijo z našo vrednostno ponudbo? Kateri kanali najboljše delujejo?

Sledite zgledu v prilogi 5.3.10.

### Poglejmo primer

#### Potrošniki organskih produktov

- Informacije o aplikaciji: ugodnosti, izbor proizvajalcev in izdelkov, možnosti dostave.
- Upravljanje komunikacije s proizvajalci.
- Informacije na družbenih medijih in oglaševanje.

#### Proizvajalci ekološke prehrane

- Stranko dosežemo preko platforme.
- Komunikacijski kanali s proizvajalci.
- Družbeni mediji in oglaševanje

## 10. Učinek

Katere spremembe ali izboljšave moja ideja spodbuja pri varstvu okolja in trajnostnemu razvoju.



Kako moja poslovna ideja koristi mojim strankam in njihovem okolju?

Ugotovite, kako vaš predlog vpliva na trajnostni razvoj.

## Poglejmo primer

- Spodbuja odgovorno potrošnjo. Zmanjšuje porabo materialov za enkratno uporabo in nastajanje odpadkov.
- Spodbuja pravično trgovino in razdelitev dohodka za male, in srednje velike ekološke kmetije.



# Enota 4

Predstavitev mojega predloga. Dobre zamisli je treba posredovati. Kako naj predstavim svoj poslovni model?

# Obveščanje o podjetniških projektih:

Učinkovita komunikacija in jasna predstavitev podjetniškega problema sta ključni za uspeh vsakega podjetja.

Zato moramo biti sposobni komunicirati ideje jasno in jedrnato, da bi pritegnili pozornost vlagateljev, potencialnih strank in drugih deležnikov.

Na voljo je veliko orodij in virov, ki nam pomagajo uspešno komunicirati in predstavljati projekte. V tem modulu si bomo ogledali nekatere izmed njih.

Katere spretnosti in kompetence so potrebne?

1. Sposobnost povzemanja in poenostavljanja kompleksnih informacij.
2. Sposobnost prepričevanja in motiviranja občinstva.
3. Sposobnost prilagajanja komunikacije specifični publiki.



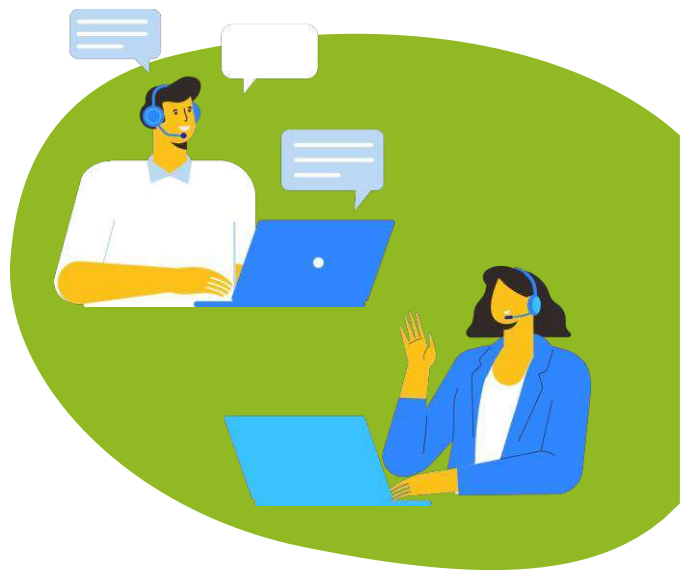
# Elevator Pitch.

## Kaj je to?

Ime se nanaša na čas, ki ga bomo imeli na voljo za predstavitveni govor. Podoben je kratkim pogovorom, ki jih lahko opravimo v dvigalu (30-60 sekund).

Zato je ključnega pomena, da smo pri predstavitvi našega poslovnega modela neposredni, natančni in navdušeni ter da to storimo v največ 30 sekundah.

**POZOR**, nikoli ne veste, kje in kdaj boste imeli priložnost navdušiti s svojo preobrazbeno pobudo v zelenem sektorju, da bi dobili podporo ali vlagatelje, ki jih potrebujete.



# Kako pripraviti Elevator pitch?

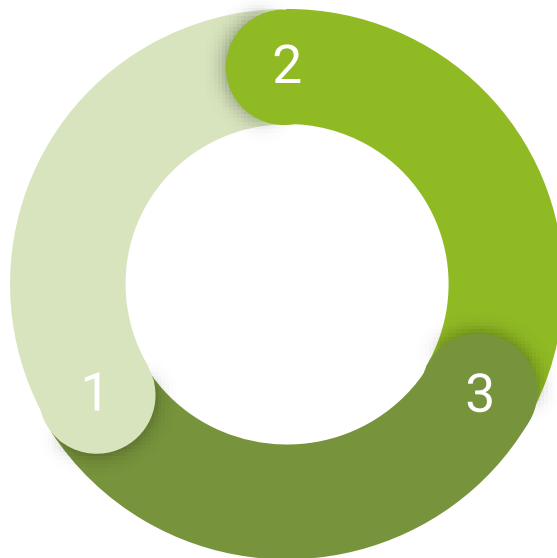
## Predpriprave

Najprej jasno povejte, kaj želite sporočiti. Pri tem morate podrobno poznati svoj poslovni model. Odgovorite na ta ključna vprašanja: Kdo ste? Kaj počne vaše podjetje? Kakšna je vaša diferencialna vrednost? Zakaj bi morali vlagati v vas?

Pomembno je biti transparenten, jasen in konkreten.

Ne govorite na primer, da izdelujete računalnike. Bodite jasnejši: "Ustvaril sem prvi 100-odstotno zeleni računalnik na svetu".

V svojem govoru ne uporabljajte strokovnih besed, saj potencialne stranke in vlagatelji pogosto ne poznajo vaše panoge. Svoje sporočilo jim morate prenesti na zelo jasen način.



## Testiranje

Ko je govor pripravljen, ga ponovite tolikokrat, da se ga naučite in ga sprejmete. Časovno se prilagodite, da boste lahko svoje ideje podali z učinkom.

Da ne bi zvenelo kot avtomatizirano sporočilo, je treba biti naraven, zato prilagodite svoj govor tako, da ga boste lahko reproducirali popolnoma odprto in naravno.

## Predstavitev

Ko predstavljate svojo predstavitev potencialni stranki ali vlagatelju, ne pozabite, da je najpomembneje ustvariti dober vtis, da bi v njem vzbudili občutek "želim vedeti več".

# Pitch Deck.

## Kaj je to?

Je dokumentarno dopolnilo predstavitvenem govoru (elevator pitch).

Pitch deck je marketinška tehnika. Sestavljen je iz vizualne predstavitve (video, interaktivni ppt, digitalna predstavitev) za predstavitev vašega podjetniškega projekta.

Cilj je prepričati tiste, ki lahko vlagajo ali sodelujejo v podjetniškem poslu.



# Kako ustvariti Pitch Deck?

- Prepričajte se, da imate jasno in natančno predstavo o svojem podjetju in njegovem učinku.
- Predstavite jasno vizijo, kako boste pomagali rešiti težavo, ki jo prepoznate.
- Pojasnite, v čem je vaše podjetje tako edinstveno in drugačno od drugih, ki že obstajajo v zelenem sektorju.
- Predložite načrt, kako boste zaslužili trajnostni dohodek
- Vključite podatke in statistike o ciljih trajnostnega razvoja, na katere boste vplivali, da podprete svoje argumente in dokažete potrebo.
- Svoj govor naredite vizualno privlačen in enostaven za spremljanje z uporabo grafov in diagramov.
- Poskusite biti zelo nazorni in omejite število stavkov, ki jih uporabljate.
- Pred predstavitvijo vadite svoj govor in bodite pripravljeni odgovarjati na vprašanja ter razpravljati o podrobnostih svojega podjetništva.

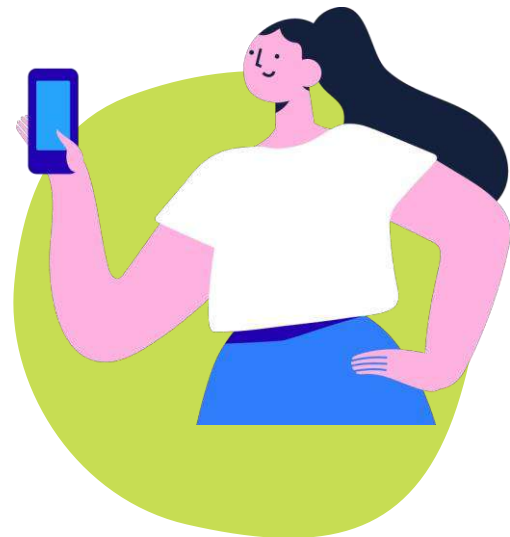


# Informativna tabletka:

## Videoposnetek:

*Elevator Pitch by Alicia Ro.*

 Klikni na ikono za ogled  
videoposnetka





 Green Up  
yourself 

## Praktična vaja



## Opis vaje

**Ime:** Zelena slika na platnu.  
Razvijam svojo poslovno idejo.

**Učni cilji:** Udeleženci identificirajo ključne vidike vsake komponente poslovnega modela ,Social Lean Canvas' na podlgi zelene ali trajnostne poslovne ideje, ki so jo ustvarili v Modulu 4.

**Kompetence:** Inovativnost, kreativnost, odpornost, družbena odgovornost

## Proces

1. Za razvoj modela boste morali zapisati svojo zeleno poslovno idejo, odvisno od tega kako ste jo razvili v vajah modula 4.
2. Naložite „Social Lean Canvas“
3. Uporaba digitalni post-it listkov kamor zapišete svoje ideje na vsako komponento platna.
4. Ne pozabite, da je vrstni red pomemben, zato izpolnite vsako komponento v skladu z vrstnim redom, ki ste ga videli na primeru.

### Materialni viri:

- Platno "Social Lean Canvas", ki ga lahko prenesete
- Digitalni post-it.

**Čas:** 30 minut



 Green Up  
yourself 

## Praktična vaja



#### Materialni viri:

- Predloge Wordovih dokumentov
- (Canva, Genially, Power point

Čas: 30 minut.

## Opis vaje

**Ime:** Komuniciranje vaše ideje.  
Pripravite se na elevator pitch

**Učni cilji:** Razviti predstavitveni govor udeležencev o njihovem zelenem poslovnem modelu.

**Kompetence:** Inovativnost, ustvarjalnost, odpornost, komunikacija.

## Proces

Predstavitveni govor napišite v skladu z naslednjo strukturo:

1. Začnite s presenetljivo izjavo.
2. Razložite, kdo ste in kaj je vaša pobuda.
3. Navedite, katere potrebe ali težave pokrivata s svojo zeleno poslovno idejo.
4. Povejte, kakšne rešitve ponujate.
5. Potrdite glavne koristi, ki bi jih nekdo imel od vaše poslovne zamisli.
6. Pojasnite, zakaj ste prava oseba (ali zakaj je vaš projekt pravi projekt).
7. Zaključite s pozivom k akciji.

Ko zapišete svoje zamisli, jih uredite v infografiko. Oblikovanje je odvisno od vas.

*Za pripravo infografike lahko uporabite orodja, kot so kot: Canva, Genilly, power point, prezzi itd.*

# Dodatni viri.

Poglobite se v teme.



Co-funded by  
the European Union

- Kako ustvariti svoj prvi PITCH DECK ?:  
<https://www.youtube.com/watch?v=5nomvwcPwak>
- Trajnostni canvas: novi canvas za krožno gospodarstvo, 2019: <https://eco-circular.com/2019/10/28/el-canvas-sostenible-un-nuevo-lienzo-para-la-economia-circular/>
- Business Model Canvas vs. Lean Canvas vs. Value Proposition Canvas:  
[https://www.youtube.com/watch?v=hByOIb\\_CmEE](https://www.youtube.com/watch?v=hByOIb_CmEE)
- Elevator pitch: kaj povedati, ko imate 30 sekund časa, da naredite vtis?: <https://www.becas-santander.com/es/blog/elevator-pitch-ejemplos- tienes-30-segundos.html>
- Primer Lean Canvas:  
<https://www.youtube.com/watch?v=2nW9lg-fenY>
- Kako vključiti cilje trajnostnega razvoja v poslovni model: [https://www.elespanol.com/enclave-ods/semanales/20220124/integrar-objetivos-desarrollo-sostenible-modelo-negocio/644185751\\_0.html](https://www.elespanol.com/enclave-ods/semanales/20220124/integrar-objetivos-desarrollo-sostenible-modelo-negocio/644185751_0.html)
- Razlaga platna poslovnega modela:  
<https://www.youtube.com/watch?v=QoAOzMTLP5s>

- CANVAS, así se elabora este modelo. En: <https://www.emprendedores.es/gestion/modelo-3/>
- Alfonso Prim - Lanzo. Modelo canvas explicado Paso a Paso. En: <https://innokabi.com/canvas-de-modelo-de-negocio/>
- Objetivos del Desarrollo Sostenible. El lienzo de modelo sostenible.En: <https://objetivodesarrollosostenible.com/2020/09/04/lienzo-modelo-sostenible/>
- María Alonso. Modelo Canvas: para qué sirve y cómo hacerlo paso a paso. En: <https://asana.com/es/resources/business-model-canvas>
- José María Bolufer de Francia -poslovanje. Model Canvas Sostenible: mejora el mundo, mejora tu negocio. En:<https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/blog/business-model-canvas-sostenible-mejora-el-mundo-mejora-tu-negocio/>
- Manuel Aguirre. El canvas sostenible: un nuevo lienzo para la economía circular. En: <https://eco-circular.com/2019/10/28/el-canvas-sostenible-un-nuevo-lienzo-para-la-economia-circular/>
- Elevator pitch ali kako prepričati inverzorja v 30 sekundah. SL: [bit.ly/43HCmfF](https://bit.ly/43HCmfF)
- Tu modelo de negocio. Tim Clark, Alexander Osterwalder in Yves Pigneur. Editorial Deusto. 2012.
- Alexander Osterwalder in Yves Pigneur. Generación de Modelos de Negocio. Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores. Editorial Deusto. 2011
- Ash Maurya. Como crear tu Lienzo Lean. En: [www.innovacion-sistematica.net](http://www.innovacion-sistematica.net)



# Modul 6

Digitalne spretnosti in orodja za podjetništvo

- [Enota 1](#): Digitalne spretnosti
- [Enota 2](#): Digitalna orodja
- [Enota 3](#): Orodja za spletno sodelovanje za delo na daljavo:  
Vključitev: Google Workspace, Microsoft Teams, Trello, Slack, Dropbox, Monday.com, Asana
- [Enota 4](#): Komunikacijska orodja: Skype, Google Meet, Zoom
- [Enota 5](#): Oblikovanje aplikacij: Vmesnik: WordPress, Wix, Canva
- [Enota 6](#): Socialna omrežja: LinkedIn: WhatsApp Business, LinkedIn

# Enota 1

Kaj je digitalna spretnost?

# Kaj je digitalna spretnost?

Gre za **sposobnost osebe**, da učinkovito in uspešno uporablja digitalne naprave, aplikacije, orodja in platforme za dostop, upravljanje, analiziranje in sporočanje informacij.



- **Komunikacija:** uporaba digitalnih spretnosti za lažje komuniciranje prek e-pošte, aplikacij za sporočanje (WhatsApp, Slack...), orodij za videokonference (Zoom, Google Meet...) in platform družbenih medijev.
- **Sodelovanje:** Ta orodja izboljšujejo učinkovitost in produktivnost.
- **Upravljanje projektov:** Uporaba orodij za upravljanje projektov (Trello, Asana, Monday.com) pomaga pri načrtovanju, organizaciji in spremljanju projektov, da se zagotovi nemoten potek dela in pravočasen zaključek.

- **Ustvarjanje in oblikovanje vsebine:** Uporaba digitalnih spretnosti za ustvarjanje in oblikovanje vizualnih vsebin (z orodji, kot je Canva) pomaga izboljšati trženje, predstavitev in predstavitev blagovne znamke.
- **Upravljanje datotek in souporaba:** Uporaba orodij za shranjevanje in deljenje datotek (Dropbox, ...) zagotavlja učinkovito sodelovanje in dostopnost informacij.
- **Mreženje in poklicni razvoj:** Uporaba digitalnih spretnosti za mreženje, vzpostavljanje poklicnih povezav ter dostop do izobraževalnih virov in priložnosti z uporabo platform, kot je LinkedIn.

- **Delo na daljavo in podjetništvo:** Digitalna orodja lahko omogočijo delo na daljavo in podjetništvo z uporabo digitalnih spretnosti za komuniciranje, vodenje projektov, sestanke in usklajevanje poslovnih dejavnosti.
- **Prilagodljivost in učenje:** Razvijte miselnost nenehnega učenja in prilagodljivosti, da bi sledili razvijajočim se tehnologijam in izboljšali svoj nabor digitalnih znanj ter tako ostali konkurenčni v digitalnem okolju.

Če povzamemo, so digitalne spretnosti **bistvene sposobnosti**, ki posameznikom omogočajo učinkovito uporabo digitalnih orodij in tehnologij za različne namene, vključno s komunikacijo, sodelovanjem, upravljanjem projektov, ustvarjanjem vsebin, mreženjem in poklicno rastjo.

Ta znanja so ključna za uspeh v sodobni digitalni dobi.

### Videoposnetek:

*Zakaj so digitalna znanja pomembna | David Timis*



Kliknite za ogled

# Enota 2

Kaj so digitalna orodja?

# Kaj so digitalna orodja?



Digitalno orodje je aplikacija, platforma ali program, ki temelji na programski opremi in je namenjen pomoči posameznikom, podjetjem ali organizacijam pri opravljanju določenih nalog, doseganju ciljev ali izboljšanju produktivnosti v digitalnem okolju.

Ta orodja uporabljajo digitalne tehnologije za zagotavljanje funkcij in lastnosti, ki poenostavljajo procese, komunikacijo, upravljanje podatkov in sodelovanje.

# Kaj so digitalna orodja?

Digitalna orodja so temeljni instrumenti, ki izkoriščajo moč tehnologije za racionalizacijo nalog, izboljšanje sodelovanja ter omogočajo posameznikom in organizacijam, da v digitalni dobi učinkovito in uspešno dosežajo svoje cilje.



# Enota 3

Orodja za spletno sodelovanje za delo na daljavo: Google Workspace, Microsoft Teams, Trello, Slack, Dropbox, Monday.com, Asana

## Uporaba Google Workspace-a v podjetništvu

- **Sodelovanje z dokumenti v realnem času:** Uporaba storitev Google Docs, Sheets in Slides za sodelovanje v realnem času pri dokumentih, preglednicah in predstavitev med člani ekipe.
- **Videokonferenca:** Google Meet uporabite za virtualne sestanke, predstavitve in razprave s člani ekipe, strankami ali zainteresiranimi stranmi.
- **Elektronska pošta in komunikacija:** Uporabite Gmail za profesionalno e-poštno komunikacijo v organizaciji in zunaj nje.
- **Skupinsko sodelovanje:** Uporaba Google Drive za shranjevanje, dostop in deljenje datotek s člani ekipe omogoča enostavno sodelovanje pri projektih.

# Google Workspace



## Prednosti:

- Brezhibna integracija različnih orodij za komunikacijo in sodelovanje.
- Sodelovanje pri dokumentih v realnem času.
- Skalabilno za podjetja vseh velikosti velikosti.
- Izboljšane varnostne funkcije za zaščito podatkov.

## Slabosti:

- Vmesnik je lahko za nove uporabnike na začetku preobremenjujoč.
- Krivulja učenja za razumevanje celotnega nabora aplikacij.

## Uporaba Microsoft Teams v podjetništvu:

- **Klepet in komunikacija:** uporaba funkcije klepeta za hitro in neposredno sporočanje med člani ekipe.
- **Videokonferenca:** gostite virtualne sestanke, spletne seminarje in videokonference z uporabo Microsoft Teams, ki omogoča učinkovito komunikacijo na daljavo.
- **Sodelovanje z dokumenti:** Sodelujte pri dokumentih, preglednicah in predstavitevah v realnem času z aplikacijami Microsoft Office v okviru skupine Teams.
- **Integracija z drugimi orodji:** Vključevanje z drugimi Microsoftovimi aplikacijami za nemoten potek dela in izboljšano produktivnost.

## Prednosti:

- Celovito vozlišče za sodelovanje, ki združuje orodja za komunikacijo in produktivnost.
- Tesna integracija s Pisarniškimi paketi Microsoft Office.
- Obsežno prilagajanje in integracija aplikacij tretjih oseb.

## Slabosti:

- Nekatere funkcije imajo lahko dolgo krivuljo učenja za nove uporabnike.
- Za največjo učinkovitost je morda potreben sistem, ki je osredotočen na Microsoft.

## Uporaba Trelle v podjetništvu:

- **Upravljanje projektov** - uporabite Trello boards za vizualno in organizirano upravljanje projektov, nalog in napredka.
- **Dodeljevanje nalog** - dodelite naloge članom ekipe, določite datume izvedbe in spremljanje napredka s karticami Trello.
- **Vizualizacija delovnih tokov** - oblikujte delovne tokove in vizualizirajte napredek nalog od začetka do konca ter tako povečajte preglednost projekta.

## Prednosti:

- Uporabniku prijazen vmesnik, enostaven za namestitev in uporabo.
- Prilagodljivo upravljanje nalog in projektov z vizualnim pristopom.
- Integracije z različnimi aplikacijami in orodji.

## Slabosti:

- Napredne funkcije lahko zahtevajo plačljiv načrt.
- Ni tako primeren za zelo zapletene ali obsežne projekte.

## Uporaba Slacka v podjetništvu:

- **Komunikacija v ekipi** - komunicirajte s člani ekipe in strankami v realnem času z uporabo kanalov in neposrednih sporočil.
- **Souporaba datotek** - delite datoteke, dokumente in neposredno sodelujte pri njih v programu Slack.
- **Integracija z drugimi orodji** - za centralizacijo obvestil in delovnega toka se lahko integrirate z različnimi orodji tretjih oseb.

## Prednosti:

- Takojšnja in učinkovita komunikacija s člani ekipe.
- Obsežne integracije z drugimi aplikacijami in storitvami.
- Zelo prilagodljiv s številnimi vtičniki in dodatki.

## Slabosti:

- Informacije so lahko razpršene po številnih kanalih.
- Morda bo potrebno aktivno upravljanje za preprečevanje komunikacijske preobremenitve.

## Uporaba Dropboxa v podjetništvu:

- **Shranjevanje datotek** - s storitvijo Dropbox varno shranjujete datoteke, dostopajte do njih in jih delite s člani ekipe, strankami ali partnerji.
- **Sodelovanje pri datotekah** - sodelujte pri datotekah, zagotovite povratne informacije in spremljajte spremembe znotraj mape v skupni rabi.
- **Varnostno kopiranje in obnovitev** - Dropbox uporabite za varnostno kopiranje ključnih poslovnih podatkov in enostavno obnovitev v primeru izgube.

## Prednosti:

- Uporabniku prijazno shranjevanje in deljenje datotek.
- Sodelovanje v realnem času pri datotekah s člani ekipe.
- Enostavna dostopnost in sinhronizacija med napravami.

## Slabosti:

- Omejene funkcije za sodelovanje v primerjavi s specializiranimi orodji za upravljanje projektov.
- Cene se lahko zvišajo z zahteve za shranjevanje.

## Uporaba portala Monday.com v podjetništvu:

- **Upravljanje projektov** - s tablamami in stolpci lahko vizualno in organizirano upravljate projekte, naloge in roke.
- **Dodeljevanje in sledenje nalogam** - dodelite naloge članom ekipe, določite prednostne naloge in spremljajte napredek s pomočjo platforme.
- **Avtomatizacija delovnih tokov** - avtomatiziranje ponavljajočih se opravil in procesov za racionalizacijo delovnih tokov in izboljšanje učinkovitosti.

## Prednosti:

- Zelo prilagodljiv in vizualno privlačen vmesnik.
- Učinkovito sledenje projektom in vizualizacija napredka.
- Integracija z različnimi aplikacijami in orodji.

## Slabosti:

- Stroški se lahko povečajo za večje ekipe ali napredne funkcije.
- Krivolja učenja za kompleksne nastavitve in konfiguracije.

## Uporaba Asane v podjetništvu:

- **Upravljanje opravil in projektov** - uporabite Asano za učinkovito ustvarjanje in upravljanje opravil, projektov, rokov in prednostnih nalog. Asana je spletna in mobilna platforma za "upravljanje dela", ki je zasnovana tako, da pomaga ekipam organizirati, spremljati in upravljati njihovo delo.

# Enota 4

Komunikacijska orodja: Skype, Google Meet in Zoom - orodja,  
ki omogočajo videokonference

## Uporaba Skypa v podjetništvu:

- **Sestanki na daljavo** - izvajajte sestanke na daljavo s člani ekipe, strankami ali zainteresiranimi deležniki, kar omogoča komunikacijo in sodelovanje v realnem času.
- **razgovori in zaposlovanje** - Skype uporabite za razgovore za delo na daljavo in ocenjevanje kandidatov ter tako poenostavite postopek zaposlovanja, zlasti za candidate, ki bi delali daljavo ali mednarodne kandidate.
- **Komuniciranje s strankami** - s strankami sodelujte prek Skypa in jim sporočajte najnovejšo informacijo, svetujte o projektih in razpravljajte o zahtevah ter gradite trdne odnose s strankami.
- **Sodelovanje z oddaljenimi ekipami** - povežite se s člani oddaljene ekipe ali samostojnimi podjetniki za razprave o projektih in posodobitve ter tako spodbudite sodelovanje in timsko delo.

## Prednosti:

- Uporabniku prijazen in široko uporaben.
- Podpira video, glasovno in besedilno komunikacija.
- Cenovno ugodno za individualna srečanja ali srečanja v majhnih skupinah.
- Mednarodno klicanje zmogljivosti.

## Slabosti:

- Omejeno na 50 udeležencev v skupinskem klicu (brezplačna različica).
- Nekatere funkcije lahko zahtevajo naročnino.
- Morda nima toliko integracij kot druge platforme.

## Uporaba storitve Google Meet v podjetništvu:

- **Sestanki skupine** - gostite sestanke in razprave skupine ter poskrbite, da so oddaljene in porazdeljene skupine povezane in obveščene.
- **Posvetovanja s strankami** - organizirajte virtualna posvetovanja s strankami ali potencialnimi strankami, za razpravljanje o zahtevah, predlogih ali predstavitvah.
- **Spletni seminarji in usposabljanje** - s funkcijo spletnega seminarja v storitvi Google Meet izvedite spletne seminarje, usposabljanja ali delavnice za zaposlene ali stranke.
- **Integracija z Google Workspace** - brežhibna integracija z Google Workspace, in tako olajšate načrtovanje sestankov in pridružitve k njim neposredno iz Googlovega koledarja.

## Prednosti:

- Integracija z Google Workspace in drugimi Googlovimi aplikacijami.
- Visokokakovostni video in zvok.
- Varno in osredotočeno na zasebnost.
- Podnapisi v živo in možnosti prevajanja.

## Slabosti:

- Za napredne funkcije je morda potrebna naročnina.
- V primerjavi z nekaterimi drugimi platformami ni toliko integracij aplikacij tretjih oseb.

## Uporaba Zoom-a v podjetništvu:

- **Sestanki in sodelovanje ekipe** - gostite virtualne sestanke ekipe, brainstorming seje in projektno sodelovanje z oddaljenimi ali porazdeljenimi ekipami.
- **Predstavitve strankam** - vodenje predstavitev in predstavitev strank, predstavitev izdelkov, storitev ali predlogov projektov.
- **Spletni seminarji in usposabljanja** - organizirajte spletne seminarje, predstavitve izdelkov in usposabljanja ter tako v izobraževalne namene vključite širše občinstvo.
- **razgovori in uvajanje v delo** - izvedite razgovore za zaposlitev, uvajanje v delo in usmerjanje novih zaposlenih, zlasti v oddaljenih ali hibridnih delovnih okoljih.

## Prednosti:

- Širok nabor funkcij, vključno s prostori za odmor, javnomnenjskimi raziskavami in tablam.
- Visokokakovostni videoposnetki, zvok in možnosti souporabe zaslona.
- Integracije z različnimi aplikacijami in platformami.
- Snemanje in prepisovanje možnosti za sestance.

## Slabosti:

- Brezplačna različica ima časovne omejitve na sestankih skupin.
- Varnostne težave v preteklosti (izboljšane s posodobitvami).
- Cene so lahko nekoliko visoke za manjša podjetja.

*Podjetniki lahko strateško izberejo in uporabijo ta komunikacijska orodja glede na svoje posebne potrebe, dinamiko ekipe in naravo poslovnih interakcij. Vsako orodje ponuja edinstvene funkcije in prednosti ter skrbi za različne vidike komuniciranja in sodelovanja.*

# Enota 5

Oblikovalske aplikacije: WordPress, Wix, Canva.

## Uporaba WordPressa v podjetništvu:

- **Ustvarjanje spletnega mesta:** WordPress je znan predvsem kot sistem za upravljanje vsebine (CMS), ki se uporablja za izdelavo spletnih strani. Podjetniki ga lahko uporabljajo za ustvarjanje profesionalnih spletnih strani za svoja podjetja, na katerih so predstavljeni izdelki, storitve in informacije o podjetju.
- **Bloganje:** WordPress je znan po svojih zmožnostih bloganja. Podjetniki lahko vodijo bloge, s katerimi delijo vpogled v panogo, posodobitve in sodelovanje s svojim občinstvom.
- **Elektronsko poslovanje:** S pomočjo vtičnikov, kot je WooCommerce, lahko podjetniki svoje spletno mesto WordPress spremenijo v platformo za e-trgovino in tako prodajajo izdelke ali storitve na spletu.
- **Prilagajanje:** WordPress ponuja široko paleto tem in vtičnikov, ki podjetnikom omogočajo, da prilagodijo svoja spletna mesta, da ustrezajo identiteti njihove blagovne znamke in izpolnjujejo posebne poslovne potrebe.
- **Optimizacija SEO:** WordPress ima vgrajena orodja SEO in vtičnike, ki podjetnikom pomagajo optimizirati spletna mesta za iskalnike in tako izboljšati spletno prepoznavnost.

## Prednosti:

- Zelo prilagodljiv z obsežno knjižnico tem in vtičnikov.
- Odlično za vsebinsko zahtevna spletna mesta in bloge.
- Odlično za optimizacijo SEO.
- Podpira e-trgovanje funkcionalnost.
- Ponuja razširljivost za rastoča podjetja.

## Slabosti:

- Zahteva nekaj tehničnega znanja za napredno prilagajanje
- Varnost in vzdrževanje sta bistvenega pomena za preprečevanje ranljivosti.

## Uporaba Wixa v podjetništvu:

- **Gradnja spletne strani:** Wix je uporabniku prijazen izdelovalec spletnih strani, ki ga lahko podjetniki uporabijo za hitro izdelavo profesionalno oblikovanih spletnih strani.
- **Elektronsko poslovanje:** Wix ponuja predloge in funkcije za e-trgovino, zato je primeren za podjetnike, ki želijo odpreti spletne trgovine.
- **Spletna prisotnost:** Wix podjetnikom ponuja orodja za upravljanje njihove spletne prisotnosti, vključno z registracijo domene, gostovanjem in SEO.
- **Predloge:** Wix ponuja široko paleto predlog za različne vrste podjetij, ki podjetnikom pomagajo začeti s spletno prisotnostjo.
- **Optimizacija za mobilne naprave:** Wix samodejno optimizira spletna mesta za mobilne naprave, s čimer zagotavlja brezhibno uporabniško izkušnjo na vseh platformah.

## Prednosti:

- Izjemno prijazen do uporabnika z vmesnikom povleci-in-spusti.
- Ponuja različne predloge za različne panoge.
- Skrbi za gostovanje in registracijo domen.
- Oblikovanje, ki se odziva na mobilne naprave.
- Primerno za mala podjetja in zagonska podjetja.

## Slabosti:

- Omejeno napredno prilagajanje v primerjavi z WordPressom.
- Lahko ima omejitve za zelo zapletena spletna mesta.
- Omejene zmogljivosti SEO v primerjavi z namenski platformami SEO.

## Uporaba Canve v podjetništvu:

- **Grafično oblikovanje:** Canva je vsestransko orodje za grafično oblikovanje, ki ga lahko podjetniki uporabljajo za ustvarjanje različnih marketinških gradiv, vključno z grafikami za družbene medije, predstavitvami, letaki in drugim.
- **Blagovna znamka:** Canva podjetnikom omogoča oblikovanje in ohranjanje dosledne identitete blagovne znamke z ustvarjanjem blagovnih predlog za tržno gradivo.
- **Ustvarjanje vsebine:** Podjetniki lahko oblikujejo privlačno vsebino za svoje kanale družabnih medijev, bloge in spletna mesta ter tako pomagajo pritegniti in obdržati stranke.
- **Sodelovanje:** Canva ponuja funkcije sodelovanja, ki podjetnikom olajšajo delo z ekipami, oblikovalci in ustvarjalci vsebine.
- **Stroškovna učinkovitost:** Canva ponuja brezplačno različico in plačljivo različico Pro, zato je stroškovno učinkovita za podjetja vseh velikosti.

## Prednosti:

- Uporabniku prijazen vmesnik, brez predhodno zahtevanih izkušenj za oblikovanje.
- Ponuja široko paleto predlog in oblikovnih elementov.
- Podpira sodelovanje s člani ekipe.
- Stroškovno učinkovit, na voljo je tudi brezplačna različica.
- Omogoča hitro in učinkovito oblikovanje različnih tržnih gradiv.

## Slabosti:

- Morda ni primeren za zelo zapletene projekte oblikovanja.
- Omejene so napredne možnosti oblikovanja v primerjavi s profesionalno programsko opremo za oblikovanje.
- Brezplačna različica ima omejitve funkcij in dostopa do elementov premium.

Podjetniki lahko te oblikovalske aplikacije uporabijo za ustvarjanje in upravljanje svoje spletne prisotnosti, trženjskega gradiva in blagovne znamke ter tako povečajo prepoznavnost svojega podjetja in sodelovanje s ciljnimi občinstvom. Izbira med temi orodji je odvisna od posebnih potreb, proračuna in podjetnikove ravni strokovnega znanja na področju oblikovanja.

# Enota 6

Družbena omrežja: WhatsApp Business, LinkedIn.

## Uporaba WhatsApp Business v podjetništvu:

- **Komunikacija s strankami** - WhatsApp Business uporabite za neposredno, takojšnjo in prilagojeno komunikacijo s strankami. Delite posodobitve, odgovarjajte na poizvedbe in zagotavljate podporo strankam.
- **Promocije in trženje** - WhatsApp Business uporabite za pošiljanje promocijskih sporočil, posodobitev izdelkov, ponudb in obvestil svojim strankam. To lahko pomaga pri ciljnem trženju in sodelovanju.
- **Načrtovanje sestankov** - poenostavite rezervacije in načrtovanje sestankov z uporabo aplikacije WhatsApp Business za potrjevanje, predstavljanje ali preklic sestankov s strankami ali strankami.
- **Povratne informacije strank** - z aplikacijo WhatsApp Business zbirajte povratne informacije strank o svojih izdelkih ali storitvah. To je priročen način za stranke, da izrazijo svoje mnenje.
- **Obvestila o naročilu in sledenje** - potrjevanje naročil, zagotavljanje informacij o sledenju in obveščanje strank obveščeni o svojih nakupih, kar izboljša njihovo splošno izkušnjo.

## Prednosti:

- Neposredna in takojšnja komunikacija s strankami.
- Ustvarite lahko seznane, da hkrati dosežete več stikov.
- Ponuja poslovni profil z bistvenimi informacijami.
- Integracija s poslovnimi orodji in vmesniki API.
- Široka baza uporabnikov, zato je priljubljena platforma za sporočanje.

## Slabosti:

- Upravljanje velikih količin sporočil je lahko zamudno.
- Omejene možnosti avtomatizacije v primerjavi z drugimi platformami.

## Uporaba omrežja LinkedIn v podjetništvu:

- **Strokovno mreženje** - povežite se z drugimi strokovnjaki, podjetniki, potencialnimi partnerji in strankami ter razširite svojo mrežo in spodbudite sodelovanje.
- **Promocija podjetja** - LinkedIn uporabite za promocijo svojega podjetja, deljenje posodobitev, člankov in vpogledov, povezanih z vašo panogo, ter predstavitev svojih izdelkov ali storitev.
- **Zaposlovanje** - objavite prosta delovna mesta, poiščite potencialne kandidate in preverite njihove profile. Poiščite prave talente za svoje podjetje.
- **Deljenje vsebine** - delite dragoceno vsebino, miselno vodstvo, študije primerov, da bi potrdili svoje strokovno znanje in izkušnje ter sodelovali s svojim občinstvom.
- **Sodelovanje v skupinah** - sodelujte v skupinah, ki se ukvarjajo s posamezno panogo, in razpravljajte o trendih, izzivih in rešitvah ter s tem prejmite dragocene vpogleda in znanje.

## Prednosti:

- Platforma za profesionalno mreženje in vzpostavljanje odnosov.
- Omogoča ciljno usmerjeno oglaševanje za doseganje določenih poklicnih demografskih skupin.
- Odlično za krepitev osebnega ugleda in ugleda blagovne znamke.
- Omogoča deljenje vsebine in sodelovanje v strokovnem kontekstu.

## Slabosti:

- Za ohranjanje vidnosti in pomembnosti so pogosto potrebne pogoste posodobitve in sodelovanje.
- Pregledovanje velikega števila zahtevkov za povezavo in sporočil je lahko zamudno.

*Podjetniki lahko WhatsApp Business učinkovito uporabljajo za neposredno komunikacijo s strankami, promocije in povratne informacije, LinkedIn pa ponuja platformo za profesionalno mreženje, promocijo podjetij in sodelovanje v industriji. S kombinacijo obeh lahko ustvarite trdno digitalno prisotnost in strategijo mreženja za svoj podjetniški podvig.*



## Praktična vaja



#### Materialni viri:

- Računalnik

Čas: 30 minut.

## Opis vaje

**Ime:** Uporaba Linkedina za mreženje

**Učni cilji:** Ta izziv omogoča udeležencem, da se aktivno vključijo v LinkedIn in se osredotočijo na to, kako optimizirati svoje profile, da bi izboljšali svojo podjetniško blagovno znamko in učinkovito uporabili družbeno omrežje za svoj poklicni napredek.

**Kompetence:** Optimizirajte svoj profil LinkedIn, da izkoristite moč družabnih omrežij za podjetniški uspeh in poklicno mreženje.

## Proces



1. Podjetniška blagovna znamka (10 minut): Udeleženci naj razmislijo o svoji podjetniški blagovni znamki in o tem, kako želijo, da bi jih v spletnem prostoru dojemali profesionalno.
2. Ustvarjanje profila in oblikovanje blagovne znamke (10 minut): Udeleženci naj ustvarijo ali posodobijo svoje profile LinkedIn s poudarkom na oblikovanju podjetniške blagovne znamke. Spodbudite jih, da:
  - *Ustvarite prepričljiv naslov, ki predstavi njihovo podjetniški podvig ali želje.*
  - *Napišite privlačen povzetek, ki pripoveduje njihovo podjetniško zgodbo, poudarja njihovo vizijo in poudarja spretnosti, povezane s podjetništvom.*
  - *predstavite svoje podjetniške izkušnje, projekte in dosežke.*
  - *Navedite spretnosti, ki so pomembne za njihovo podjetniško pot.*
  - *Uporabite razdelek o izobraževanju, da dokažete svoje znanje in izkušnje na področju podjetništva ali sorodnih področjih*



## Proces (nadaljevanje)



### Materialni viri:

- Računalnik

Čas: 30 minut.

3. Družbena omrežja – naloga (5 minut): Udeleženci morajo slediti vsaj trem pomembnim vplivnežem ali organizacijam, povezanim z njihovimi podjetniškimi interesi ali panogo, da bi izboljšali svoj LinkedIn.
4. Povezovanje in vključevanje (5 minut): Udeleženci naj se vključijo v nedavno objavo enega od vplivnežev ali organizacij, ki jih spremljajo, tako da dodajo dragocene ugotovitve ali postavijo premišljeno vprašanje.
5. Pregled in povratne informacije (5 minut): Udeleženci lahko v parih ali manjših skupinah pregledajo profile drug drugega in zagotovijo konstruktivne povratne informacije o tem, kako izboljšati svojo podjetniško blagovno znamko in učinkovitost mreženja.
5. Razmislek (5 minut): Udeleženci naj razmislijo o tem, kako lahko optimizacija njihovega profila LinkedIn in sodelovanje z ustreznimi vsebinami prispevata k njihovemu podjetniškemu življenju in mreženju.



 Green Up  
yourself 

## Praktična vaja



### Materialni viri:

- Računalnik
- Hipotetični Poslovni scenarij

Čas: 30 minut.

## Opis vaje

**Ime:** Slack-Powered Marketing Strategy Hack

**Učni cilji:** Te vaje v slogu izzivov so zasnovane tako, da udeležence spodbudijo in pritegnejo k hitri uporabi znanja in ustvarjalnega razmišljanja v omejenem času. Z osredotočanjem izzivov na Slack bodo udeleženci v razburljivem in konkurenčnem okolju izpopolnili svoje spretnosti pri izbiri digitalnih orodij in razvoju trženjskih strategij.

**Kompetence:** Pripravite dinamično strategijo digitalnega trženja z uporabo Slacka.

## Proces

1. Povzetek poslovnega scenarija in ideje za Slack (5 minut): Na hitro obnovite hipotetični poslovni scenarij in premislite o načinih vključitve Slacka v strategijo digitalnega marketinga za nemoteno komunikacijo, sodelovanje in posodobitve v realnem času.
2. Sprint strategije trženja (10 minut): Razvijte dinamično strategijo digitalnega trženja za hipotetično podjetje s poudarkom na strateški uporabi Slacka za učinkovito komunikacijo in sodelovanje med člani ekipe.
3. Hitra predstavitev (5 minut): Pripravite kratko predstavitev svoje strategije in poudarite, kako Slack izboljšuje komunikacijo in sodelovanje v ekipi ter podpira trženjska prizadevanja.
4. Predstavitev (do 10 minut): Predstavite svojo strategijo skupini ali moderatorju, pri čemer se osredotočite na uporabo Slacka in njegov vpliv na pristop k digitalnemu trženju.



## Hipotetični poslovni scenarij



### Materialni viri:

- Računalnik
- Hipotetični Poslovni scenarij

Čas: 30 minut.

### *EcoSolutions - Spodbujanje trajnostne prihodnosti*

*EcoSolutions je napredna zelena podjetniška družba, ki se osredotoča na razvoj inovativnih in trajnostnih rešitev za reševanje okoljskih izzivov. Podjetje je zavezano spodbujanju krožnega gospodarstva, zmanjševanju količine odpadkov in uporabi obnovljivih virov.*

### *Ključni podatki:*

- 1. Ime podjetja: EcoSolutions*
- 2. Industrija: Trajnost, čista tehnologija, zeleno/ekološko podjetništvo*
- 3. Poslanstvo: Misija: pionirsko razvijati okolju prijazne tehnologije in storitve, ki spodbujajo trajnostno prihodnost, zmanjšujejo ogljični odtis in pozitivno vplivajo na skupnosti.*
- 4. Ciljno občinstvo: Posamezniki, podjetja in skupnosti, ki želijo sprejeti okolju prijazne rešitve in zmanjšati svoj vpliv na okolje.*

- Shah-Nelson, C., Blaney, J. R., & Johnson, H. A. (2020). Kako HRM in tehnologije za izmenjavo znanja spodbujajo produktivnost virtualnega tima za globalno razpršeno delovno silo: A systematic review: A systematic review. *Journal of HRM*, 23(2), 54-71.
- Uporaba stopenj razvoja tima. Na: <https://hr.mit.edu/learning-topics/teams/articles/stages-razvoj>
- Seznam orodij za digitalno sodelovanje - Wikipedija. Na: [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_collaborative\\_software](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_collaborative_software)
- 20 najboljših orodij za analizo podatkov - Datamation. Na: <https://www.datamation.com/big-data/top-20-data-analytics-tools.html>
- Digitalne spretnosti za digitalni svet - Evropska komisija. Na spletni strani: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1079>
- Okvir digitalne pismenosti - Jisc. Na: <https://www.jisc.ac.uk/guides/developing-digital-literacies>
- Digitalne spretnosti: - The Open University. Na: <https://www.open.edu/openlearn/science-maths-technology/digital-literacy/digital-literacy/digital-literacy-definitions-and-frameworks/content-section-2.2>
- Digitalna znanja in spretnosti za 21. stoletje - Svetovni gospodarski forum. Na: <https://www.weforum.org/agenda/2016/06/digital-skills-for-the-21st-century/>

- Google Workspace - Pregled - Google Cloud. Na: <https://cloud.google.com/gsuite>
- Microsoft Teams - Pregled - Microsoft. Na: <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-teams/group-chat-software>
- Microsoft Teams in Slack: - Business News Daily: primerjava za podjetja - Business News Daily. O: Na spletni strani je objavljen članek, ki ga je objavil Microsoft, ki ga je objavil Microsoft:  
<https://www.businessnewsdaily.com/11324-microsoft-teams-vs-slack.html>
- Trello - Pregled - Trello. Na: <https://trello.com/en>
- Slack - Pregled - Slack. Na: <https://slack.com/>
- Dropbox - Domov - Dropbox. Na: <https://www.dropbox.com/>
- Kaj je Dropbox in kako deluje? - Lifewire. Na: <https://www.lifewire.com/what-is-dropbox-3486535>
- Monday.com - Domov - Monday.com. Na: <https://monday.com/>
- Skype - Domov - Skype. Na: <https://www.skype.com/>
- Google Meet - Domov - Googlovo delovno okolje. Na: <https://workspace.google.com/products/meet/>

# Bibliografija



- Zoom - Domov- Zoom Video komunikacije. Na: <https://zoom.us/>
- WordPress - Domov - WordPress.org. Na: <https://wordpress.org/>
- Wix - Domov- Wix.com. Na: <https://www.wix.com/>
- Canva - Domov - Canva. Na: <https://www.canva.com/>
- WhatsApp Business - Domov - WhatsApp. Na: <https://www.whatsapp.com/business/>
- LinkedIn - Domov - LinkedIn. Na: <https://www.linkedin.com/>
- LinkedIn: - The Balance Careers.: Izčrpen vodnik - The Balance Careers. Na: <https://www.thebalancecareers.com/how-to-use-linkedin-2062597>



[info@greenupyourself.eu](mailto:info@greenupyourself.eu)  
[www.greenupyourself.eu](http://www.greenupyourself.eu)



**Co-funded by  
the European Union**

Projekt Green Up Yourself sofinancira program Erasmus+ Evropske unije. Za vsebino te predstavitve je izključno odgovorno partnerstvo in niti Evropska komisija niti španska nacionalna agencija (ANE) nista odgovorni za kakršno koli uporabo informacij iz te predstavitve.

**Sledite nam**

