

VERTU ÞINN EIGIN YFIRMAÐUR

Nýsköpun og frumkvöðlafræði
fyrir 5.-7. bekk
Kennsluleiðbeiningar

04



EFNISYFIRLIT

Formáli	3
Uppbygging vinnubókarinnar	4
Tæknileg atriði varðandi kennsluferlið	5
Tegundir fyrirtækja	7
Yfirlit yfir ferlið	8
Hugmyndin – hvað viltu selja?	9
Í hverju ertu góð(ur)?	11
Viðskiptavinurinn – hver vill kaupa?	13
Samkeppnin – hver er að selja svipaða vöru?	14
Auglýsingar – hvernig ætlar þú að koma vörunni þinni á framfæri?	16
Hannaðu fyrirtækið þitt	17
Reiknaðu dæmið!	18
Örkynning – „seldu” hugmyndina!	19

FORMÁLI

„Vertu þinn eigin yfirmaður“ er vinnubók sem hjálpar nemendum að gera einfalda viðskiptaáætlun. Gengið er út frá því að nemendur hafi þegar hugmynd að vöru eða þjónustu sem þeir geta notað til að gera viðskiptaáætlunina.

Heftið kynnir fyrir þeim helstu þáttum og verkfærum sem alla jafna eru notuð í frumkvöðlastarfsemi. Aðferðafræðin er hönnuð til að skapa hvetjandi aðstæður sem hjálpa nemendum að byggja upp sitt eigið fyrirtæki.

Það er mikilvægt fyrir ferlið og til að þroska hæfni nemenda að gefa þeim frjálsar hendur í þróun viðskiptahugmyndarinnar og ekki láta metnað hinna fullorðnu fara með hugmyndina í aðrar áttir. Leyfðu eldmóði og krafti nemendanna að drífa verkið áfram.

Námsmarkmið

Markmiðið er að nemendur fái grundvallarskilning á fyrirtækjarekstri, hljóti þjálfun í notkun helstu verkfæra sem tíðkast í frumkvöðlastarfsemi og auki færni sína á því sviði.

Skilningur á fyrirtækjarekstri

Nemendur öðlast reynslu og skilning á helstu þáttum sem fylgja frumkvöðlastarfsemi, svo sem: Þróun hugmynda, markaðsrannsóknnum, greiningu á samkeppnisumhverfi, hópvinnu, markaðssetningu, hönnun, útreikningum og sölu.

Frumkvöðlahæfileikar

Nemendur munu þjálfa frumkvöðlahæfileika eins og sjálfstæði, skapandi lausnaleit, nýsköpun, skilning á eigin hæfni og samvinnu.

Uppbygging vinnubókar

Hentugar aðferðir við kennslu

Tegundir fyrirtækja

Yfirlit yfir ferlið

- Hugmyndin – hvað viltu selja?
- Í hverju ertu góð(ur)?
- Viðskiptavinurinn – hver vill kaupa?
- Samkeppnin – hver er að selja sömu vöru?
- Reiknaðu dæmið!
- Auglýsingar – hvernig ætlar þú að koma vörunni þinni á framfæri?
- Hannaðu útlit fyrir fyrirtækið
- Leifturkynning – seldu hugmyndina!

Heftinu er skipt í átta kafla sem hver inniheldur stuttan inngangstexta og vinnublað ásamt dæmi um útfyllt vinnublað til að veita innblástur.

Vinnublöðin eru myndræn og innihalda ýmsar spurningar. Nemendur gera grein fyrir hugsunum sínum og hugmyndum með hjálp stikkorða og klippimynda. Spurningarnar leiða nemendur áfram og þjálfar þá í þeirri hugsun sem þarf við að reka fyrirtæki og í að safna upplýsingum sem nýtast við að hrinda hugmynd í framkvæmd.

Kennslufræðileg sjónarmið sem liggja til grundvallar þessari myndrænu aðferðafræði eru annars vegar að gefa nemendum betri yfirsýn og hins vegar að æfa þá í að nota fleiri skynfæri og þjálfar sköpunarkraft og frumkvæði.



Tæknileg atriði varðandi kennsluferlið

Gert er ráð fyrir vinnustofufyrirkomulagi við kennslu með vinnubókinni „Vertu þinn eigin yfirmaður - Nemendahefti“. Þess vegna verður kennarinn að tryggja að það sé nægilegt borðpláss, að allir geti setið með A3-örk auk tímarita/blaða, tússlita, trélita, skæra og límstiftis o.fl. Auk þess er nauðsynlegt að hafa aðgang að tölvum af og til ef leita þarf að upplýsingum.

Tímalengd:

Verkefnið tekur 10-20 kennslustundir; tíminn getur verið breytilegur eftir því hversu nákvæmt og djúpt er farið í viðfangsefnin.

Kennslufnið er vel til þess fallið að nota í þemaviku þar sem búnar eru til frumgerðir, kynningarmyndbönd og fleira.

Skipulag kennslustofunnar

Það virkar mjög vel að færa saman nokkur borð til að búa til hópinnuaðstöðu og láta efnið sem nota á liggja á miðju borði. Önnur leið er að hafa sérstakt borð þar sem nemendur sækja sér efni eftir þörfum.

Efni:

- Tímarit/blöð, bæklingar – helst um ólík efni, t.d. fagtímarit, unglinga-/kvenna-/herrablöð, tímarit um mat, ókeypis dreifirit og bæklingar.
- Tússlitir eða trélitir í mörgum litum
- Skæri
- Límstifti
- Litlir og stórir Post-it miðar eða viðlíka sjálflímandi minnismiðar í mörgum litum (er t.d. hægt að kaupa í versluninni Tiger).

Tónlist

Þegar verið er klippa og líma til að vinna klippimyndir o.þ.h. er ef til vill gott að nota lágt stillta tónlist til að skapa notalegt og skapandi andrúmsloft.

Aðferðafræði til að efla sameiginlega upplýsingaöflun

Kennarinn getur kynnt fyrir nemendum hvernig nota má sameiginlega upplýsingaöflun og hugmyndavinnu með því að leyfa nemendum að hafa þankahríð (brainstorm) um verkefni hvert annars og þar með sýna þeim ávinninginn af því að nota tengslanet sem sameiginlegt úrræði sem allir geta gengið að.

Til dæmis er hægt að hafa þankahríð um:

- nýja þjónustu í tengslum við viðskiptahugmyndina
- ný sjónarhorn sem gera viðskiptahugmyndina enn sérstakari
- fleiri hópa viðskiptavina sem geta notað vöruna/þjónustuna
- auglýsingastefnu og blandaðar kynningarleiðir
- góða tengiliði í sameiginlega tengslanetinu (bekknum)
- ný sjónarhorn ef nemendur lenda í sérstökum áskorunum

Þankahríð er auðveld tækni sem er árangursrík leið til að fá margar hugmyndir í hópi á stuttum tíma. Kennarinn er leiðbeinandi í þessu ferli. Hann setur upp fastar reglur og stjórnar ferlinu þannig að hugsanlegur hópþrýstingur og sjálfsritskoðun komi ekki í veg fyrir að nemendur deili ævintýrlegum hugmyndum. Ferlið er skemmtilegt og fjörugt. Settu tímamörk, t.d. við fimm mínútur, svo nemendur hafi ekki tíma til að ritskoða sig of mikið. Láttu bekkinn hafa þankahríð oftari ef hægt er.

Reglurnar:

Gagnrýni og endurmat er algjörlega bannað

Skjóttu hratt, markmiðið er að fá eins margar hugmyndir og mögulegt er.

Villtar hugmyndir eru velkomnar. Nemendur skulu ekki halda aftur af sér ef þeir eru í vafa um að eitthvað sé mögulegt ... bara láta vaða!

Það getur nefnilega komið af stað keðjuverkun sem endar í nothæfri hugmynd sem er samsett úr mörgum klikkuðum hugmyndum.

Leiðbeiningar:

- Láttu nemendur gera tillögu að því hvernig hugmyndin sem kynnt er getur orðið enn betri.
- Nemendur skrifa hugmyndir sínar á Post-it miða (aðeins ein hugmynd á hvern miða) og láta eiganda hugmyndarinnar fá miðann.
- Eftir að þankahríðinni er lokið er hægt að hefja mat á hugmyndunum.

TEGUNDIR FYRIRTÆKJA

Allur rekstur snýst um kaup og sölu en engu að síður eru til margar mismunandi tegundir fyrirtækja:

Verslunarrekstur:

- Varan er eitthvað sem þú kaupir inn og selur áfram á hærra verði. Þú getur til dæmis fundið hluti á netinu sem ekki eru fáanlegir hér heima og selt þá.

Framleiðslufyrirtæki:

- Vara er eitthvað sem þú framleiðir sjálf(ur) eða býrð til, t.d. skartgripir eða heilsunammi.

Þjónustufyrirtæki:

- Afurðin þín getur verið þjónusta sem þú veitir, t.d. grassláttur eða innkaup fyrir eldri borgara.

Þekkingarfyrirtæki:

- Afurðin þín er vitneskja sem þú býrð yfir og selur, þannig að ef þú ert til dæmis algjör snillingur á samfélagsmiðlum þá hefur þú það fram að færa.

Endurvinnslufyrirtæki:

- Þú býrð vöruna til úr gömlum hlutum sem þú endurnýtir í eitthvað alveg nýtt eða lagfærir og selur áfram. Þú getur til dæmis safnað gömlum hjólum, gert þau upp og selt eða búið til flottar töskur úr gömlum gallabuxum.

Menningarstarfsemi:

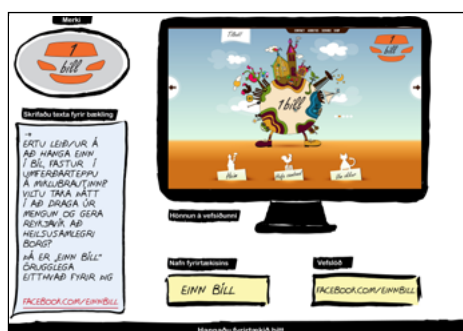
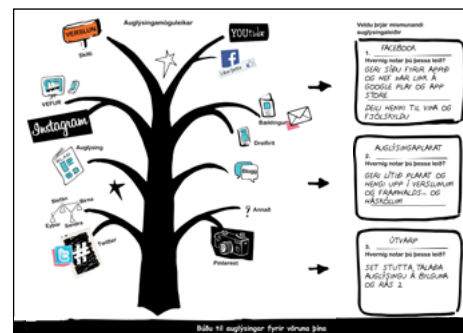
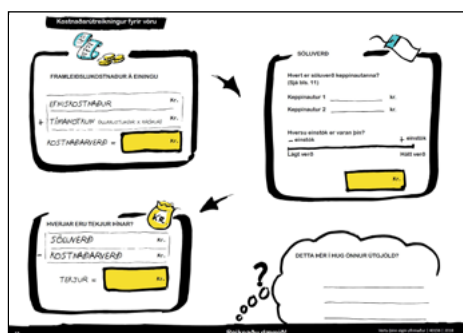
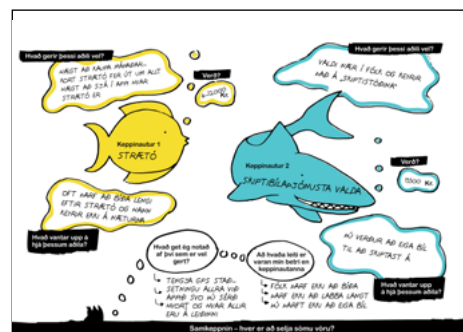
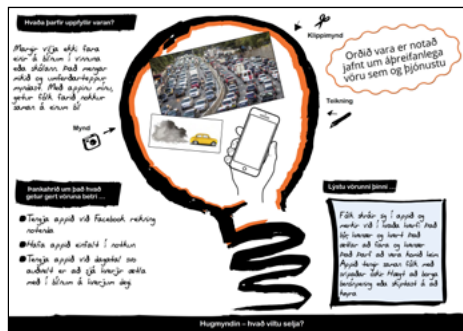
- Varan er atriði sem þú flytur, t.d. ef þú hefur sönghæfileika, dansar, spilar á hljóðfæri eða eitthvað annað listrænt. Afurðin getur líka verið starfsemi sem sér um að skipuleggja hátíðir eða aðra menningarviðburði.

Starfsemi í þágu samfélagsins:

- Varan þín getur verið allt sem talið er upp hér að framan. Það sem skilur þessa tegund fyrirtækja frá öðrum er viðskiptalíkanið. Venjuleg fyrirtæki eru rekin með það að markmiði að græða peninga en líkanið fyrir fyrirtæki sem rekin eru í þágu samfélagsins gengur út frá því að markmiðið sé að gera eitthvað fyrir aðra, til dæmis jaðarhópa eða til að hjálpa til við samfélagsleg vandamál. Í gegnum reksturinn er fundin sjálfbær lausn á hagfræðilegu vandamáli með það fyrir augum að vinna að hjálparstarfi eða stofna fyrirtæki sem ekki er rekið í hagnaðarskyni.

YFIRLIT YFIR FERLIÐ

Þetta er stutt yfirlit yfir það sem farið er í á hverri opnu í vinnubókinni.



HUGMYNDIN – hvað viltu selja?

Nemandinn er kominn með viðskiptahugmynd og notar nú þetta vinnublað til að þróa og betrumbæta hugmynd sína með úrklippum og stikkorðum. Þetta er skemmtileg og góð leið til að byrja verkefnið og á sama tíma setja í gang endurskoðunarferli og virkja skapandi stöðvar í hægra heilahveli.

Efni:

- Tímarit, blöð, fagtímarit, bæklingar o.fl.
- Skæri, límstifti, trélitir, blýantar eða tússlitir
- Post-it miðar eða aðrir sjálflímandi minnismiðar

Ferlið:

1. Byrjið á sjónrænni þankahríð með því að finna myndir og orð í tímaritum og blöðum sem lýsa viðskiptahugmyndinni. Láttu nemendur safna saman fjölda úrklippa áður en þær eru settar saman í klippimynd af viðskiptahugmyndinni. Myndin er búin til inni í ljósaperunni á vinnublaðinu. Ferlið má víkka út og nota netið til að leita að myndum eða nota snjallsíma til að finna myndir eða annað efni sem lýsir hugmyndinni.
2. Láttu nemendurna lýsa hugarkortinu með stikkorðum í reitnum sem merktur er: „Lýstu vörunni þinni“. Það getur verið gott að skrifa fyrst með blýanti eða á Post-it miða því oft fer fram endurskoðun í ferlinu og nemandann langar til að laga og bæta hugmyndina síðar.
3. Biddu nemendur að hugsa um hvaða þarfir varan/afurðin uppfyllir. Hvaða áskorun eða vandamál leysir hún? Eða ... hvaða óskir um þægindi eða vellíðan uppfyllir þessi vara/þjónusta?
4. Láttu alla nemendur kynna sína viðskiptahugmynd. Eftir hverja kynningu stýrir kennarinn þankahríð þar sem allir geta komið með tillögur að því hvernig hægt er að betrumbæta hugmyndina. Nemandinn sem á hugmyndina skrifar hjá sér allar tillögurnar. Það er mikilvægt að kennarinn undirstriki að þetta eru ókeypis gjafir af góðum hugmyndum sem nemandanum er í sjálfsvald sett hvernig hann notar.

5. Ef vinna á að viðskiptahugmyndunum í hópum er komið að því að kjósa um fimm bestu hugmyndirnar. Notaðu til dæmis punktakosningu þar sem hver nemandi getur gefið alls þrjá punkta, hann getur annaðhvort gefið sömu hugmynd alla punktana eða dreift þeim á hugmyndir að vild. Hugmyndirnar fimm sem fá flesta punkta verða notaðar til að mynda hópa í kringum.

Hvaða þarfir uppfyllir varan?

Margir vilja ekki fara einir á bílnum í vinnuna eða skólann. Það gengur mikið og umferðarteppur myndast. Með appinu mínu, getur fólk farið nokkur saman á einum bíl.

Mynd

Klippimynd

Orðið vara er notað jafnt um áþreifanlega vöru sem og þjónustu

Teikning

Þankahrið um það hvað getur gert vöruna betri ...

- Tengja appið við Facebook reikning notenda
- Hafa appið einfalt í notkun
- Tengja appið við dagatal svo auðvelt er að sjá hverjir ætla með í bílnum á hverjum degi.

Lýstu vörunni þinni ...

Fólk skráir sig í appið og merkir við í hvaða hverfi það býr, hvenær og hvert það ætlar að fara og hvenær það þarf að vera komið heim. Appið tengir saman fólk með svipaðar óskir. Hægt að borga bensínþeningu eða skiptast á að keyra.

Hugmyndin – hvað viltu selja?

Í HVERJU ERTU GÓÐ(UR)?

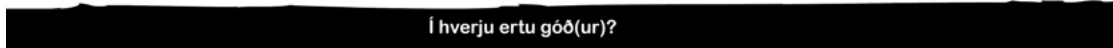
Á þessari opnu getur nemendinn íhugað og aukið skilning sinn á eigin getu og hvernig hún nýtist við að þróa viðskiptahugmyndina. Nemendur verða að öðlast skilning á því að við GETUM EKKI gert allt sjálf og ÞURFUM hjálp frá góðu teymi til að geta byggt upp fyrirtæki. Jafnvel í einyrkjafyrirtæki er þörf fyrir aðstoð, annaðhvort með því að vinna saman eða með því að kaupa vinnu eða fá hjálp frá vinum og ættingjum. Með þessari æfingu getur kennarinn sýnt nemendum að til eru margar mismunandi tegundir hæfileika og færni, og allar skipta þær máli. Nemendur eru vanir því að vera metnir og að meta sig sjálfir í hefðbundnum námsgreinum og því þarf kennarinn að hjálpa þeim að meta sjálfa sig í nýju ljósi. Það er mikilvægt að útskýra fyrir nemendum að hæfileikar geta legið á mörgum mismunandi sviðum og eru ekki alltaf eitthvað sem við áttum okkur á sjálf. Kannski sjáum við alls ekki sjálf hæfileika okkar á einhverju sviði sem liggur vel fyrir okkur og höldum þess vegna að þetta sé eitthvað sem allir geta.

Hér gefst nemendum tækifæri til að sjá nýjar hliðar á sjálfum sér og koma auga á að það getur talist hæfileiki að eiga auðvelt með að tala við annað fólk, að geta gert við hluti, að koma skipulagi á hluti, að fá hugmyndir, að skilja samfélagsmiðla o.s.frv.

Þegar hóparnir eru myndaðir er mikilvægt að kennarinn hafi orð á því að í hópvinnu hjálpast allir að. Hópurinn er valinn þannig að til samans búa meðlimirnir yfir eins mismunandi eiginleikum og mögulegt er og þess vegna verða þeir sérfræðingar hver á sínu sviði sem hjálpa hver öðrum. Þetta verður með öðrum orðum jafningjafraeðsla og skipst verður á þekkingu.

Ferlið:

1. Láttu nemendur lesa textann sem á við opnuna og segja sína skoðun á því í hverju þeir telja sig vera góða með því að skoða kassana fjóra, „sagnamenn“, „skaparar“, „rökfræðingar“ og „brúarsmiðir“.
2. Láttu þá skrifa sjálfsmat á eigin getu á vinnublaðið.
3. Skiptu bekknum því næst niður í minni hópa eða láttu allan bekkinn koma með tillögu um hvaða verkefni þeir sæju fyrir sér að félagar þeirra myndu leysa. Þú getur einnig komið með góðar tillögur.
4. (Einstaklingsvinna) – Láttu hvern nemanda íhuga hvaða færni þarf að hafa til að geta hrint hugmyndinni í framkvæmd og kortleggja þessa færni.
5. (Hópvinna) – Veldu í hópana til að byrja að vinna að þeim hugmyndum sem valdar voru. (Hver og einn getur haft hæfni á mörgum sviðum og hægt er að fá lánaða sérfræðinga milli hópa ef margir eru með sömu hæfni.)



VIÐSKIPTAVINURINN – hver vill kaupa?

Þessi opna er hugsuð til þess að fá nemendur til að setja sig í spor viðskiptavinanna. Því meiri skilning sem þeir hafa á heimi viðskiptavina og þörfum þeirra, þeim mun auðveldara er að hanna vöruna, búa til markvissar auglýsingar og selja vöruna. Hér búa nemendurnir til „hinn dæmigerða viðskiptavin“, sem er verkfæri sem notað er til að setja sig í spor viðskiptavinanna. Með því að persónugera viðskiptavininn verður auðveldara að setja sig í spor hans. Sem kennari þarft þú að hvetja nemendur til þess að nota ímyndunaraflið og láta eins og þeir þekki nú þegar hinn dæmigerða viðskiptavin.

Efni:

- Tímarit, blöð
- Skæri
- Límstifti
- Blýantar eða tússlitir

Ferlið:

1. Láttu nemendur búa til klippimynd af hinum dæmigerða viðskiptavini. Hvernig halda þeir að viðskiptavinurinn líti út?
2. Láttu nemendur fylla út spurningareitina út frá hugmyndum þeirra um hvernig viðskiptavinurinn gæti verið.



SAMKEPPNIN – hver er að selja svipaða vöru?

Nemendurnir þurfa að læra að leggja mat á vöruna sína í samanburði við vörur keppinauta. Þetta eykur skilning þeirra á markaðnum. Þeir læra mikið af því að skoða samkeppnisaðila. Það sem keppinautarnir gera vel nýtist nemendunum við að þróa eigin vöru og það sem þeir gera ekki eins vel getur leitt þá að nýjum og betri lausnum. Það er sjaldgæft að engin samkeppni sé til staðar en ef ske kynni að nemendur finni út að þeir séu að leysa vanda á nýjan hátt þá má óska þeim til hamingju en minna á að þeir eru engu að síður í samkeppni við aðila sem selur eitthvað sem leysir vandamálið á annan hátt og þeir geta lært af þeim!

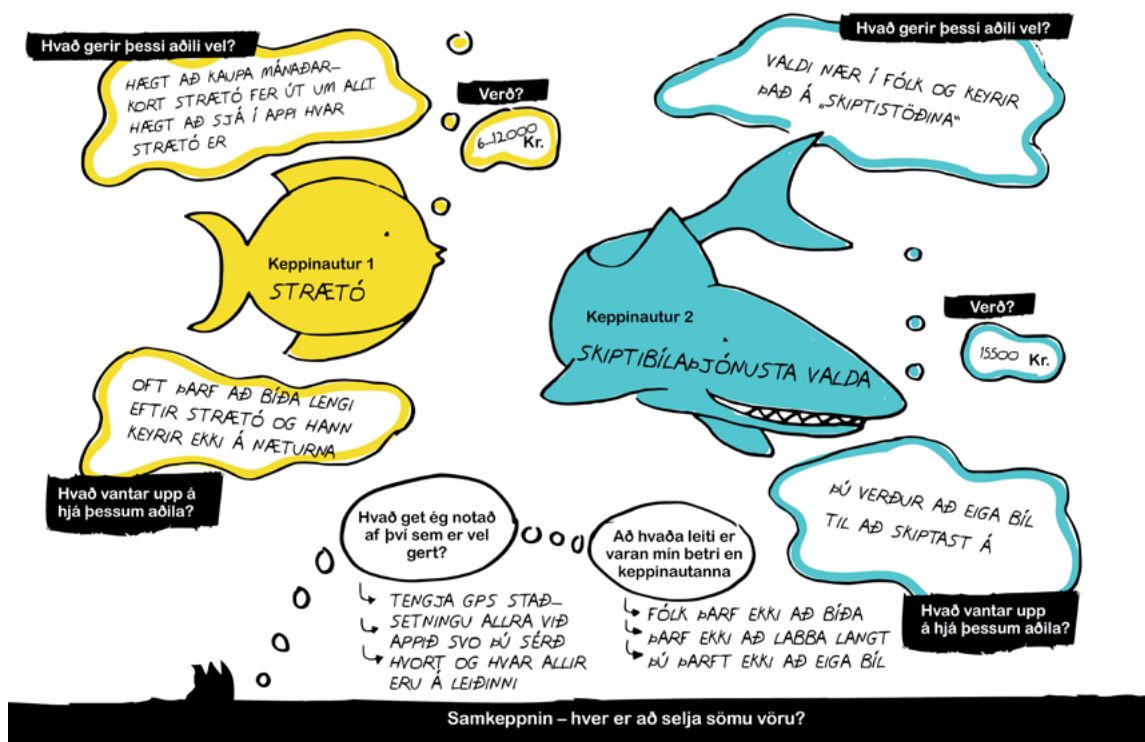
Efni:

- Skissubækur
- Internetið

Ferlið:

1. Byrjaðu á að láta nemendurnar finna samkeppnisaðila sína. Hægt er að leita á netinu, í auglýsingabæklingum, heimsækja verslanir, nota Google til að finna hvað viðskiptavinir hafa að segja, skoða auglýsingatöflur í stórmörkuðum o.fl. Láttu nemendur leita að upplýsingum og verði hjá þessum samkeppnisaðilum.
2. Láttu nemendurna velja tvo samkeppnisaðila til að bera sig saman við. Fáðu þá til að segja álit sitt á því í hverju þeir telja samkeppnisaðilana vera góða og hverju ekki og látið þá fylla út vinnublaðið.
3. Nú eiga nemendur að íhuga hverja af kostunum þeir ætla að nota fyrir sína vöru/afurð. Hvað hefur þeim fundist vel gert? Er þjónustan góð, er notað sérstaklega mikið súkkulaði í kökurnar, o.s.frv.
4. Næst skulu nemendurnir hugsa um það sem þeim finnst ekki eins vel gert. Það getur nefnilega verið mikilvæg vitneskja til þess að gera þeirra eigin afurð/vöru aðeins betri eða sérstakari. Það fær viðskiptavininn til að velja hana.

5. Hægt er að hafa skemmtileg sameiginleg þankahríð út frá því sem nemendum finnst samkeppnisaðilinn ekki gera nógu vel. Láttu þá finna nýjar lausnir... klikkaðar lausnir... brjálaðar lausnir. Slíkt upplífandi sköpunarferli veitir nemendum skilning á því hvernig hægt er að skapa í sameiningu og hjálpa til við að finna nýjar og betri lausnir.



AUGLÝSINGAR

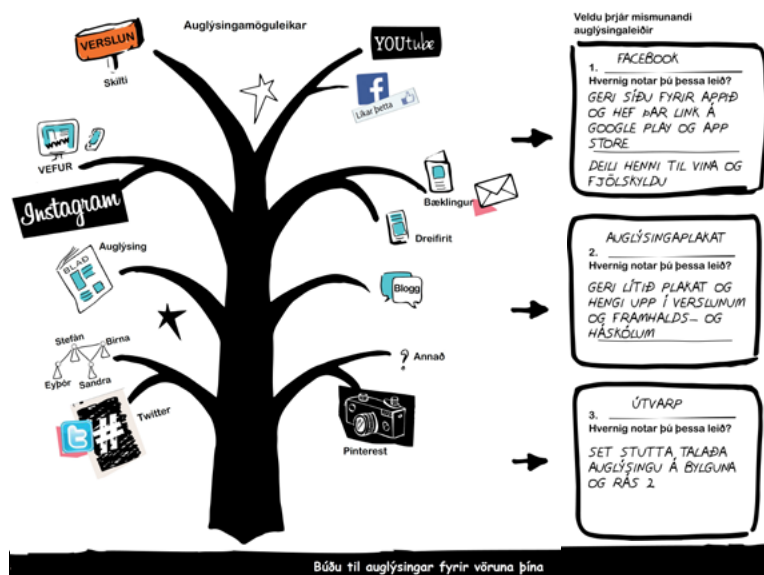
Hvernig ætlar þú að koma vörunni þinni á framfæri? Hér eiga nemendur að huga að því hvernig viðskiptavinir munu uppgötva vöru þeirra eða afurð. Kennarinn getur sjálfur valið að kynna auglýsingaleiðirnar sem lýst er á textablaðinu eða látið nemendur kynna mismunandi leiðir.

Efni:

- Vinnublað merkt Viðskiptavinurinn (bls. 6)
- Vinnublað merkt Samkeppnin (bls. 8)

Ferlið:

1. Láttu nemendur skoða vinnublaðið sem merkt er Viðskiptavinurinn (bls. 6) og Samkeppnin (bls. 8). Út frá þeirri vitneskju sem þau hafa um viðskiptavininn og hvað keppinautarnir gera eiga þau að íhuga hver eftirfarandi auglýsingamáta á auglýsingatrénu þeim finnst henta best til að fanga athygli viðskiptavina.
2. Annaðhvort skal lesa lýsinguna á auglýsingaleiðunum fyrir nemendur eða láta þá lesa hana sjálfa. Að því loknu skulu þeir meta og velja þrjá mismunandi máta sem þeir vilja nota til að auglýsa og skrifa þá í reitina.
3. Fáðu nemendur til að íhuga vel hvernig þeir ætla að nota þessar leiðir svo þeir geti skrifað það í reitina.
4. Þekkingarmiðlun – Ræddu við bekkinn um það hvað auglýsingar geti kostað. Er einhver sem hefur reynslu eða þekkingu sem kemur fleirum að gagni? Margir samfélagsmiðlar eru ókeypis upp að vissu marki. Ef einhverjir af nemendunum vita eitthvað sérstakt um tiltekið efni skaltu biðja þá að deila því með hópnum svo allir njóti góðs af þessari þekkingu.



HANNAÐU FYRIRTÆKIÐ ÞITT

Þessari opnu er ætlað að auka skilning nemenda á því að það hefur þýðingu fyrir sölu vörunnar að hlutir líti vel út. Vinnublaðið gefur skapandi nemendum möguleika á að hanna eigin vefsíðu og vörumerki en það er mikilvægt að leggja áherslu á að það er EKKI nauðsynlegt að vera skapandi til þess að geta leyst verkefnið. Ef einhverjum finnst erfitt að hanna getur hann búið til klippimynd þar sem hann finnur dæmi á myndum af einhverju sem honum finnst fallett og líkist því sem hann langar til að gera. Hér er mikilvægt að nemendur læri að gera upp við sig hvað þeim finnst vera fallett og hvað þeir halda að höfði til viðskiptavina.

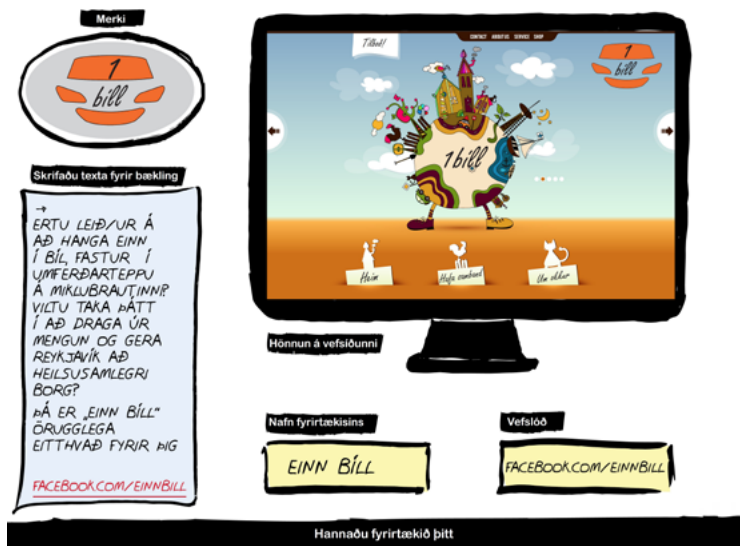
Efni:

- Tímarit, blöð, fagtímarit og bæklingar til að búa til klippimynd
- Skæri, límstifti, trélitir, tússlitir í mörgum litum
- Internetið til að leita að lénsheitum og finna dæmi um hönnun á vefsíðum

Ferlið:

1. Prófaðu að láta nemendur finna dæmi um vefsíður sem þeim finnast flottar. Fáðu þá til að setja í orð hvað það er sem þeim finnst flott og láttu þá kynna það fyrir bekknum.
2. Láttu nemendur finna dæmi um hönnun og stíl sem þeir myndu vilja hafa á sinni eigin vefsíðu, dreifiriti og jafnvel vörunni sjálfri. Láttu nemendur hanna vörumerki og vefsíðu eða búa til klippimynd.
3. Fáðu nemendur til að hugsa um nafn á fyrirtækinu og hvaða lénsheiti (vefslóð) þeir ætla að nota.

4. Nú er komið að því að skrifa texta fyrir dreifirit (auglýsingablað í A5-stærð). Nemandinn á að lýsa vörunni sem er verið að selja og hvernig þarfir viðskiptavinar eru uppfylltar á þann hátt að það nái athygli hans þannig að hann fái löngun til að kaupa.



REIKNADU DÆMIÐ!

Hér eru nemendum kynntar nokkrar mjög einfaldar aðferðir til að reikna út hvað það kostar að framleiða vöru (kostnaðarverð) og hvað þeir geta þénað (hagnaður). En til þess að geta fundið það út verður að ákveða söluverð. Söluverð er ekki eitthvað sem hægt er að reikna beint út, það ákvarðast að hluta til af því hvað viðskiptavinir eru tilbúnir að borga og að hluta til af kostnaði við framleiðslu.

Nemendum eru kynntir allir þættir sem verða að vera þekktir og teknir til greina til að hægt sé að ákvarða raunhæft verð og þá geta þeir sjálfir komið með tillögur.

Efni

- Vinnublað merkt: Kostnaðarútreikningur fyrir vöru (bls. 13)
- Internetið (til að leita að upplýsingum um framleiðslukostnað og innkaupsverð).

Ferlið:

1. Kynntu fyrir nemendum þær mismunandi tegundir kostnaðarverðs sem nefndar eru í vinnubókinni. Mismunandi aðferðir eru við að reikna kostnaðarverðið eftir því hvort um er að ræða framleiðsluvöru, vöru sem keypt er inn og seld áfram eða þjónustu, þekkingu, atriði eða annað sem er ekki hlutgert (óáþreifanleg afurð).
2. Láttu nemendur safna saman upplýsingum um það hvað kostar að framleiða vöruna.
3. Láttu nemendur reikna út kostnaðarverð og færa inn á vinnublaðið. Á bls. 12 er útskýrt hvernig kostnaðarverð er reiknað út.
4. Hafðu umræðutíma um það hvaða önnur útgjöld geta komið við sögu. Þetta gæti verið flutningur og pökkun, markaðssetning og fleira. Þetta er einungis til að auka skilning þeirra á því að rekstur fyrirtækis er flókinn.

Kostnaðarútreikningur fyrir vöru

FRAMLEIÐSLUKOSTNAÐUR Á EININGU

EFNISKOSTNAÐUR _____ kr.

+ TÍÐNANOTKUN (SÖLUVERÐUR X KÖÐUR) _____ kr.

KOSTNAÐARVERÐ = _____ kr.

SÖLUVERÐ

Hvert er söluverð keppinautanna?
(Sjá bls. 11)

Keppinautur 1 _____ kr.

Keppinautur 2 _____ kr.

Hversu einstök er varan þín?

— einstök _____ kr.

Lágt verð _____ kr.

Hátt verð _____ kr.

HVERJAR ERU TEKJUR ÞINAR?

SÖLUVERÐ _____ kr.

- KOSTNAÐARVERÐ _____ kr.

TEKJUR = _____ kr.

REIKNADU DÆMIÐ!

ÖRKYNNING – „seldu“ hugmyndina!

Nú hafa nemendurnir farið í gegnum grundvallaratriði í gerð viðskiptaáætlana og eru tilbúnir með viðskiptahugmynd. Nemendurnir eiga nú að kynna fyrirtækið sitt fyrir „fjárfestum“ sem eiga að meta hugmyndina.

Þetta er oft kallað „sölu kynning“ eða upprunalega „lyfturæða“, sem er bandarískt hugtak sem vísar til þess þegar frumkvöðull hittir einhvern í lyftu sem gæti verið fjárfestir eða viðskiptavinur og heldur fyrir hann söluræðu sem er nógu stutt og hnitmiðuð til að hægt sé að klára hana áður en lyftuferðinni lýkur.

Hægt er að setja upp dómarateymi í bekknum sem í sitja nemendur, kennarar eða foreldrar sem meta fyrirtækin.

Ferlið:

1. Gefðu nemendum frjálssar hendur með það hvernig þeir vinna kynningarnar. Þær mega vera glærukynning í Power Point, myndband, frumgerð (prótótýpa) af vörunni, leikrit, veggspjald eða mæltar af munni fram. Nemendur skulu byrja á að kynna sig en þar fyrir utan er eina skilyrðið að eftirfarandi komi fram í kynningunni:

Ég er að selja ... og ég fékk hugmyndina af því að ...

Viðskiptavinir mínir þurfa ... Hugmynd mín leysir þessa þörf af því að ...

Ég finn viðskiptavini mína með hjálp ... Hagnaður minn er ...

2. Láttu nemendur kynna fyrirtækið sitt á mest tveimur mínútum.
3. Útnefndu sigurvegara (það er möguleiki að hafa marga flokka) og fagnaðu öllum sköpunarkraftinum og starfsgleðinni sem nemendur hafa sýnt í ferlinu.



Námsheftið Vertu þinn eigin yfirmaður, er þróað af Marina Hjördie fyrir Fonden for Entreprenørskab í Danmörku og þýtt með þeirra leyfi á íslensku.



Nýsköpunarmiðstöð
Íslands



Nýsköpunarveggurinn
grunnskólans

m
MENNTAMÁLASTOFNUN

VERTU ÞINN EIGIN YFIRMAÐUR

NÝSKÖPUN OG FRUMKVÖÐLAFRÆÐI FYRIR 5. - 7. BEKK

Kennsluleiðbeiningar

1. útgáfa, nóvember 2018

Útgefið af: Nýsköpunarmiðstöð Íslands og Menntamálastofnun

ISBN 978-9979-0-2298-5

Íslensk ritstjórn: Arna Guðríður S. Sigurðardóttir og Eyjólfur Brynjar Eyjólfsson

Íslensk þýðing: Ásdís Ingólfsdóttir og Svanhvit Lilja Ingólfsdóttir

Faglestur og staðfærsla: Svanborg Rannveig Jónsdóttir

Hugmyndafræði, texti og myndir eftir Marínu Hjördie

Staðfærsla á texta við myndir: Eyjólfur Brynjar Eyjólfsson

Grafísk vinnsla Stylize v. Heidi Sinnet

Grafísk vinnsla við íslenska útgáfu: Hjörleifur Jónsson

Umbrot: Menntamálastofnun

Aðstoð við uppsetningu á efni: Hjörleifur Jónsson

Nýsköpunarmiðstöð Íslands

Árleyni 2-8

112 Reykjavík

Sími 522 9000

www.nmi.is

40187