

E4KIDS
SKOLOTĀJU GRĀMATA



**Uzņēmējdarbības domāšanas un pašapziņas
veicināšana bērnos - EMPOW4KIDS**

*ERASMUS+ KA220-SCH - Sadarbības partnerības skolu izglītībā
2021-1-CZ01-KA220-SCH-000032484*

Autors(-i):

FAKULTNÍ ZAKLADNI SKOLA S RVJ PRI PEDF UK PRAHA 5 DRTINOVA
VÝZKUMNÝ ÚSTAV PRO PODNIKÁNÍ A INOVACE, Z.Ú.

SMART NEST

FORMATIVE FOOTPRINT

ECECE



**Co-funded by
the European Union**

Finansē Eiropas Savienība. Tomēr paustie viedokļi un uzskati ir tikai un vienīgi autora(-u) viedokļi, un tie ne vienmēr atspoguļo Eiropas Savienības vai Eiropas Izglītības un kultūras izpildaģentūras (EACEA) viedokli. Ne Eiropas Savienība, ne EACEA par tiem neuzņemas atbildību.

Projekta akronīms:

EMPOW4KIDS

Projekta nosaukums:

Uzņēmējdarbības domāšanas un pašapziņas veicināšana bērnos - EMPOW4KIDS

Projekta numurs:

2021-1-CZ01-KA220-SCH-000032484

Apakšprogramma vai KA:

KA220-SCH - Sadarbības partnerības skolu izglītībā

Tīmekļa vietne: <https://www.kidsentrepreneurs.eu>

Konsorcijs:



Satura rādītājs

1. IEVADS.....	4
2. E4KIDS KANVAS.....	6
2.1. KO?	8
2.2. KAS?.....	11
2.3. KĀ?.....	14
2.4. CIK DAUDZ?	19
3. SPĒLES UN AKTIVITĀTES	22
3.1. KO.....	22
3.2. KAS.....	24
3.3. KĀ.....	30
3.4. CIK DAUDZ	32
4. E4KIDS METODOLOĢIJA SKOLĀ	36
PIELIKUMI	40

1. IEVADS

Uzņēmējdarbības prasmes ir vērtīgas ES pilsoņiem gan personīgai, gan profesionālai attīstībai. Uzņēmējdarbības izglītībai ir būtiska nozīme Eiropas konkurētspējas un ekonomikas pastāvīgas izaugsmes nodrošināšanā. Uzņēmējdarbības veicināšana izglītībā kā galvenā kompetence mudina ES pilsoņus būt uzņēmīgiem un izstrādāt inovatīvus risinājumus sabiedrības problēmām, kā arī radīt produktus ar papildu sociālekonomisko vērtību.

Neskatoties uz šiem pieņēmumiem, “tikai mazāk nekā ceturtdaļa (23 %) ES aptaujāto personu norādīja, ka viņi ir piedalījušies kādā kursā vai aktivitātē skolā, kas saistīta ar uzņēmējdarbību, definētu kā ideju pārvēršanu rīcībā un sava projekta izstrādi” [*Eiropas Komisija/EACEA/Eurydice 2016. Uzņēmējdarbības izglītība skolā Eiropā - Eurydice ziņojums*].

2018. gada PISA aptaujas rezultāti rāda, ka liela daļa 15 gadus vecu jauniešu joprojām trūkst pamata problēmu risināšanas prasmju. “Pāreja no skolas uz darbu ir kļuvusi sarežģītāka un ilgstošāka. Tas atspoguļo gan izmaiņas darba tirgus pieprasījumā, gan pieaugošo atšķirību ar to, ko piedāvā izglītības sistēmas. Šai jaunajai pilsoņu paaudzei nepieciešama ziņkāre, uzņēmējdarbība un izturība, lai efektīvi darbotos jaunajā darba tirgū. Viņiem būs vajadzīga pārliecība veidot pašiem savu nodarbinātību un pārvaldīt savas karjeras jaunus veidus. Izglītības sistēmām ir jā sagatavo jaunieši efektīvi pielietot zināšanas mainīgās situācijās, izcelt atbilstošus lomu modeļus un sniegt vadlīnijas, kas palīdzēs viņiem atklāt savas kaislības, jomas, kurās viņi var izcelties, un kur un kā viņi var atrast vai radīt darbu” [*PISA 2018: Ieskati un interpretācijas*]

Tādējādi uzņēmējdarbības domāšanas veida uzlabošana un bērnu pašapziņas veicināšana var radīt vairākus pozitīvus rezultātus, tostarp:

- **Radošums un inovācija:** veicinot uzņēmēju domāšanu, bērni mācās domāt radoši un rast inovatīvus problēmu risinājumus. Šāda domāšana mudina viņus uzņemties risku un domāt ārpus rāmjiem, kas var novest pie jaunu produktu un pakalpojumu izstrādes;
- **Kritiskā domāšana:** uzņēmējdarbība prasa kritisko domāšanu un problēmu risināšanas prasmes. Veicinot bērnus domāt kā uzņēmēji, viņi mācās analizēt situācijas, identificēt problēmas un izstrādāt stratēģijas to pārvarēšanai;
- **Pašcieņa un pārliecība:** veicinot pašapziņu, bērni mācās ticēt sev un savām spējām. Viņi attīsta spēcīgu pašcieņu un pārliecību par sevi, kas var palīdzēt viņiem gūt panākumus visās dzīves jomās;
- **Līderības prasmes:** uzņēmējdarbība prasa spēcīgas līdera prasmes. Bērni, kuri mācās domāt kā uzņēmēji, attīsta spēju vadīt un iedvesmot citus; viņi mācās efektīvi sazināties, veidot komandas un motivēt citus sasniegt kopīgu mērķi;

- **Finanšu lietpratība:** uzņēmējdarbība ietver tādu finanšu jēdzienu izpratni kā peļņa un zaudējumi, ieņēmumi un naudas plūsma. Iepazīstinot bērnus ar šiem jēdzieniem, viņi iemācās efektīvi pārvaldīt naudu un attīsta finanšu pratības prasmes, kas viņiem noderēs visu mūžu.

Šī situācija pamudināja partnerus rīkoties, lai definētu, izveidotu un ieviestu saturu, rīkus un stratēģijas, kas veicinātu uzņēmējdarbības domāšanas un uzvedības attīstību sākumskolas līmeņa skolēnos (vecuma grupā no 11 līdz 13 gadiem), kā arī veicinātu proaktīvu un nekonformistisku garu, veicinot darbības, kuras viņi paši veiktu, īpaši pievēršoties skolai, bet pieņemot proaktīvu pieeju, kas mudina skolēnus pašiem rīkoties ikdienas dzīvē pirms pusaudžu vecumā.

Tādējādi galvenā mērķa grupa ir SKOLĒNI vecumā no 11 līdz 13 gadiem: viņi tiks mudināti pārnest zināšanas un izpratni ārpus savas darba grupas, identificējot veidus, kā aktīvi veicināt uzņēmējdarbības, radošo un kritisko garu un attieksmi ārpus skolas sienām un darboties kā paraugiem. Tādā veidā viņiem būs iespēja ietekmēt savu plašāko sociālo tīklu, tostarp ģimeni un draugus, tādējādi darbojoties kā izplatītājiem –veicinot šī gara izplatību gan skolas vidē, gan ārpus tās.

Tikpat nozīmīgi ir arī SKOLOTĀJI un SKOLU VADĪTĀJI, kuri tiks iepazīstināti ar rīkiem uzņēmējdarbības un personīgās pilnveidošanās veicināšanai un to, kā aktīvi tos izmantot skolā. Tajā pašā laikā skolotāju pilnveidošana ietvers viņu lomas pārvērtēšanu, veicinot lielāku atbildību par skolēnu personīgo uzvedību un attieksmi pret ikdienas izaicinājumiem. Kopumā projekta īstenotie rīki tiks integrēti skolas mācību programmā kā viens no transversālajiem priekšmetiem, ko nodos nākamajiem skolēniem.

Papildu mērķa grupa ir ĢIMENES, kurām būtu jābūt iesaistītām darbā, lai audzinātu skolēnos pašapziņu un uzņēmējdarbības garu, ar paredzamo izpratnes un uztveres nozīmīguma pieaugumu par viņu lomu kopienā kopumā. Turklāt ģimenes un plašāka sabiedrība būs starp izplatīšanas programmas saņēmējiem.

Šī skolotāja grāmata sastāv no trim galvenajām daļām:

- pirmajā no tām ir izskaidrots bērniem sagatavotā Biznesa modeļa kanvas saturs ar skaidrām norādēm par to, kā bērniem skaidrot šos jēdzienus,
- otrajā ir ziņots par dažām praktiskām un interaktīvām spēlēm, kuras var spēlēt arī klasē, lai bērni varētu labāk apgūt nodotās zināšanas,
- un trešā iepazīstina ar metodoloģiju, kas tiks izmantota darbā ar bērniem, un tā ietver virkni strukturētu pasākumu, kuros tiks izmantotas zināšanas un rīki, lai bērni varētu labāk izmantot visu savu uzņēmējdarbības potenciālu.

2. E4KIDS KANVAS

Biznesa modeļa kanvas ir stratēģiskās vadības veidne, ko izmanto jaunu biznesa modeļu izstrādei un esošo biznesa modeļu dokumentēšanai.¹ Tās piedāvā vizuālu diagrammu ar elementiem, kas apraksta uzņēmuma vai produkta vērtības piedāvājumu, infrastruktūru, klientus un finanses, palīdzot uzņēmumiem saskaņot to darbību, ilustrējot iespējamus kompromisus.

Tā pamatā ir deviņi "*celtniecības bloki*", kas definē šablonu, kuru sāka dēvēt par Biznesa modeļa kanvu, ko 2005. gadā sākotnēji ierosināja Aleksandrs Ostervalders (*Alexander Osterwalder*), pamatojoties uz savu doktora darbu par biznesa modeļu principiem, ko vadīja Īvs Pignērs (*Yves Pigneur*).²

Biznesa modeļa kanvas ir rīks, ko uzņēmumi izmanto, lai palīdzētu plānot un vizualizēt savu darbību. Skaidrojot šo jēdzienu bērniem, var būt nepieciešama vienkāršošana un radoši piemēri, lai padarītu to saprotamu, tāpēc var būt nepieciešams ievērot dažus pamata soļus:

- sākt ar pamatiem: pirms iepazīstināt ar Biznesa modeļa kanvu, ir svarīgi pārlicināties, ka bērniem ir pamatizpratne par to, kas ir uzņēmums un ar ko tas nodarbojas. Jūs varat paskaidrot, ka *uzņēmums ir organizācija, kas pārdod produktus vai pakalpojumus klientiem, lai pelnītu naudu*;
- izmantot radošus piemērus: lai palīdzētu bērniem izprast dažādus Biznesa modeļa kanvas elementus, varat izmantot radošus piemērus, kas saistīti ar viņu pašu pieredzi. Piemēram, jūs varat izmantot *limonādes stendu* kā uzņēmējdarbības piemēru un paskaidrot, kā uz to attiecas katrs Biznesa modeļa kanvas elements;
- izskaidrot dažādus elementus: biznesa modeļa kanvai ir **deviņi dažādi elementi**, tostarp klientu segmenti, vērtības piedāvājums, kanāli, attiecības ar klientiem, ieņēmumu plūsmas, galvenās darbības, galvenie resursi, galvenās partnerības un izmaksu struktūra. Jūs varat izskaidrot katru elementu vienkāršā valodā un izmantot piemērus, kas attiecas uz limonādes stendu vai citiem uzņēmumiem, kurus bērni pazīst.

Lai būtu efektīvāk un radītu vienkāršāku modeli, mēs esam sagrupējuši deviņus lodziņus četros, kā parādīts diagrammā, un esam:

- 1) KO
- 2) KAS
- 3) KĀ
- 4) CIK DAUDZ

¹ Barquet, Ana Paula B., et al. "Business model elements for product-service system". Functional Thinking for Value Creation. Springer Berlin Heidelberg, 2011.

² Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves; Clark, Tim (2010). Business Model Generation: A Handbook For Visionaries, Game Changers, and Challengers. Strategyzer series. Hoboken, NJ.

- veicināt **kritisko domāšanu**: bērniem kļūstot vecākiem, varat mudināt viņus kritiskāk domāt par Biznesa modeļa kanvu un to, kā to var piemērot dažādiem uzņēmumiem. Jūs varat uzdot jautājumus, piemēram, "Kā jūs varētu mainīt savu limonādes stendu, lai tas kļūtu rentablāks?" vai "Kādi ir citi uzņēmumi, kuros varētu izmantot Biznesa modeļa kanvu?".
- **saglabāt jautrību**: mācīšanās par uzņēmējdarbības modeļiem var būt nopietna tēma, taču ir svarīgi, lai bērniem tā būtu saistoša un jautra. Jūs varat izveidot spēli, izveidojot biznesa modeļa kanvu limonādes stendam, vai aicināt bērnus nākt klajā ar radošām biznesa idejām un modeļiem.

Kopumā biznesa modeļa kanvas skaidrošana bērniem var palīdzēt viņiem attīstīt svarīgas dzīves prasmes un izpratni par to, kā darbojas uzņēmumi. Vienkāršojot jēdzienus un izmantojot saprotamus piemērus, jūs varat palīdzēt bērniem izprast uzņēmējdarbības plānošanas un stratēģijas pamatus.

E4KIDS Kanvas

PROJECT NAME:		ENTREPRENEUR'S NAME:		
WHO can help you? Strategic alliances 	HOW would you do it? Key activities 	WHAT do you want to do? Value proposal 	How do you INTERACT? Customer's relationships 	WHO IS IT FOR? Customer's segments
HOW?		WHAT?		WHO?
	¿ What YOU WILL NEED? Key resources 	 ¡Start from here!	¿ How you will DELIVER it? Distribution channels 	
HOW MUCH WILL IT COST? Cost structure 		HOW MUCH?		
		WHAT WILL YOU GAIN from it? Revenues/profits 		

2.1. KO?

Vērtības piedāvājums

"BIZNESA IDEJA IR KĀDA CILVĒKA PROBLĒMAS RISINĀŠANA PAR NAUDU"

Vērtības piedāvājums ir **unikāls piedāvājums, ko jūsu uzņēmums sniedz klientiem**. Šis piedāvājums var būt **fizisks produkts vai pakalpojums**. Svarīgi un būtiski ir tas, ka produktam/pakalpojumam ir jābūt **izdevīgam klientiem, atrisinot kādu no viņu problēmām**.

Problēmas (sāpes), kuras varētu tikt uzskatītas par risināmām ar jūsu produktu un pakalpojumu.

Apsveriet no klientu viedokļa problēmu (sāpes), ko jūs gatavojaties atrisināt ar savu produktu un pakalpojumiem:

Vajadzības - klientu vajadzības. Nemiet vērā gan vajadzības, kuras klienti apzinās (*vajadzība atrisināt problēmu vai mazināt sāpes*). Taču apzinieties arī vajadzības, kuras klienti, iespējams, neapzinās ("*latentās vajadzības*"). Jūs varat būt tas, kurš viņiem parādīs, kādas jaunas lietas viņi var izmantot, lai gūtu labumu.

Vēlmes - klientu vēlmes ir tas, ko klienti vēlas, lai viņiem būtu, vai kādi viņi vēlas būt. Uzskatiet šīs vēlmes par klientu problēmām, kuras jūs varat viņiem palīdzēt atrisināt.

Bailes - apsveriet arī bailes, kas varētu atturēt klientus iegādāties vai izmantot jūsu produktu un pakalpojumus. Tās var būt bailes pāriet no produkta, ko viņi jau izmanto, bailes no nezināmā, bailes no kolēģu sprieduma utt.

Vērtība klientam (ieguvumi)

Vērtībai, ko piedāvājat saviem klientiem, ir **jāpārliecina klienti, ka viņi gūs labumu no jūsu produkta vai pakalpojuma iegādes**. Klientiem jābūt gataviem maksāt par jūsu piedāvāto produktu un pakalpojumiem.

Vērtības piedāvājumam jābūt skaidram un pārliecinošam, lai tas pārliecinātu potenciālos klientus iegādāties jūsu produktu un pakalpojumus.

Izpratne par savu produktu un pakalpojumu (funkcijas)

Katrs **produkts** un pakalpojums ir izstrādāts īpašā veidā. Jums ir jāsaprot, kādas ir jūsu produkta un pakalpojumu **īpašības**:

Kā tas darbojas?

Kā tas tiks izmantots?

Ko tas var darīt?

Atcerieties, ka viss vērtības piedāvājums ir ne tikai izstrādātais produkts, bet arī **pakalpojumi, ko** sniežat saviem klientiem. Tādējādi klienti gūs labumu ne tikai no produkta, bet arī no pakalpojumiem, ko jūs sniežat kopā ar produktu, piemēram, piegāde, sniegtā informācija, produkta uzturēšana utt.

Šādā veidā domājiet par **visu klienta pieredzi**, iegādājoties un izmantojot jūsu produktu un pakalpojumus. Padomājiet par **sajūtām, ko** klienti izjutīs (*vai ko vajadzētu izjust*), izmantojot jūsu produktus un pakalpojumus.

(Kopsavilkums) Uz dodiet šādus jautājumus, lai apstiprinātu savu vērtības piedāvājumu.

- Kādu **problēmu** jūsu produkts vai pakalpojums risina klientam?
 - Kāda ir jūsu risināmā problēma/sāpes?
 - Kādas ir klientu vajadzības un vēlmes?
 - Kam ir sāpes (kas ir potenciālie klienti)?
- Kā problēma, ko risināt, ir **atrisināta tagad**?
 - Vai jūs piedāvājat labāku risinājumu vai alternatīvu, nekā jau ir pieejama?
- Cik lielu **labumu** klients **gūs** no jūsu produkta vai pakalpojuma izmantošanas?
 - Cik liela un sāpīga ir problēma?
 - Vai jūsu produkts un pakalpojumi ir pieprasīti?
- Ar kādām produkta un pakalpojumu **īpašībām** es pārliecināšu klientus tos iegādāties?
 - Ko dara jūsu produkts un pakalpojumi?
 - Kādas ir galvenās funkcijas, ko klienti var izmantot?
 - Kādu pieredzi un sajūtas jūsu klienti gūs, izmantojot jūsu produktu un pakalpojumus?
 - Vai kopā ar savu produktu sniežat attiecīgus pakalpojumus?
- Vai klienti būs **gatavi maksāt** par produktu/pakalpojumu, ko vēlos piedāvāt?
 - Vai jūsu piedāvājums ir pārliecinošs, lai pārliecinātu potenciālos klientus?
 - Kas varētu kavēt vai demotivēt potenciālos klientus iegādāties jūsu produktu un pakalpojumus?

SKOLOTĀJA PERSPEKTĪVA

PIEZĪME: Lai vienkāršotu, jūs varat uzskatīt Vērtības piedāvājumu galvenokārt kā uzņēmuma produktus un pakalpojumus. Bet neaizmirstiet, kas ir svarīgi un kāpēc mēs to saucam par "vērtības piedāvājumu". Tas nav par produkta vai pakalpojuma tehniskajiem aspektiem, bet gan par piedāvājumu, kuru jūs kā uzņēmējs izdarāt potenciālajiem klientiem, lai pārliecinātu viņus iegādāties jūsu produktu = samaksāt par to. Atcerieties arī, ka tas ir tikai pirmais posms biznesa idejas izstrādē (Biznesa Modeļa Kanva). Tātad mērķis ir pārbaudīt, vai bērniem ir vispārīga izpratne par vērtības piedāvājumu un vai viņi saprot savu produktu, viņiem ir pirmā ideja par klientiem; un ka aiz biznesa idejas ir potenciāls sniegt labumu klientiem. Nemiet vērā, ka tas ir sākuma punkts un ka biznesa ideja tiks izstrādāta sīkākās detaļās un var būt nepieciešamas izmaiņas, sastopoties ar turpmākiem jautājumiem par klientu segmentu (Kas), ražošanas jautājumu (Kā) un izmaksu jautājumu (Cik daudz).

Lai iegūtu sīkāku informāciju par to, kā turpināt klasē, skatiet zemāk esošo Spēļu un aktivitāšu nodaļu.

2.2. KAS?

Klients ir persona, kas kaut ko pērk no uzņēmuma. Klienti ir svarīgi uzņēmumiem, jo, ja neviens nepirktu to produktus vai pakalpojumus, tie neiegūtu peļņu un būtu jāslēdz.

Uzņēmumiem ir jāpazīst savi klienti, lai pārdotu viņiem to, kas viņiem nepieciešams un ko viņi vēlas. Uzņēmumi to var izdarīt, pētot un iepazīstot cilvēkus, kuri varētu būt ieinteresēti to produktos vai pakalpojumos.

Uzņēmumiem var būt dažādi **klientu veidi**. Daži klienti var būt privātpersonas, bet citi - citi uzņēmumi vai organizācijas.

Uzņēmumi var izmantot dažādas **stratēģijas, lai piesaistītu klientus**, piemēram, zemas cenas, reklāmu un mārketingu, kā arī labu klientu apkalpošanu.

- **Kā jūs mijiedarbosieties?**

Attiecības ar klientiem ir veids, kā uzņēmums mijiedarbojas un sazinās ar saviem klientiem. Uzņēmumiem ir svarīgi uzturēt labas attiecības ar klientiem, lai klienti vēlētos turpināt pirkt produktus vai pakalpojumus no uzņēmuma.

Kā uzņēmumi var veidot attiecības ar klientiem?

To var darīt dažādos veidos, piemēram, izmantojot klientu apkalpošanu, reklāmu un mārketingu, klientu apmierinātību un klientu atsauksmes.

- **Klientu apkalpošana:** Ja klientam rodas jautājums vai problēma, uzņēmums var palīdzēt to ātri un efektīvi atrisināt, kas palīdz veidot labas attiecības ar klientiem.

- **Reklāma un mārketingis:** uzņēmumi var popularizēt savus produktus vai pakalpojumus, izmantojot reklāmas un reklāmas kampaņas, kas palīdz veidot izpratni par uzņēmumu un piesaistīt jaunus klientus.

- **Klientu apmierinātība:** Ja klients ir apmierināts ar produktu vai pakalpojumu, ir lielāka iespēja, ka viņš to iegādāsies arī nākotnē. Tāpēc uzņēmumiem jādara viss iespējams, lai nodrošinātu, ka klienti ir apmierināti ar to produktiem vai pakalpojumiem.

- **Klientu atsauksmes:** Ja klients sniedz atsauksmes vai komentārus par produktu vai pakalpojumu, uzņēmums var izmantot šo informāciju, lai uzlabotu un pielāgotu savus produktus vai pakalpojumus klienta vajadzībām.

- **Kam tas ir paredzēts?**

- **Klientu segmentācija** ir veids, kā sagrupēt cilvēkus, kuri pērk uzņēmuma produktus vai pakalpojumus, dažādās kategorijās. Atceraties, kā skolā ir dažādas klases vai klašu grupas? Tas ir līdzīgi, bet klašu vietā ir cilvēku grupas ar līdzīgām īpašībām.

Piemēram, pieņemsim, ka uzņēmums pārdod rotaļlietas. Daži bērni var būt mazāki un interesēties par mīkstajām rotaļlietām un pildītiem dzīvniekiem, bet citi var būt vecāki un interesēties par elektroniskajām spēlēm. Uzņēmums varētu iedalīt savus klientus divās grupās: tie, kam patīk mīkstās rotaļlietas, un tie, kam patīk elektroniskās spēles. Katrai grupai būtu atšķirīgas vajadzības un vēlmes, un uzņēmums varētu pielāgot savus produktus un pakalpojumus, lai vislabāk apmierinātu to vajadzības.

Varam grupēt klientus pēc dažādiem kritērijiem. Daži no tiem ir izskaidroti turpmāk:

- **Vecums:** mēs varam grupēt klientus atkarībā no viņu vecuma. Piemēram, varam izveidot sadaļu bērniem, jauniešiem un pieaugušajiem. Kura sadaļa, jūsuprāt, jums būtu vispiemērotākā?

- **Interesi:** Mēs varam arī sagrupēt klientus pēc tā, ko viņi labprāt dara. Piemēram, mēs varam izveidot sadaļu tiem, kam patīk sports, citu - tiem, kam patīk mūzika, un vēl citu - tiem, kam patīk lasīt. Kurā sadaļā jūs vēlētos būt?

- **Atrašanās vieta:** Mēs varam sagrupēt klientus pēc to dzīvesvietas. Piemēram, mēs varam izveidot sadaļu tiem, kas dzīvo pilsētā, citu sadaļu tiem, kas dzīvo laukos, un vēl vienu sadaļu tiem, kas dzīvo pludmalē. Kur jums patīk būt?

- **Pirkšanas uzvedība:** Mēs varam sagrupēt klientus pēc tā, ko viņi pērk. Piemēram, mēs varam izveidot vienu sadaļu tiem, kas pērk sporta apģērbu, citu - tiem, kas pērk grāmatas, un vēl citu - tiem, kas pērk videospēles. Kādas lietas jums patīk pirkt visvairāk?

Atcerieties, ka šie ir tikai daži segmentācijas kritēriju piemēri. Uzņēmumi var izmantot dažādus kritērijus, lai segmentētu savus klientus un tādējādi piedāvātu viņiem produktus un pakalpojumus, kas labāk atbilst viņu vajadzībām un gaumei.

Īsāk sakot, klientu segmentācija ir veids, kā sagrupēt cilvēkus, kuri pērk uzņēmuma produktus vai pakalpojumus, dažādās kategorijās, pamatojoties uz viņu vajadzībām un vēlmēm. Tas palīdz uzņēmumam labāk izprast savus klientus un piedāvāt tiem produktus un pakalpojumus, kas ir pielāgoti viņu vajadzībām.

- **Kā jūs to nodrošināsiet?**

Sadales kanāli ar klientiem ir svarīga uzņēmuma uzņēmējdarbības modeļa daļa.

Tie ir veids, kā uzņēmums piedāvā savus produktus vai pakalpojumus klientiem. Uzņēmumiem ir svarīgi, lai tiem būtu labi izplatīšanas kanāli, lai klienti varētu viegli un ērti iegādāties uzņēmuma produktus vai pakalpojumus.

Iedomājieties, ka jums ir rotaļlietu veikals un jūs vēlaties pārdot savus produktus plašai auditorijai. Kā jūs to varat izdarīt? Viens no veidiem ir pārdot preces tieši klientiem, kas ierodas jūsu veikalā. Bet ko darīt, ja ir cilvēki, kuri dzīvo tālu vai nevar ierasties jūsu veikalā?

Tieši šeit ir izplatīšanas kanāli. Izplatīšanas kanāls ir produkta ceļš no ražotāja līdz galapatērētājam. Tā ir kā ķēde, kas savieno ražotāju ar patērētāju.

Ir daudz **izplatīšanas kanālu veidu**, šeit ir daži no tiem:

- **Tiešā pārdošana:** kā jau minēts, tā ir pārdošana tieši klientiem, kas ierodas jūsu veikalā.
- **Fiziskie veikali:** tie ir veikali, kas pērk jūsu produktus, lai tos pārdotu saviem klientiem. Piemēram, universālveikals vai rotaļlietu veikals citā vietā.
- **Pārdošana tiešsaistē:** tā ir pārdošana internetā. Klienti var iegādāties no jūsu tīmekļa vietnes vai tiešsaistes tirdzniecības vietas, piemēram, Amazon.
- **Vairumtirgotāji** - uzņēmumi, kas pērk lielu daudzumu jūsu produktu tālākpārdošanai citiem uzņēmumiem vai mazumtirgotājiem.
- **Izplatītāji:** tie ir uzņēmumi, kas pērk jūsu produktus un pārdod tos mazumtirdzniecības veikaliem.

Katram izplatīšanas kanālam ir savas priekšrocības un trūkumi, un tas var būt piemērotāks dažādās situācijās. Piemēram, pārdošana tiešsaistē var būt ērta, lai sasniegtu attālākus klientus, bet var būt sarežģīta gados vecākiem cilvēkiem, kuri nezina, kā iepirkties tiešsaistē.

Kopumā izplatīšanas kanāli ir svarīgs veids, kā jūsu produkti nonāk pie klientiem. Ir svarīgi izvēlēties pareizos kanālus, lai sasniegtu pēc iespējas vairāk cilvēku.

2.3. KĀ?

Nākamajā nodaļā mēs izpētīsim, kā bērniem saprotamā valodā izskaidrot uzņēmējdarbības uzsākšanas koncepciju. Mēs saprotam, ka ne tikai skolotājiem, bet arī bērniem ir jāsaprot pamata valoda, lai izskaidrotu dažādus uzņēmējdarbībā lietotos terminus. Mēs aplūkosim dažādus uzņēmējdarbības uzsākšanas aspektus, piemēram, problēmas identificēšanu, risinājuma atrašanu, biznesa plāna izveidi, mērķu noteikšanu, mārketingu un pārdošanu. Mēs izskaidrosim šos jēdzienus vienkāršākos terminos, sadalot sarežģītas idejas bērniem saprotamos gabaliņos.

Mūsu mērķis ir nodrošināt skolotājus ar nepieciešamajiem rīkiem, lai mācītu bērniem par uzņēmējdarbību un iedvesmotu viņus būt inovatīviem un radošiem problēmu risināšanā. Šīs nodaļas beigās gan skolotāji, gan bērni labāk sapratīs, kas ir nepieciešams, lai uzsāktu uzņēmējdarbību, kādi soļi ir jāveic un kā šos jēdzienus piemērot reālās dzīves scenārijos.

SKOLOTĀJA PERSPEKTĪVA

Paskaidrojiet bērniem: "Sākt savu biznesu nozīmē radīt kaut ko tādu, ko var pārdot citiem, piemēram, limonādi vai cepumus. Tas ir kā savs mazs veikaliņš, pie kura var strādāt un redzēt, kā tas izaug par kaut ko pārsteidzošu! Tas var būt ļoti jautri, un, pelnot naudu, jūs varat iemācīties jaunas lietas. Viena no labākajām lietām, uzsākot savu uzņēmējdarbību, ir tā, ka jūs varat būt radošs un neatkarīgs. Jūs varat nākt klajā ar savām idejām un īstenot tās. Jūs varat būt sava projekta vadītājs un pieņemt visus lēmumus. Uzsākot uzņēmējdarbību, jums ir jāatbild uz vairākiem jautājumiem. Atbildēt uz šādiem jautājumiem: "Kas var jums palīdzēt?", "Kā jūs to darītu?" un "Kas jums būs nepieciešams?" var palīdzēt jums noskaidrot, kas jums ir jāiegādājas, piemēram, tasītes limonādei vai sastāvdaļas cepumiem, un par cik jūs varat tās pārdot. Tāpat jums ir jādomā, kā jūs pastāstīsiet cilvēkiem par savu uzņēmējdarbību. To sauc par mārketingu. Jūs varat pastāstīt cilvēkiem, izgatavojot izkārtnes vai lūdzot vecākus palīdzēt jums pastāstīt saviem draugiem."

Kādi ir daži veidi, kā skolotāji var palīdzēt bērniem īstenot viņu biznesa idejas?

Skolotāji var palīdzēt bērniem īstenot viņu biznesa idejas vairākos veidos. Viņi var sniegt norādījumus un padomus par to, kā vadīt uzņēmumu, iemācīt bērniem jaunas prasmes, nodrošināt resursus, piemēram, grāmatas un tīmekļa vietnes, lai uzzinātu vairāk par uzņēmējdarbības uzsākšanu, un iepazīstināt bērnus ar citiem cilvēkiem, kuri varētu viņiem palīdzēt, piemēram, citiem uzņēmumu īpašniekiem vai savas jomas ekspertiem.

Skolotāji var arī sniegt atgriezenisko saiti par bērnu biznesa idejām, palīdzēt bērniem pilnveidot idejas un izstrādāt plānu, kā tās īstenot, kā arī ieteikt, kā uzlabot produktus vai pakalpojumus vai padarīt tos pievilcīgākus potenciālajiem klientiem.

Dažos gadījumos skolotāji var palīdzēt bērniem sazināties ar citiem cilvēkiem, kuri var palīdzēt viņiem viņu uzņēmējdarbībā. Piemēram, skolotājs var pazīt kādu vietējo uzņēmēju, kurš var sniegt bērnam padomu vai mentoringu. Viņi var arī spēt

ie pazīstināt bērnus ar citiem skolēniem, kuri ir ieinteresēti uzsākt savu uzņēmējdarbību.

SKOLOTĀJA PERSPEKTĪVA

"Paskaidrojiet bērniem šādu informāciju" ir pamudinājums vai norādījums, lai sniegtu bērniem informāciju skaidrā un kodolīgā veidā. Skaidrojot informāciju bērniem, ir svarīgi izmantot vienkāršu valodu un piemērus, ko viņi var viegli saprast. Sadalot sarežģītu informāciju mazākos, vieglāk saprotamos gabaliņos, bērni var saprast galvenos jēdzienus un labāk izprast tematu.

Kas jums var palīdzēt?: Kas var palīdzēt: Uzņēmējdarbības uzsākšana ir liels piedzīvojums, taču tas nav jādara vienam. Jums var palīdzēt dažādi cilvēki, tostarp vecāki, draugi un skolotāji, kas var kļūt par jūsu biznesa partneriem.

Skolotāji: Skolotāji ir lieliski resursi, uzsākot uzņēmējdarbību. Viņi var sniegt norādījumus un padomus par to, kā vadīt uzņēmumu, un iemācīt jaunas prasmes. Viņi var palīdzēt jums izstrādāt plānu, kā pārdot produktu, vai iemācīt, kā produktu izgatavot. Skolotāji var arī nodrošināt resursus, piemēram, grāmatas, tīmekļa vietnes un citus materiālus, kas palīdzēs jums uzzināt vairāk par uzņēmējdarbības uzsākšanu. Viņi var arī iepazīstināt jūs ar citiem cilvēkiem, kuri varētu jums palīdzēt, piemēram, citiem uzņēmumu īpašniekiem vai savas jomas ekspertiem. Viens no veidiem, kā saņemt palīdzību no skolotāja, ir lūgt viņam padomu. Jūs varat pastāstīt viņiem par savu biznesa ideju un lūgt viņu viedokli. Viņi, iespējams, varēs sniegt ieteikumus, kā padarīt jūsu ideju vēl labāku, vai ieteikt, ko darīt tālāk. Vēl viens veids, kā saņemt palīdzību no skolotāja, ir lūgt viņam atgriezenisko saiti. Parādiet viņiem savu darbu vai pastāstiet par paveikto un pajautāiet viņu viedokli. Iespējams, viņi varēs jums izteikt konstruktīvu kritiku vai palīdzēt izdomāt, ko darīt tālāk. Skolotāji var arī nodrošināt bērniem iespēju praktizēt savas uzņēmējdarbības prasmes. Piemēram, viņi var organizēt skolas gadatirgu, kurā bērni var pārdot savus produktus vai pakalpojumus. Tas var būt lielisks veids, kā bērniem iegūt pieredzi pārdošanā, mārketingā un klientu apkalpošanā.

Vecāki: Vecāki un skolotāji var palīdzēt jums uzsākt uzņēmējdarbību. Viņi var sniegt jums padomu un atbalstu, kā arī palīdzēt jums izveidot savu biznesa modeļa kanvu. Viņi var arī palīdzēt jums praktizēt savu produktu izgatavošanu vai pārdošanu. Vecāki var būt ļoti noderīgi, uzsākot uzņēmējdarbību. Viņi var sniegt jums padomu un atbalstu un pat palīdzēt ar finansēm. Piemēram, vecāki var dot jums naudu uzņēmējdarbības uzsākšanai vai palīdzēt izveidot budžetu. Viņi var arī palīdzēt jums izplatīt informāciju par jūsu uzņēmumu, pastāstot par to saviem draugiem un ģimenei. Vecāki var arī sniegt jums emocionālu atbalstu un iedrošinājumu, kas ir svarīgi, uzsākot uzņēmējdarbību. Iespējams, jums ir šaubas vai bailes, bet tas, ka ir kāds, kas jūs uzmundrina, var ļoti palīdzēt. Vecāki var būt jums līdzās, kad jums ir nepieciešams kāds, ar ko aprunāties, vai kad jums ir nepieciešams neliels pārliecības uzmundrinājums.

Vietējo uzņēmumu īpašnieki: Vietējo uzņēmumu īpašnieki arī var būt lielisks resurss. Viņi var sniegt padomus, dalīties pieredzē un palīdzēt jums iepazīties ar citiem savas jomas pārstāvjiem. Viņi var arī iepazīstināt jūs ar citiem resursiem, piemēram, tīklošanas grupām vai uzņēmējdarbības asociācijām.

Mentors: Uzņēmējdarbības uzsākšanai var palīdzēt arī citi cilvēki. Mentors ir persona, kas var jums sniegt zināšanas par uzņēmējdarbības vadīšanu. Viņš var palīdzēt jums izveidot biznesa modeļa audumu un iemācīt, kā pārdot savus produktus. Jums var palīdzēt arī jūsu apkārtnes uzņēmumu īpašnieki. Viņi var dalīties savā pieredzē un sniegt jums padomu.

Draugi un ģimene: Vai zinājāt, ka jūsu draugi un ģimenes locekļi var būt arī jūsu biznesa partneri? Tā ir taisnība! Ja kādam no jūsu paziņām arī ir lieliska biznesa ideja, jūs varat apvienoties un sākt kopīgu uzņēmējdarbību.

Tas var atvieglot saziņu un sadarbību, jo jūs jau zināt viens otra stiprās un vājās puses. Jūs varat arī dalīties savās idejās un kopīgi rīkot prāta vētras, kas var novest pie vēl labākām idejām. Vēl viens ieguvums, strādājot kopā ar draugiem un ģimenes locekļiem, ir tas, ka jūs varat sadalīt darbu. Piemēram, ja vienam labi padodas produktu ražošana, bet otram - pārdošana, jūs varat katrs koncentrēties uz savām stiprajām pusēm un strādāt kopā, lai jūsu bizness būtu veiksmīgs. Darbs kopā ar draugiem un ģimenes locekļiem var būt arī lielisks veids, kā kopā izklaidēties. Jūs varat strādāt pie savas biznesa idejas, vienlaikus pavadot laiku kopā ar cilvēkiem, ar kuriem jums patīk būt kopā. Tas var padarīt šo procesu patīkamāku, kā arī radīt lieliskas atmiņas.

Kā skolotājam vajadzētu mudināt skolēnus domāt radoši un nākt klajā ar unikālām idejām saviem uzņēmumiem. Viņiem būtu jāvada skolēni, izstrādājot mārketinga plānu, kas ietver logotipa un nosaukuma izveidi, plakātu vai brošūru izgatavošanu, videoklipu veidošanu, paraugu dalīšanu, piedalīšanos vietējos pasākumos un sociālo plašsaziņas līdzekļu izmantošanu, lai popularizētu savu uzņēmumu. Svarīgi ir arī uzsvērt, cik svarīgi ir labas manieres un pieklājība pret klientiem, pārdodot savus produktus. Turklāt skolotājiem vajadzētu ieteikt skolēniem padomāt par resursiem, kas viņiem būs nepieciešami, piemēram, materiāli, iepakojums, skrejlapas un plakāti, sociālie plašsaziņas līdzekļi, vizītkartes, pārdošanas rīki un transports, lai veiksmīgi pārdotu un reklamētu savus produktus.

SKOLOTĀJA PERSPEKTĪVA

"Paskaidrojiet bērniem šādu informāciju" ir pamudinājums vai norādījums, lai sniegtu bērniem informāciju skaidrā un kodolīgā veidā. Skaidrojot informāciju bērniem, ir svarīgi izmantot vienkāršu valodu un piemērus, ko viņi var viegli saprast. Sadalot sarežģītu informāciju mazākos, vieglāk saprotamos gabaliņos, bērni var saprast galvenos jēdzienus un labāk izprast tēmu.

Kā jūs to darītu?: Jums ir lieliska biznesa ideja, un jūs vēlaties to pārdot cilvēkiem. Tas ir lieliski! Pārdot savu produktu vai pakalpojumu nozīmē pastāstīt par to cilvēkiem un pārliecināt viņus to iegādāties. To sauc par mārketingu, un ir daudz veidu, kā to darīt. Apskatīsim dažas galvenās darbības, ko varat veikt, lai popularizētu savu biznesa ideju.

Izveidojiet sava uzņēmuma logotipu un nosaukumu: Logotips ir simbols vai attēls, kas simbolizē jūsu uzņēmumu, un nosaukums ir tas, kā jūs saucat savu uzņēmumu. Piemēram, Nike logotips ir svītra, un uzņēmuma nosaukums ir "Nike". Logotipa un nosaukuma izveide var palīdzēt cilvēkiem atpazīt un atcerēties jūsu uzņēmumu. Ir svarīgi izvēlēties nosaukumu un logotipu, kas ir viegli iegaumējami un atspoguļo jūsu uzņēmuma būtību.

Izveidojiet plakātu vai brošūru: Izveidojiet plakātu vai brošūru, lai parādītu cilvēkiem, kas ir jūsu uzņēmums. Jūs varat izmantot attēlus un vārdus, lai paskaidrotu, ko pārdodat un kāpēc cilvēkiem tas būtu jāpērk. Jūs varat izvietot tos savā apkārtnē vai izdalīt pazīstamiem cilvēkiem.

Pastāstiet cilvēkiem par savu uzņēmumu: Viens no vienkāršākajiem veidiem, kā popularizēt savu uzņēmumu, ir pastāstīt par to cilvēkiem. Runājiet ar draugiem, ģimeni un kaimiņiem par to, ko pārdodat. Jūs varat arī publicēt informāciju par to sociālajos plašsaziņas līdzekļos vai izveidot tīmekļa vietni.

Izveidojiet videoklipu: Videoklips ir lielisks veids, kā parādīt cilvēkiem, kas ir jūsu uzņēmums. Varat izveidot īsu videoklipu, kurā parādīts jūsu produkts vai pakalpojums, un publicēt to YouTube vai sociālajos plašsaziņas līdzekļos.

Izsniedziet paraugus: Cilvēkiem patīk izmēģināt lietas, pirms tās iegādāties. Produkta paraugu izsniegšana ir lielisks veids, kā ieinteresēt cilvēkus par to, ko pārdodat. Piemēram, ja jūs pārdodat cepumus, jūs varētu izdalīt bezmaksas cepumus cilvēkiem, kas iet garām jūsu stendam.

Piedalieties vietējos pasākumos: Daudzās kopienās notiek vietējie pasākumi, piemēram, gadatirgi, zemnieku tirgi vai festivāli. Šie pasākumi var būt lieliska iespēja popularizēt savu uzņēmumu. Jūs varat izveidot stendu vai stendu un pārdot savu produktu vai pakalpojumu vai vienkārši izdalīt brošūras un paraugus.

Sadarbojieties ar citiem uzņēmumiem: Sadarbība ar citu uzņēmumu var būt lielisks veids, kā popularizēt savu uzņēmumu. Piemēram, ja pārdodat limonādi, varat sadarboties ar vietējo maiznīcu un kopā ar limonādi pārdot arī tās cepumus. Šādā veidā jūs abi iegūsiat vairāk klientu un varēsiet reklamēt viens otra uzņēmējdarbību.

Izmantojiet sociālos medijus: Sociālie mediji ir lielisks veids, kā popularizēt savu uzņēmumu plašākai auditorijai. Varat izveidot sava uzņēmuma Facebook lapu, Instagram kontu vai Twitter profilu un publicēt atjauninājumus, attēlus un videoklipus par to, ko pārdodat. Varat arī izmantot sociālos plašsaziņas līdzekļus, lai sazinātos ar klientiem un atbildētu uz viņu jautājumiem.

Izveidojiet ieteikumu programmu: Izveidojiet ieteikumu programmu, lai mudinātu klientus pastāstīt saviem draugiem par jūsu uzņēmumu. Jūs varat viņiem piedāvāt atlaidi vai bezmaksas produktu, ja viņi atsauks kādu, kas iegādājas jūsu uzņēmumā. Tas ir lielisks veids, kā iegūt vairāk klientu un saglabāt pašreizējo klientu apmierinātību.

Produkta pārdošana: Ir daudz veidu, kā pārdot produktu. Viens no veidiem ir pārdot to veikalā. Veikals ir vieta, kur cilvēki ierodas, lai iegādātos nepieciešamās vai vēlamās lietas. Jūs varat lūgt veikala īpašniekam, vai viņš ļaus jums izvietot savu produktu veikala plauktos, lai to pārdotu klientiem. Cits veids, kā pārdot savu produktu, ir uzstādīt galdu vai stendu tirgū vai gadatirgū. Tirgū vai gadatirgū daudzi cilvēki nāk, lai apskatītu, ko pārdod citi. Jūs varat uzstādīt galdu vai stendu un parādīt savu produktu garāmgājējiem. Varat pat aprunāties ar cilvēkiem un pastāstīt viņiem vairāk par savu produktu. Ja tas viņiem patīk, viņi, iespējams, to no jums iegādāsies.

Savu produktu varat pārdot arī tiešsaistē: Tiešsaistē tas nozīmē, ka jūs izmantojat datoru, lai parādītu savu produktu cilvēkiem visā pasaulē. Jūs varat izveidot tīmekļa vietni vai izmantot tīmekļa vietni, kas palīdz pārdot produktus, piemēram, Amazon vai Etsy. Jūs varat nofotografēt savu produktu un publicēt to tiešsaistē kopā ar aprakstu. Tad cilvēki var apskatīt jūsu produktu un izlemt, vai vēlas to iegādāties. Neatkarīgi no tā, kur jūs pārdodat savu produktu, ir svarīgi, lai jums būtu labas manieres un pieklājība pret klientiem. Kad satiekat kādu, kurš vēlas iegādāties jūsu produktu, varat sasveicināties un pasmaidīt. Jūs varat pateikt viņiem produkta cenu un pajautāt, vai viņiem ir kādi jautājumi. Ja viņi nolemj iegādāties jūsu produktu, varat pateikt "paldies" un iedot viņiem produktu. Produkta pārdošana ir svarīga uzņēmējdarbības daļa. Tā jūs pelnāt naudu un panākat, ka par jūsu produktu uzzina vairāk cilvēku. Tikai atcerieties būt draudzīgi un pieklājīgi, kā arī ar prieku parādīt cilvēkiem, ko esat radījuši!

Kas jums būs nepieciešams?: Ja vēlaties pārdot un reklamēt savu produktu, jums varētu būt nepieciešami daži resursi. Tas ir atkarīgs no jūsu biznesa idejas, bet šeit ir daži **piemēri, kas jums varētu būt nepieciešami:**

Izstrādājums: Vispirms jums ir nepieciešams produkts, ko pārdot! Tas var būt kaut kas, ko pats izgatavojat, piemēram, mākslas vai amatniecības darbs, vai arī kaut kas, ko pārkat un pārdodat tālāk.

Materiāli: Jums būs nepieciešami materiāli, lai izgatavotu savu produktu. Piemēram, ja gatavojat rotaslietas, jums būs nepieciešamas pērlītes, auklas un aizdares. Ja veidojat mākslas darbus, jums būs nepieciešamas krāsas, otas un papīrs. Pārlicinieties, ka esat sagādājuši visu nepieciešamo, lai produkta izgatavošanas laikā jums netrūktu!

Iepakojums: Kad esat izgatavojis savu produktu, jums būs nepieciešams to iepakot, lai tas izskatītos labi un būtu viegli transportējams. Tā var būt kaste, maisiņš vai konteiners. Pārlicinieties, ka uz iepakojuma ir marķējums ar jūsu uzņēmuma nosaukumu un citu svarīgu informāciju.

skrejlapas un plakāti: Viens no veidiem, kā to izdarīt, ir izmantot skrejlapas un plakātus. Tie var būt krāsaini un uzkrītoši, ar jūsu produkta attēliem un uzņēmuma nosaukumu un kontaktinformāciju. Tos var izvietot savā apkārtnē vai vietējos veikalos.

Sociālie plašsaziņas līdzekļi: Vēl viens veids, kā popularizēt savu produktu, ir izmantot sociālos plašsaziņas līdzekļus. Tur varat dalīties ar attēliem un informāciju par savu produktu, kā arī ar jauniem vai notikumiem. Sociālos plašsaziņas līdzekļus varat izmantot arī, lai sazinātos ar potenciālajiem klientiem un citiem uzņēmumiem savā kopienā.

Vizītkartes: Ja ar cilvēkiem runājat par savu uzņēmumu klātienē, var būt noderīgi, ja jums ir vizītkarte, ko viņiem iedot. Uz tās jābūt jūsu uzņēmuma nosaukumam, jūsu vārdam un kontaktinformācijai.

Pārdošanas rīki: Atkarībā no tā, ko pārdodat, jums var būt nepieciešami daži rīki, kas palīdzēs jums veikt pārdošanu. Piemēram, ja pārdodat pārtiku, jums var būt nepieciešams galds, krēsls un kase. Ja pārdodat mākslas darbus, jums var būt nepieciešami statīvi un apgaismojums, lai izstādītu savus darbus.

Transports: Ja gatavojaties pārdot savu produktu klātienē, jums būs nepieciešams veids, kā transportēt savu produktu un citus nepieciešamos materiālus. Tas varētu būt vagonis, mugursoma vai automašīna. Atcerieties, ka šie ir tikai daži piemēri, kādi resursi jums varētu būt nepieciešami, lai pārdotu un reklamētu savu produktu. Tas viss ir atkarīgs no jūsu biznesa idejas. Pārliecinieties, ka iepriekš padomājat par to, kas jums būs nepieciešams, lai jūs varētu sagatavoties un jūsu bizness būtu veiksmīgs!

Rīki skolotājiem

Skolotāji var būt lielisks resurss bērniem, kuri vēlas uzsākt savu uzņēmējdarbību. Viņi var sniegt norādījumus un padomus par to, kā vadīt uzņēmumu, un iemācīt bērniem jaunas prasmes, kas viņiem palīdzēs gūt panākumus. Skolotāji var arī sniegt padomus un atsauksmes par bērnu biznesa idejām. Viņi var palīdzēt bērniem pilnveidot viņu idejas un izstrādāt plānu, kā tās īstenot. Viņi var arī sniegt ieteikumus, kā uzlabot produktus vai pakalpojumus vai kā tos padarīt pievilcīgākus potenciālajiem klientiem.

Dažos gadījumos skolotāji var pat palīdzēt bērniem sazināties ar citiem cilvēkiem, kuri var palīdzēt viņiem viņu uzņēmējdarbībā. Piemēram, skolotājs var pazīt kādu vietējo uzņēmēju, kurš var sniegt bērnam padomu vai mentoringu. Viņi varētu arī iepazīstināt bērnus ar citiem skolēniem, kuri ir ieinteresēti uzsākt savu uzņēmējdarbību. Viens no piemēriem, kā skolotājs palīdzēja bērnam īstenot viņa biznesa ideju, ir 11 gadus vecās Mikailas Ulmeres stāsts. Mikailai bija aizraušanās ar bitēm un medu, un viņa vēlējās uzsākt uzņēmējdarbību, pārdodot ar medu saldinātu limonādi. Skolotāja mudināja viņu piedalīties bērnu biznesa konkursā, un viņa beigu beigās uzvarēja konkursā.

60 000 ASV dolāru investīcijas viņas uzņēmumā. Ar skolotājas palīdzību Mikaila spēja pārvērst savu mīlestību pret bitēm veiksmīgā biznesā ar nosaukumu Me & the Bees Lemonade.

Vēl viens piemērs ir stāsts par 9 gadus veco Koriju Nievesu, kurš vēlējās uzsākt uzņēmējdarbību, pārdodot cepumus. Skolotāja palīdzēja viņam izpētīt receptes un izstrādāt biznesa plānu. Viņa arī palīdzēja viņam izveidot mārketinga stratēģiju un izstrādāt logotipu savam uzņēmumam, ko viņš nosauca par Cory's Cookies. Ar skolotājas atbalstu Korijš spēja pārvērst savu aizraušanos ar cepšanu veiksmīgā biznesā, ko viņš vada vēl šodien.

2.4. CIK DAUDZ?

A. Cik tas maksās?

Izmaksu struktūra attiecas uz izdevumiem, kas rodas, lai uzņēmums varētu darboties un gūt ieņēmumus. Izmaksu struktūras izpratne ir svarīga uzņēmumiem, jo tā palīdz noteikt jomas, kurās var samazināt izmaksas un palielināt rentabilitāti. Izmaksu struktūru var iedalīt divās galvenajās kategorijās: **pastāvīgās (fiksētās) izmaksas** un **mainīgās izmaksas**.

- **FIKSĒTĀS izmaksas:** tās ir izmaksas, kas nemainās neatkarīgi no saražoto preču vai pakalpojumu apjoma. Fiksēto izmaksu piemēri ir nomas maksa, algas, apdrošināšana un iekārtu uzturēšana. Šīs izmaksas parasti rodas *regulāri*, un uzņēmumiem tās ir jāmaksā neatkarīgi no tā, vai tie gūst ieņēmumus;
- **Mainīgās izmaksas:** tās ir izmaksas, kas mainās atkarībā no saražoto preču vai sniegto pakalpojumu apjoma. Mainīgo izmaksu piemēri ir izejvielas, ražošanas izmaksas un pārdošanas komisijas maksas. Šīs izmaksas *palielinās vai samazinās tieši proporcionāli ražošanas vai pārdošanas apjomam*.

Papildus pastāvīgajām un mainīgajām izmaksām uzņēmumiem ir jāņem vērā arī citi izdevumi, piemēram, **mārketinga un reklāmas izmaksas, pētniecības un attīstības izdevumi** un **nodokļi**. Šīs izmaksas uzņēmumiem ir svarīgi ņemt vērā, nosakot produktu vai pakalpojumu cenas un izstrādājot vispārējo stratēģiju.

Izprotot izmaksu struktūru, uzņēmumi var noteikt veidus, kā samazināt izmaksas un palielināt rentabilitāti. Visbeidzot, labi izstrādāta izmaksu struktūra ir būtiska uzņēmuma ilgtermiņa panākumiem un ilgtspējai.

SKOLOTĀJA PERSPEKTĪVA

Lai bērniem izskaidrotu Biznesa modeļa audekla **izmaksu struktūru**, ir svarīgi izmantot vienkāršus un bērniem saprotamus piemērus. Šeit ir sniegti daži padomi, kā izskaidrot šo koncepciju bērniem:

- Sāciet ar **pamatiem**: pirms iepazīstināt ar izmaksu struktūru, ir svarīgi, lai bērniem būtu pamatizpratne par to, kas ir uzņēmums un ar ko tas nodarbojas. Jūs varat paskaidrot, ka *uzņēmums ir organizācija, kas pārdod produktus vai pakalpojumus klientiem, lai pelnītu naudu*.

- Izmantojiet radošus **piemērus**: lai palīdzētu bērniem izprast dažādas izmaksas, kas rodas uzņēmumiem, varat izmantot radošus piemērus, kas saistīti ar viņu pašu pieredzi. Piemēram, jūs varat izmantot *limonādes stendu* kā piemēru uzņēmējdarbībai un paskaidrot, kā uz to attiecas katra izmaksu struktūra.

- Paskaidrojiet **fiksētās izmaksas**: nemainīgās izmaksas ir izdevumi, kas nemainās neatkarīgi no tā, cik daudz uzņēmums pārdod. Fiksēto izmaksu piemēri ir noma, iekārtas un komunālie

- Paskaidrojiet **mainīgās izmaksas**: mainīgās izmaksas ir izdevumi, kas mainās atkarībā no tā, cik daudz uzņēmums pārdod. Limonādes stenda mainīgo izmaksu piemēri varētu būt *citronu, cukura un krūzīšu izmaksas*. Jūs varat izskaidrot bērniem, ka šīs izmaksas palielinās, ja uzņēmums pārdod vairāk limonādes.

- **Veicināt kritisko domāšanu**: bērniem kļūstot vecākiem, varat viņus mudināt kritiskāk domāt par izmaksu struktūru un to, kā to var optimizēt, lai padarītu uzņēmumu rentablāku. Jūs varat uzdot tādas jautājumus kā: "Kā jūs varētu samazināt citronu izmaksas jūsu limonādes stendam?" vai "Kādi ir veidi, kā samazināt krūzīšu izmaksas?"

- Uzņēmējdarbības jēdzienu apguve var būt nopietna, taču ir svarīgi, lai bērniem tā būtu saistoša un jautra. Jūs varat uzspēlēt spēli, nosakot nemainīgās un mainīgās izmaksas limonādes stendā, vai arī aicināt bērnus izdomāt radošus veidus, kā samazināt izmaksas un palielināt peļņu.

Kopumā, izskaidrojot bērniem biznesa modeļa kanvas izmaksu struktūru, var palīdzēt viņiem *attīstīt svarīgas dzīves prasmes un izpratni par to, kā darbojas uzņēmumi*. Vienkāršojot jēdzienus un izmantojot saistošus piemērus, jūs varat palīdzēt bērniem izprast uzņēmējdarbības plānošanas un stratēģijas pamatus.

B. Ko jūs no tā iegūsiet?

Ienākumi ir naudas summa, ko uzņēmums nopelna, pārdodot preces vai pakalpojumus. Ieņēmumu plūsma var būt no dažādiem avotiem, piemēram:

- **Produktu vai pakalpojumu pārdošana**: šī ir visbiežāk sastopamā uzņēmumu ieņēmumu plūsma. Uzņēmumi pelna naudu, pārdodot produktus vai pakalpojumus tieši klientiem. Piemēram, limonādes stends gūst ieņēmumus, pārdodot klientiem limonādi;
- **Abonēšanas maksa**: Daži uzņēmumi iekasē no klientiem periodisku maksu par piekļuvi saviem produktiem vai pakalpojumiem. Piemēram, tāds straumēšanas pakalpojums kā Spotify gūst ieņēmumus, iekasējot no klientiem ikmēneša abonēšanas maksu;
- **Licencēšana vai franšīze**: daži uzņēmumi gūst ienākumus, licencējot savus produktus vai pakalpojumus citiem uzņēmumiem vai privātpersonām. Piemēram, tāda ātrās ēdināšanas ķēde kā **McDonald's gūst** ienākumus, franšīzes veidā nododot savu zīmolu un ļaujot citiem uzņēmējiem atvērt savas McDonald's filiāles;
- **Reklāma**: daži uzņēmumi gūst ienākumus, **pārdodot reklāmas laukumu** savās platformās vai produktos. Piemēram, tāda sociālo mediju platforma kā Facebook gūst ieņēmumus, pārdodot reklāmas vietu uzņēmumiem;
- **Pārdošana, pamatojoties uz komisijas maksu**: daži uzņēmumi gūst ieņēmumus, saņemot komisijas maksu par pārdošanu, kas veikta, izmantojot to platformu, vai ko veic to pārdošanas komanda. Piemēram, tāda e-komercijas platforma kā **Amazon gūst** ieņēmumus, saņemot procentus no trešo pušu pārdevēju veiktās pārdošanas tās platformā.

Lai gūtu panākumus, uzņēmumiem ir jānosaka viena vai vairākas ieņēmumu plūsmas, kas atbilst to vispārējai stratēģijai un tirgus apstākļiem. Izprotot savus ieņēmumus

plūsmas, uzņēmumi var pieņemt pamatotus lēmumus par to, kā sadalīt resursus un optimizēt savu darbību, lai gūtu lielākus ieņēmumus.

SKOLOTĀJA PERSPEKTĪVA

Lai bērniem izskaidrotu **ieņēmumu plūsmu**, ir svarīgi sākt ar pamatiem. Šeit ir sniegti daži padomi, kā izskaidrot šo koncepciju bērniem:

- Sāciet ar to, kas ir uzņēmums: pirms iepazīstināt ar ieņēmumu plūsmu, izskaidrojiet bērniem, kas ir uzņēmums un ar ko tas nodarbojas. Jūs varat paskaidrot, ka uzņēmums *ir organizācija, kas pārdod produktus vai pakalpojumus klientiem, lai pelnītu naudu*.

- Lai palīdzētu bērniem izprast ieņēmumu plūsmu jēdzienu, izmantojiet piemērus, kas ir saistīti ar viņu pašu pieredzi. Piemēram, *jūs varētu izmantot limonādes stendu kā piemēru uzņēmējdarbībai un paskaidrot, kā tas rada ieņēmumus*.

- Paskaidrojiet, kas ir **ieņēmumi**: *ieņēmumi ir nauda, ko uzņēmums nopelna, pārdodot savus produktus vai pakalpojumus*. Jūs varat izskaidrot bērniem, ka limonādes stenda ieņēmumi ir nauda, ko tas nopelna, pārdodot limonādi.

- Apspriediet dažādus **ieņēmumu avotus**: ir dažādi veidi, kā uzņēmumi var gūt ieņēmumus, un dažus no tiem varat izskaidrot bērniem. Piemēram, limonādes stendam var būt dažādi ieņēmumu avoti, piedāvājot *dažāda izmēra krūzes vai pārdodot citus produktus, piemēram, cepumus*.

- Veiciniet radošumu: mudiniet bērnus radoši domāt par to, kā uzņēmums var gūt ienākumus. Piemēram, viņi varētu izdomāt dažādus produktus, ko pārdot savā limonādes stendā, vai arī viņi varētu domāt, kā piesaistīt vairāk klientu, lai palielinātu savus ieņēmumus.

- Padariet to jautru: uzņēmējdarbības koncepciju apguve var būt nopietna, taču ir svarīgi, lai bērniem tā būtu saistoša un jautra. Jūs varat izveidot spēli, lai noteiktu dažādus ienākumu avotus limonādes stendam, vai aicināt bērnus izdomāt radošus veidus, kā palielināt ienākumus.

Kopumā, izskaidrojot bērniem biznesa modeļa kanvas ieņēmumu plūsmu, var palīdzēt viņiem attīstīt svarīgas dzīves prasmes un izpratni par to, kā darbojas uzņēmumi. Izmantojot saistošus piemērus un veicinot radošumu, jūs varat palīdzēt bērniem izprast uzņēmējdarbības plānošanas un stratēģijas pamatus.

3. SPĒLES UN AKTIVITĀTES

3.1. KO

Kā rīkoties klasē

Lai bērniem izskaidrotu **vērtības piedāvājumu**, ir svarīgi izmantot vienkāršus un viņiem saprotamus piemērus. Šeit ir sniegti daži padomi, kā izskaidrot šo koncepciju bērniem:

- Sāciet ar **pamatiem**: pirms iepazīstināt ar izmaksu struktūru, ir svarīgi, lai bērniem būtu pamatizpratne par to, kas ir uzņēmums un ar ko tas nodarbojas. Jūs varat paskaidrot, ka *uzņēmums ir organizācija, kas pārdod produktus vai pakalpojumus klientiem, lai pelnītu naudu.*

- Izmantojiet radošus **piemērus**: lai palīdzētu bērniem izprast vērtības piedāvājumu, varat ar bērniem apspriest piemērus, lai viņi saprastu pamatjēdzienu, kas attiecas uz viņu pašu pieredzi. Piemēram, jūs varat izmantot piemēru par *limonādes stendu* kā uzņēmējdarbības piemēru un bērniem pastāstīt, kādu "problēmu" tas var atrisināt klientiem (*remdēt slāpes, sagādāt prieku pēc lieliska dzēriena, vieta, kur satikties un pasēdēt ar draugiem*). Bērniem būtu jāsaprot, ka viņiem būtu jāzina, kāds ir ieguvums klientam.

- Paskaidrojiet bērniem, ka viņiem jādomā par produkta un pakalpojumu **galvenajām iezīmēm** vai īpašībām.

- Paskaidrojiet bērniem, ka viņiem jādomā **no potenciālo klientu perspektīvas**. Kādas potenciālo klientu vajadzības, vēlmes un/vai bailes skar piedāvātais produkts vai pakalpojums.

- Paskaidrojiet bērniem, ka viņiem jādomā **no potenciālo klientu perspektīvas**. Kādas potenciālo klientu vajadzības, vēlmes un/vai bailes skar piedāvātais produkts vai pakalpojums.

Pēc tam, kad izskaidrosiet bērniem vērtības piedāvājuma pamatjēdzienu, dodiet viņiem uzdevumu nākt klajā ar **savu biznesa ideju**. Viņi var strādāt paši vai grupās.

Lai viņus iedrošinātu, varat uzdot viņiem šādus jautājumus: *Vai jums ir risinājums kādai problēmai, par kuru kāds varētu maksāt? Padomājiet, kas kalpo jūsu vai kāda cita vajadzībai vai vēlmei, par ko jūs (vai kāds cits) būtu gatavs maksāt?*

Tad labākais veids, kā pārbaudīt vērtības piedāvājumu, ir **ļaut bērniem prezentēt vērtības piedāvājumu** (produktu un pakalpojumus) klases priekšā. Pirms prezentācijas ierobežojiet viņu laiku (dodiet viņiem 1, 2 vai 3 minūtes, lai īsi prezentētu biznesa ideju). Un atgādiniet viņiem par galvenajiem vērtības piedāvājuma aspektiem (ar prezentācijas palīdzību klausītājiem būtu jāsaņem atbildes uz iepriekš minētajiem jautājumiem – skatiet jautājumus vērtības piedāvājuma apstiprināšanai).

Pēc tam **mudiniet skolēnus klasē jautāt**, ko viņi vēlētos uzzināt vairāk par vērtības piedāvājumu (*ja prezentācijā trūka kāda svarīga aspekta, jautājiet/rosiniet par šo tēmu diskutēt*). Mudiniet bērnus klasē uzdot jautājumus, kas apšaubītu biznesa ideju, BET joprojām atcerieties radīt labvēlīgu **atmosfēru** un nevienu nekaunināt par to, ar kādu "traku" ideju viņš varētu nākt klajā.

Mērķis ir rosināt prezentētāju domāt par savu ideju padziļināti, no dažādiem skatupunktiem (dažādu potenciālo klientu perspektīvas).

Diskusijas laikā varat pajautāt bērniem, **vai viņi būtu ieinteresēti iegādāties šo produktu** (iedomājoties, ka viņi ir potenciālo klientu grupas lomā). Pamatojoties uz viņu atbildēm, pajautājiet viņiem, kāpēc viņus tas interesētu vai kāpēc viņus tas neinteresētu. Varat arī ļaut bērniem pateikt, kādi būtu viņu ieteikumi, lai padarītu vērtību piedāvājumu (produktu un

pakalpojumi) labāk. Šādā veidā visi klases dalībnieki var piedalīties un palīdzēt uzlabot vērtību piedāvājumu.

(Pēc izvēles) **Biznesa idejas apstiprināšana ar potenciālajiem klientiem:**

Lai iegūtu labāku un atbilstošāku atbildi uz jautājumu: Vai ir vēlme pēc jūsu produkta un pakalpojumiem?

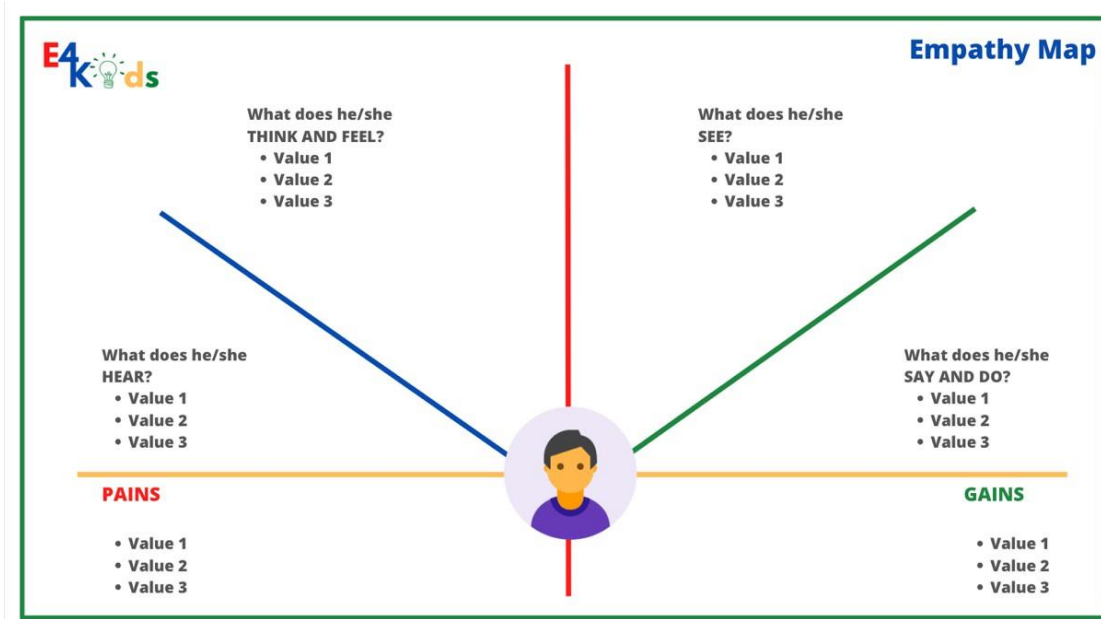
Jums vajadzētu uzdot bērniem satikt savus potenciālos klientus (tie varētu būt citi skolēni, pieaugušie kā skolotāji, vecāki, ģimenes draugi) un pajautāt viņiem par viņu vērtību piedāvājumu. Vai viņi būtu ieinteresēti uzzināt par produktu un pakalpojumiem? Vai viņi to iegādātos (tas ir svarīgi)?

Kādi būtu svarīgi aspekti/funkcijas, kam vajadzētu būt produktam un pakalpojumam, lai viņi to iegādātos?

Reālajā pasaulē to varētu uzskatīt par vissvarīgāko dzīvotspējīga uzņēmējdarbības modeļa izstrādes daļu. Idejas apstiprināšana ar potenciālajiem klientiem vienmēr sniedz ļoti svarīgu un bieži vien izšķirošu informāciju par uzņēmējdarbības modeļa izstrādi.

3.2. KAS

1. AKTIVITĀTE: EMPĀTIJAS KARTE



- **Aktivitātes mērķis:** iemācīt skolēnus saprast un iejusties klientu situācijās, izmantojot empātijas karti.
- **Nepieciešamie materiāli:**
 - Lielas papīra lapas empātijas kartēm.
 - Marķieri, zīmuļi un krāsas zīmēšanai un rakstīšanai uz kartēm.
 - Līme vai lente karšu uzlīmēšanai uz sienas vai tāfeles.
- **Norādījumi skolotājam:** iepazīstiniet skolēnus ar empātijas kartes jēdzienu un paskaidrojiet, ka to izmanto, lai izprastu klientu vajadzības, vēlmes, domas un jūtas. Sniedziet viņiem dažus konkrētus piemērus, piemēram:
 - 1. piemērs: iedomājieties, ka esat rotaļlietu veikals un vēlaties uzzināt, ar ko bērni vēlas spēlēties. Ko viņi labprāt dara. Kādas ir viņu mīļākās rotaļlietas. Kā viņi jūtas, spēlējoties ar rotaļlietām?
 - 2. piemērs: iedomājieties, ka esat restorāns un vēlaties piesaistīt vairāk ģimeņu. Kas ģimenēm ir vissvarīgākais, kad tās ēd ārā? Kāds ēdiens viņiem patīk? Kā tās jūtas, kad ir kopā restorānā?

- **Grupas veidošana:** Sadaliet skolēnus grupās pa 3 līdz 5 cilvēkiem. Katrai grupai jāizvēlas produkts vai pakalpojums, kas viņiem patīk vai ko viņi jau ir izmantojuši.
- **Empātijas karšu izveide:** Katrai grupai iedodiet lielu papīra lapu un lūdziet skolēnus uzzīmēt empātijas karti savam produktam vai pakalpojumam. Palūdziet skolēniem aizpildīt katru kartes sadaļu ar informāciju, kas attiecas uz viņu produktu vai pakalpojumu:
 - Ko klients **VĒRTĒ** (Zīmēt produktu vai pakalpojumu)?
 - Kādas ir klienta **Jūtas** (Uzrakstiet vai uzzīmējiet klienta sajūtas)?
 - Ko **domā** klients (Uzrakstiet vai uzzīmējiet klienta domas)?
 - Ko klients **dzird** (Uzrakstiet vai uzzīmējiet, ko klients saka vai ko citi saka par produktu vai pakalpojumu)?
 - Ko **saka** klients (Uzrakstiet vai uzzīmējiet, ko klients teiktu par produktu vai pakalpojumu)?
 - Ko dara klients (Uzrakstiet vai uzzīmējiet klienta darbības)?
- **Empātijas kartes prezentācija:** Lūdziet katru grupu prezentēt klasei savu empātijas karti. Pārliecinieties, ka katram skolēnam ir iespēja pastāstīt par savu kartes daļu un atbildēt uz klasesbiedru jautājumiem.
- **Nobeiguma pārdomas:** Noslēdziet darbību, lūdzot skolēnus pārdomāt, ko viņi iemācījušies. Pajautājiet viņiem, kā viņi var izmantot empātijas kartes, lai uzlabotu savu izpratni par klientiem, un kā viņi var izmantot šīs zināšanas turpmākajos projektos vai darbībās.

DARBĪBA 2: LOMU SPĒLES



- **Darbības mērķis:** Mērķis: Iemācīt skolēniem lēmumu pieņemšanas un kritiskās domāšanas prasmes, iejūtoties dažādu veidu klientu lomās un pieņemot lēmumus par pirkumiem.
- **Nepieciešamie materiāli:**
 - papīra lapas un zīmumi lomu spēles sagatavošanai.
 - Produkti vai produktu attēli, lai skolēni varētu izvēlēties, ko viņi vēlas iegādāties.
 - Spēļu nauda (pēc izvēles)
- **Norādījumi skolotājam:** Skolotājs: paskaidrojiet skolēniem, ka viņi mācīsies par lēmumu pieņemšanu un kritisko domāšanu, spēlējot lomu spēles, kurās viņi iejutīsies dažādu veidu klientu lomās un viņiem būs jāpieņem lēmumi par pirkumu.
- **Sagatavošanās lomu spēlēm:** Lūdziet skolēnus strādāt pāros vai mazās grupās, lai sagatavotos lomu izspēlei. Sniedziet viņiem dažus klientu tipu piemērus, piemēram:
 - Klients, kurš meklē labāko cenu.

- Klients, kurš novērtē produktu kvalitāti un izturību.
 - Klients, kas meklē jautru un aizraujošu iepirkšanās pieredzi.
 - Klients, kuram nepieciešams konkrēts produkts uzdevuma vai projekta veikšanai.
- **Darbības attīstība:** Lūdziet skolēnus izspēlēt savas lomas pārējiem klases audzēkņiem. Izvietojiet pieejamos produktus vai produktu attēlus, lai skolēni varētu izvēlēties, ko viņi vēlas iegādāties. Pārliedzieties, ka katram skolēnam ir iespēja iejusties dažādu veidu pircēju lomās un pieņemt lēmumus par pirkumu.

Daži produktu piemēri:

- Rotaļlietas: rotaļu ratiņi, pildīti dzīvnieki, galda spēles utt.
- Skolas piederumi: zīmuļi, piezīmju grāmatas, dzēšgumijas utt.
- Apģērbs: T-krekli, cepures, zeķes utt.
- Sporta preces: bumbas, raketes, konusi utt.

Jūs varat nodrošināt spēļu naudu, lai skolēni varētu imitēt pirkuma darījumu.

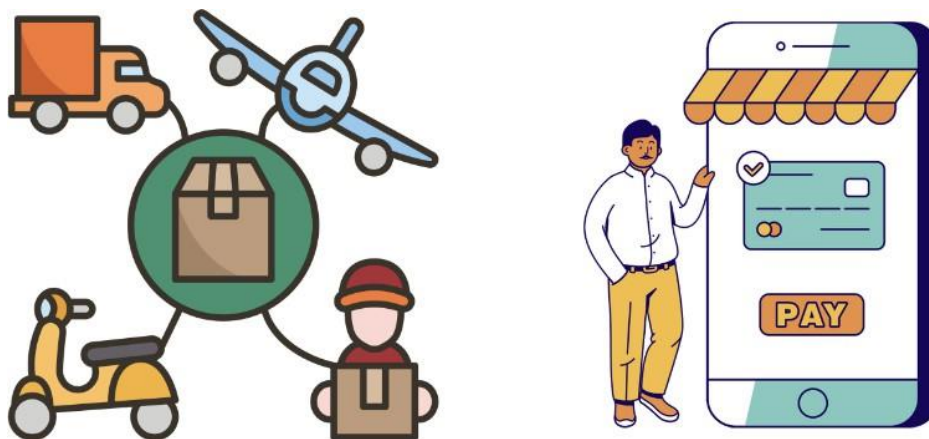
Mudiniet skolēnus savstarpēji mijiedarboties un vienoties par pirkuma cenu vai nosacījumiem.

Novērojiet un ņemiet vērā, kā skolēni pieņem lēmumus par pirkumiem un kā viņi mijiedarbojas savā starpā.

- **Nobeiguma pārdomas:** Noslēdziet darbību, lūdzot skolēnus pārdomāt, ko viņi iemācījušies. Pajautājiet viņiem, kā viņi pieņēma lēmumus par pirkumiem, kā viņi sadarbojās ar citiem un kā viņi jutās šīs aktivitātes laikā.

Mudiniet skolēnus domāt par situācijām, kurās viņiem ir jāpieņem lēmumus par pirkumiem reālajā dzīvē, un par to, kā viņi šajās situācijās varētu izmantot iegūtās zināšanas.

DARBĪBA: IZPLATĪŠANAS KANĀLI



- **Aktivitātes mērķis:** Šīs aktivitātes mērķis: Šīs aktivitātes mērķis ir mācīt pamatskolas skolēniem par dažādiem izplatīšanas kanāliem, kas pastāv, lai produktus no ražotājiem nogādātu galapatērētājiem.
- **Nepieciešamie materiāli:**
 - o Piemēram, rotaļlietas, pārtikas konservi, grāmatas u. c.
 - o Kartes ar dažādu izplatīšanas kanālu nosaukumiem (tiešā pārdošana, mazumtirdzniecības veikali, vairumtirgotāji, starpnieki, interneta veikali utt.).
 - o Balta tāfele un marķieri.
- **Norādījumi skolotājam:** iesāciet darbību, izskaidrojot skolēniem, kas ir izplatīšanas kanāli, kas tie ir un kāpēc tie ir svarīgi. Izmantojiet konkrētus piemērus ar produktiem, kurus bērni var atpazīt, piemēram, rotaļlietas, pārtikas konservus vai grāmatas.
- **Aktivitātes izstrāde:**

Pēc tam, kad skolēni ir guvuši izpratni par dažādiem izplatīšanas kanāliem, ir pienācis laiks reālajai darbībai.

Sadaliet skolēnus grupās pa 3 vai 4 un katrai grupai iedaliet dažus produktu paraugus. Katrai grupai iedaliet dažus produktu paraugus un palūdziet viņiem noteikt dažādus izplatīšanas kanālus, kas tiek izmantoti, lai produktu no ražotāja nogādātu līdz pircējam.

galapatērētājs.

Skolēniem uz dotajām kartītēm jāuzraksta dažādi izplatīšanas kanāli.

Kad grupas ir izpildījušas uzdevumu, izvēlieties vienu skolēnu no katras grupas, lai viņš iepazīstinātu ar dažādiem izplatīšanas kanāliem, ko viņi ir identificējuši saviem produktiem, un paskaidrotu, kā tie darbojas.

- **Nobeiguma pārdomas:**

Pēc nodarbības palūdziet skolēniem pārdomāt, ko viņi ir iemācījušies. Daži jautājumi, kurus viņi var uzdot, ir šādi:

- o Kas ir izplatīšanas kanāls?
- o Kāpēc izplatīšanas kanāli ir svarīgi?
- o Kādi izplatīšanas kanāli tika izmantoti analizētajiem produktiem?
- o Kāds ir visizplatītākais izplatīšanas kanāls, kas jums zināms?
- o Kas notiktu, ja nebūtu izplatīšanas kanālu produktiem, kurus mēs ikdienā lietojam?

3.3. KĀ

Aktivitātes

Skolotāji var izmantot vairākas aktivitātes, viktorīnas un rīkus, lai palīdzētu bērniem izprast, kā pārdot un reklamēt savus produktus un kādus resursus tiem nepieciešams izmantot.

Pārdošanas uzstāšanās prakses aktivitāte: Viena no aktivitātēm, ko skolotāji var izmantot, lai palīdzētu bērniem izprast, kā pārdot un reklamēt savus produktus, ir pārdošanas prezentācijas treniņš. Šajā aktivitātē skolēni var strādāt grupās vai individuāli, lai izveidotu sava produkta pārdošanas prezentāciju. Skolotājs var sniegt produkta galveno īpašību un priekšrocību sarakstu, un skolēni var izmantot šo informāciju, lai izveidotu savu pārdošanas piedāvājumu. Pēc tam skolēni var prezentēt savu pārdošanas piedāvājumu klasei, un skolotājs var sniegt atsauksmes par to, kā to uzlabot.

Mārketinga viktorīna: Mārketinga viktorīna var būt jautrs un interaktīvs veids, kā skolotājiem palīdzēt bērniem izprast mārketinga pamatus. Viktorīnā var aplūkot tādas tēmas kā zīmolveidība, mērķauditorija un reklāma. Skolotāji var izveidot viktorīnu, izmantojot tiešsaistes rīkus, piemēram, Kahoot vai Quizlet, vai arī izveidot viktorīnu papīra formātā. Skolēni viktorīnu var risināt individuāli vai grupās, un skolotājs var sniegt atgriezenisko saiti un paskaidrojumus par pareizajām atbildēm.

Resursu medības: Resursu medības ir jautra aktivitāte, kas var palīdzēt skolēniem saprast, kādi resursi viņiem ir nepieciešami, lai pārdotu un reklamētu savu produktu. Skolotājs var izveidot sarakstu ar resursiem, kas nepieciešami konkrētai biznesa idejai, piemēram, limonādes stendam, un skolēni var strādāt pāros vai mazās grupās, lai atrastu šos resursus klasē vai skolā. Piemēram, skolēniem var būt nepieciešams atrast krūzes, krūzi, citronus, cukuru, izkārtņi un galdu. Skolotājs var noteikt laika ierobežojumu medībām, un skolēni var ziņot klasei par atrastajiem resursiem.

Lomu spēlēšana: Lomu spēles ir jautra un interaktīva aktivitāte, kas var palīdzēt bērniem izprast produktu pārdošanas un reklamēšanas procesu. Skolotāji var iedalīt skolēniem lomas, piemēram, pārdevēja, pircēja un reklamētāja, un likt viņiem izspēlēt dažādus scenārijus. Piemēram, pārdevējs var mēģināt pārliecināt pircēju iegādāties viņa produktu, savukārt reklamētājs var izveidot produkta reklāmu. Tas var palīdzēt bērniem izprast dažādās lomas, kas saistītas ar produkta pārdošanu un reklamēšanu, kā arī to, kā efektīvi sazināties ar klientiem.

Biznesa plāna veidne: Biznesa plāna veidne var būt noderīgs rīks, lai bērni saprastu, kādi resursi ir nepieciešami, lai uzsāktu un attīstītu uzņēmējdarbību. Skolotāji var nodrošināt veidni, kurā izklāstītas dažādas biznesa plāna sadaļas, piemēram, kopsavilkums, tirgus analīze un finanšu prognozes. Pēc tam skolēni var izmantot šo veidni, lai izveidotu savu biznesa plānu, kas var palīdzēt viņiem noteikt resursus, kas būs nepieciešami, lai uzsāktu

un attīstītu savu uzņēmumu. Tie var ietvert tādas lietas kā materiāli, instrumenti un piederumi, kā arī mārketinga un reklāmas izmaksas.

Šīs aktivitātes, viktorīnas un rīki var palīdzēt skolotājiem iesaistīt skolēnus mācībās par to, kā pārdot un reklamēt produktus, un par nepieciešamajiem resursiem. Padarot mācību procesu jautru un interaktīvu, skolotāji var palīdzēt skolēniem apgūt prasmes un zināšanas, kas viņiem nepieciešamas, lai gūtu panākumus savos uzņēmējdarbības uzņēmumos.

Nodarbības ir pieejamas šeit:

https://drive.google.com/file/d/1hYKrD7i3Jeq3Z0dG7IqGYve7rCpm3UQF/view?usp=drive_link

3.4. CIK DAUDZ

Citronu stends

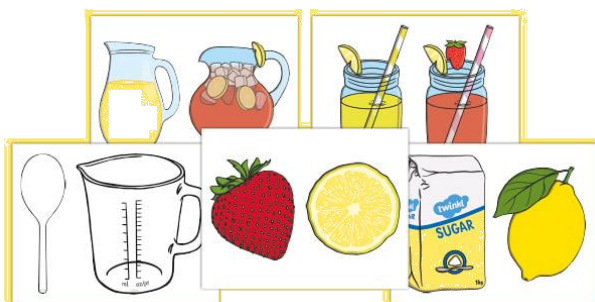
Ja mēs izveidojam limonādes stendu un mūsu uzņēmējdarbības projekta **IENTĀKUMI** tiek **gūti** tieši no **limonādes tasīšu** pārdošanas, tātad, ja *pārdošanas cena* ir 1 euro par tasīti, mūsu uzņēmējdarbības projekta kopējie ieņēmumi ir 1 euro, kas reizināts ar pārdoto tasīšu skaitu.

Taču ienākumi limonādes stendā var atšķirties atkarībā no vairākiem faktoriem, tostarp atrašanās vietas, cenas, laikapstākļiem un pieprasījuma. Arī vienkārša limonādes stenda gadījumā ir dažas potenciālās **ieņēmumu plūsmas**, piemēram:



- Limonādes pārdošana: Tas ir galvenais ienākumu avots limonādes stendā. Atkarībā no krūzes lieluma un cenu - viena tasīte limonādes varēja tikt pārdota par 50 centiem līdz pat dažiem eiro;
- Lai bagātinātu uzņēmējdarbību, mēs varētu apsvērt arī papildu produktu, piemēram, cepumu vai cepumu, pārdošanu;
- Turklāt mēs varētu veicināt pārdošanu saviem radniekiem un draugiem, cerot gūt papildu ienākumus ar "dzeramnaudām" vai "ziedojumiem".

No otras puses, citronu stenda darbība rada dažādas **IZMAKSAS**, kas ietver:



- Sastāvdaļas: vispirms mums ir vajadzīgi citrioni, ūdens un cukurs, lai pagatavotu limonādi, un pēc tam, lai pagatavotu cepumus un kūskiņus, mums ir vajadzīgas tādas sastāvdaļas kā milti, cukurs, olas, sviests, šokolādes skaidiņas un citas garšvielas;
- Piegādes: mums noteikti ir nepieciešami papīra šķīvji, salvetes, tasītes un iespējams, salmiņi limonādes un konditorejas izstrādājumu pasniegšanai;
- Aprīkojums: mums var būt nepieciešams cepšanas aprīkojums, piemēram, maisīšanas trauki, mērglāzes un cepamās loksnes, kā arī krūze un krūzes limonādes pasniegšanai;
- Darbaspēks: ja mēs paši negatavojam maizītes, jums, iespējams, būs jāmaksā kādam, kas tās cept jūsu vietā. Turklāt mums ir jāpārvalda stends, jāpieņem pasūtījumi un jāapkalpo klienti;

- Mārketings un reklāma: lai piesaistītu klientus, mums, iespējams, būs jāiegulda līdzekļi arī mārketiņgā vai reklāmā, sākot no izdales materiālu vai bukletu drukāšanas, kas tiks izplatīti rajonā;
- Atļaujas un licences: lai varētu pārdot produktus, mums var būt nepieciešams saņemt atļaujas un licences, kas var prasīt samaksu.

Dienas beigās, ja mēs esam saņēmuši vairāk naudas, nekā iztērējām, lai segtu visas izmaksas, mums ir **peļņa**. Turpretī, ja esam iztērējuši vairāk naudas, nekā esam saņēmuši, mums būs **zaudējumi**. Protams, ja mēs vienā dienā neesam pārdevuši visas limonādes un cepumus, mēs šos pārpalikumus ieskaitīsim kā nākamās dienas ieņēmumus.

Skaidrs, ka, ņemot vērā to, ka mūsu uzņēmējdarbības projekta kopējie ieņēmumi ir vienādi ar mūsu produktu (limonādes tases un cepumu) vienības izmaksām, kas reizinātas ar pārdoto vienību skaitu (limonādes un cepumu tases), mūsu uzņēmējdarbības galarezultāts (peļņa pret/zaudējumi) ir atkarīgs ne tikai no pārdoto produktu skaita, bet arī no vienības cenām, ko mēs piešķiram produktiem.

Lai noteiktu vienības cenu (**cenu** politiku), jāņem vērā vairāki faktori:

- limonādes un cepumu ražošanas izmaksas,
- laiks, ko tērējam, lai ražotu un pārdotu produktus,
- konkurentu noteiktajām cenām, jo blakus ir citi stendi, kuros pārdod limonādes un cepumus: lai izmantotu augstāku cenu nekā konkurenti, mums ir jāpierāda augstāka mūsu produktu kvalitāte.

SKOLOTĀJA PERSPEKTĪVA

Izskaidrojot bērniem **peļņu vai zaudējumus**, var lieliski iepazīstināt viņus ar naudas un finansiālās atbildības jēdzienu. Šeit ir sniegti daži padomi, kā izskaidrot šos jēdzienus bērniem:

- Sāciet ar pamatiem: pirms pievērsties peļņas un zaudējumu jēdzienam, ir svarīgi pārliecināties, ka bērniem ir pamatzināšanas par naudu. Jūs varat paskaidrot, kāda ir dažādu monētu un banknošu vērtība, kā tās tiek nopelnītas, strādājot vai dāvinātas, un kā tās var izmantot, lai iegādātos lietas.

- Izmantojiet vienkāršus piemērus: lai izskaidrotu peļņu un zaudējumus, varat izmantot bērniem viegli saprotamus piemērus. Piemēram, ja limonādes stends nopelna 10 eiro, pārdodot limonādi, bet iztērē 10 eiro.

Ja citroniem un tasītēm viņi iztērē 5 €, viņu peļņa ir 5 €. Ja viņi iztērē 15 €, bet nopelna tikai 10 €, viņu zaudējumi ir 5 €.

- Uzsveriet **budžeta plānošanas** nozīmi: lai gūtu peļņu, ir svarīgi rūpīgi plānot un pārvaldīt izdevumus. Jūs varat izskaidrot bērniem, kā viņi var plānot uz priekšu, noteikt budžetu savam limonādes stendam vai citām aktivitātēm un pieņemt gudrus lēmumus par to, ko viņi pērk un cik daudz maksā.

- Veiciniet **kritisko domāšanu**: bērniem kļūstot vecākiem, varat mudināt viņus kritiskāk domāt par peļņu un zaudējumiem. Jūs varat uzdot tādus jautājumus kā: "Ko tu varētu darīt citādi, lai

- Mācīšanās par naudu var būt nopietna tēma, taču ir svarīgi, lai bērniem tā būtu saistoša un jautra. Jūs varat izveidot spēli par budžeta plānošanu vai aicināt bērnus izdomāt radošus veidus, kā nopelnīt vairāk naudas.

Kopumā peļņas un zaudējumu izskaidrošana bērniem var palīdzēt viņiem attīstīt svarīgas dzīves prasmes un finanšu pratību, kas viņiem noderēs nākotnē.

Cenu politikas skaidrošana bērniem var būt lielisks veids, kā viņiem iemācīt ekonomikas pamatprincipus un palīdzēt saprast, kāpēc dažādi produkti maksā dažādi. Šeit ir sniegti daži padomi, kā izskaidrot cenu politiku bērniem:

- Sāciet ar pamatiem: pirms pievērsties cenu noteikšanas politikai, ir svarīgi pārliecināties, ka bērniem ir pamatzināšanas par naudu un par to, kā to izmanto, lai iegādātos preces un pakalpojumus. Jūs varat izskaidrot *piedāvājuma un pieprasījuma jēdzienu*, kas ir ideja, ka preces cenu ietekmē tas, cik daudz tās ir pieejams un cik daudz cilvēku to vēlas.

- Izmantojiet vienkāršus piemērus: lai izskaidrotu cenu politiku, varat izmantot bērniem viegli saprotamus piemērus. Piemēram, jūs varat paskaidrot, ka *limonādes stendā par limonādi var prasīt vairāk karstā dienā, kad to vēlas nopirkt vairāk cilvēku*, vai ka veikalā var prasīt mazāku cenu par preci, kurai beidzas sezona un kuru nepieciešams ātri pārdot.

- Uzsvērt produkta vērtību: nosakot cenas, uzņēmumi ņem vērā, cik maksā produkta ražošana vai iegāde, kā arī to, cik cilvēki ir gatavi par to maksāt. Jūs varat izskaidrot bērniem, kā produkta *kvalitāte un lietderība* var ietekmēt tā cenu, un mudināt viņus domāt par to produktu vērtību, kurus viņi vēlas iegādāties.

- Runājiet par atmaidēm un izpārdošanām: bērni, iespējams, ir pazīstami ar ideju par izpārdošanām un atmaidēm, taču ir svarīgi izskaidrot, kāpēc uzņēmumi piedāvā šādas akcijas. Jūs varat paskaidrot, ka uzņēmumi var piedāvāt atlaides, *lai piesaistītu vairāk klientu vai pārdotu produktus, kas netiek labi pārdoti*.

- Veiciniet **kritisko domāšanu**: bērniem kļūstot vecākiem, varat mudināt viņus kritiskāk domāt par cenu politiku. Varat uzdot tādas jautājumus kā: " *Vai, tavuprāt, šī produkta cena ir taisnīga?*" vai " *Kāpēc, tavuprāt, šis produkts maksā vairāk nekā cits līdzīgs produkts?*".

Kopumā cenu politikas skaidrošana bērniem var palīdzēt viņiem labāk izprast, kā darbojas ekonomika un kā uzņēmumi nosaka cenas. Mācot bērniem kritiski domāt par cenu noteikšanu, jūs varat palīdzēt viņiem klūt par informētākiem patērētājiem un pieņemt gudrākus lēmumus par pirkumiem.

GARĀŽU IZPĀRDOŠANA

Garāžas izpārdošanas organizēšana kopā ar bērniem var būt jautra un izglītojoša aktivitāte.

Lūk, daži soļi, kā palīdzēt bērniem organizēt veiksmīgu garāžas izpārdošanu:

- Plānojiet izpārdošanu: palīdziet bērniem plānot garāžas izpārdošanu, nosakot *datumu un laiku*, nosakot pārdodamos *priekšmetus* un izvēloties izpārdošanas *vieta*;
- Preču šķirošana un cenu noteikšana: pārskatiet preces, kas tiks pārdotas, un sakārtojiet tās kategorijās. Pēc tam strādājiet ar bērniem, lai noteiktu *cenās* katrai precei. Varat arī izveidot *zīmes vai cenu birkas*, lai klientiem būtu vieglāk redzēt cenas;
- Reklamējiet pārdošanu: palīdziet bērniem izveidot *skrejlapas vai plakātus*, lai reklamētu garāžas pārdošanu. Izvietojiet tos apkārtnē vai sabiedrībā un, ja iespējams, *dalieties ar tiem sociālajos plašsaziņas līdzekļos*;
- Izpārdošanas iekārtošana: garāžas izpārdošanas dienā palīdziet bērniem organizēti un pievilcīgi sakārtot preces. Pārliecinieties, ka preces ir izliktas tā, lai tās būtu viegli apskatāmas un pieejamas pircējiem;
- Pārdošanas vadība: mudiniet bērnus sveicināt klientus un praktizēt klientu apkalpošanas prasmes. Viņiem jābūt gataviem atbildēt uz jautājumiem par pārdodamajām precēm, vienoties par cenām un veikt darījumus;
- Noslēdziet pārdošanu: garāžas pārdošanas beigās palīdziet bērniem saskaitīt nopelnīto naudu un noteikt peļņu. Varat arī pārrunāt gūto pieredzi un apspriest, ko varētu uzlabot nākamajām garāžu izpārdošanām.



Iesaistot bērnus katrā procesa posmā, jūs ne tikai palīdzēsiet viņiem apgūt uzņēmējdarbības pamatus, bet arī attīstīsiet viņu *komunikācijas un sociālās prasmes*.

4. E4KIDS METODOLOĢIJA SKOLĀ

Darbojoties ar bērniem, svarīgi ir nodrošināt pēc iespējas interaktīvāku pieeju, lai saglabātu viņu interesi visos procesa posmos. Apmēģanos un interesi var palielināt ar biežām socializācijas aktivitātēm, kurās bērni tiek aicināti dalīties ar savām idejām un uzņēmējdarbības modeļu attīstību ar draugiem, kā arī sniegt ieguldījumu citu izstrādē.

Jebkurā gadījumā E4KIDS metodoloģija ietver virkni strukturētu pasākumu, lai bērni varētu labāk izmantot visu savu uzņēmējdarbības potenciālu.³

1 - Klases aktivitāte

Visa darbība sākas klasē, kur skolotāji vispirms iepazīstina bērnus ar pamatjēdzieniem par uzņēmējdarbību un biznesa modelēšanu, kā arī iepazīstina ar E4KIDS modeļa kanvu un pēc tam to detalizēti izskata. Klases laboratoriju sērija (*katra vidēji ilgst 1 stundu*) notiek secīgi:

- I. Ievads uzņēmējdarbības pamatjēdzienos un E4KIDS modeļa kanvas prezentācija. Skolotāji palīdz bērniem definēt biznesa idejas, kuras tiks tālāk attīstītas grupās. Idejas būs vienkāršas un balstītas uz sniegtajām vadlīnijām un rīkiem. Grupas sastāvēs no 4 līdz 5 bērniem, lai efektīvāk organizētu darbu un īstenotu kanvu.

4o

- II. Pirmā kanvas daļa: **KO**
- III. Otrā kanvas daļa: **KAS**
- IV. Trešā kanvas daļa: **KĀ**
- V. Kanvas piektā daļa: **CIK DAUDZ**

Visi semināri balstīsies uz iepriekšējās nodaļās aprakstīto saturu, piemēriem un ieteiktajām nodarbībām klasē, izmantojot E4KIDS modeļa kanvu kā atsauci. Šo nodarbību mērķis ir iepazīstināt bērnus ar pamatjēdzieniem biznesa idejas strukturēšanā un nekavējoties praktiski pielietot teoriju, izmantojot piedāvātās aktivitātes un spēles. Pēc katra semināra bērniem tiks uzdots mājasdarbs – izstrādāt savu modeļa kanvu, izmantojot piedāvāto veidni.

³ Šie pasākumi ir definēti un strukturēti atbilstoši partneru apkopotajām zināšanām. Pēc tam šī metodoloģija tiks pārbaudīta ar visu iesaistīto valstu klašu grupu, un visi posmi tiks izvērtēti, lai varētu izmantot otro projekta rezultātu, proti, *instrumentu kopuma apstiprināšanu un pamatnostādņu noteikšanu*.

- VI. Grupas darbs kopīgas vīzijas definēšanai, balstoties uz atsevišķu dalībnieku individuālo ieguldījumu.⁴
- VII. Nobeiguma grupas aktivitāte klasē, kurā bērni saņem atsauksmes un viedokļus no tiešsaistes foruma, un pēc tam sagatavo galīgo versiju gan skolas, gan starptautiskajam biznesa ideju prezentācijas pasākumam.⁵

2 - Mājas darbi

Pēc nodarbībām klasē bērniem tiek uzdots mājasdarbs, kurā viņiem jāizmanto iegūtās zināšanas un padomi, strādājot pie katras E4KIDS modeļa kanvas daļas, izmantojot sniegto veidni. Katra grupas loceklis strādā atsevišķi pie visām četrām modeļa daļām. Noslēguma klases darbnīcā grupa apvienos savus darbus, lai izveidotu kopīgu redzējumu.⁶

Veidne ir PowerPoint formātā, lai bērni varētu viegli apvienot tekstu un attēlus. Katrai modeļa daļai ir vienkārša lapa, kuru bērni varēs ātri aizpildīt.

Daļa no mājas aktivitātēm ir arī E4KIDS platformas⁷ izmantošana, kur var atrast interaktīvus un vienkāršus resursus, lai padziļinātu zināšanas par konkrētiem jautājumiem vai atsvaidzinātu nepieciešamo informāciju darba turpināšanai.

Platformas "Foruma" [<https://www.empow4kids.eu/forum>] sadaļā bērni varēs publicēt savas kanvas, lai saņemtu atsauksmes un ieteikumus no citiem dalībniekiem, gan no citām klasēm, gan no partnervalstīm. Viņi arī varēs sniegt atsauksmes par citu bērnu kanvām, iegūstot interesantas idejas un padomus pareiza modeļa veidošanai. Šī savstarpējā vērtēšana palīdzēs bērniem mācīties no vienaudžiem.⁸

Procesa beigās uz spēli balstīts pašnovērtējuma rīks ļaus bērniem labāk novērtēt savas zināšanas un, ja nepieciešams, noteikt uzlabojamās jomas [<https://www.empow4kids.eu/game>].

3 – Idejas piedāvājums (“Pičings”)

Uzņēmējdarbības pasaulē “pičings” (*eng.- pitching*) ir produkta, pakalpojuma vai idejas prezentēšana potenciālajiem investoriem vai klientiem. Tas ietver pārliecinošas un skaidras prezentācijas vai priekšlikuma sniegšanu ar nolūku pārliecināt citus atbalstīt,

⁴ Skaidrojumu skatīt nākamajā š.

⁵ Atkarībā no skolas grafika un ierobežotā laika, ko var veltīt klases nodarbībām, II, III, IV un V grupu nodarbības var apvienot. Jebkurā gadījumā jānodrošina nodarbību efektivitāte un praktiskās daļas īstenošana.

⁶ Šis noslēguma seminārs veicinās komandas darbu un prāta vētras metodes izmantošanu. Bērniem būs jāpanāk kompromiss, lai apvienotu dažādus viedokļus un izveidotu kopīgu risinājumu.

⁷ <https://www.kidstentrepreneurs.eu/e4kids-toolkit/>

⁸ Precīzu šīs darbības definīciju sk. nākamajā š.

ieguldīt vai iegādāties piedāvājumu. Precīzāk, idejas piedāvājuma vingrinājumi bērniem var sniegt vairākas priekšrocības, piemēram:

- Disciplīna un mērķtiecība: smaiļošanai nepieciešama disciplīna un mērķtiecība. Bērni mācās, cik svarīga ir koncentrēšanās, garīgā noturība un nosvērtības saglabāšana saspringtās situācijās.
- Darbs komandā un komunikācija: mešanas vingrinājumos bieži ir cieši jāsadarbojas ar komandas biedriem. Bērni mācās efektīvi sazināties, attīstīt uzticēšanos un sadarboties, lai veiksmīgi izpildītu metienus. Šīs prasmes veicina komandas darbu un sadarbību, veicinot pozitīvu sociālo mijiedarbību un attiecības.
- Pārliecība un pašapziņa: kad bērni uzlabo savas mešanas prasmes, trenējoties un trenējoties, viņi gūst panākumu sajūtu un nostiprina pārliecību par savām spējām. Pozitīva pieredze un sasniegumi mešanā var uzlabot pašcieņu un veicināt izaugsmes domāšanas veidu, motivējot bērnus izvirzīt mērķus un tiekties uz tiem.

Turklāt socializācija un mācīšanās no vienaudžiem ir savstarpēji cieši saistīti un savstarpēji izdevīgi procesi. Dažas no šīm saitēm ir saistītas ar:

- Zināšanu apmaiņa: savstarpēja mācīšanās ietver zināšanu, prasmju un informācijas apmaiņu starp līdzīga vecuma vai pieredzes līmeņa cilvēkiem. Socializējoties individuāli mijiedarbojas ar saviem vienaudžiem, iesaistās sarunās un dalās savās perspektīvās, atziņās un idejās. Tas atvieglo vienaudžu mācīšanās procesu, jo indivīdi mācās cits no cita pieredzes un zināšanām.
- Sadarbība un kooperācija: socializācija nodrošina iespēju sadarboties un kooperēties vienaudžu vidū. Kad indivīdi iesaistās sociālajās mijiedarbībās, viņi var kopīgi strādāt pie uzdevumiem, projektiem vai problēmu risināšanas. Šāda sadarbības vide veicina mācīšanos no vienaudžiem, jo indivīdi sniedz savu unikālo skatījumu, mācās viens no otra stiprajām pusēm un kopīgi attīsta jaunu izpratni un prasmes.
- atgriezeniskā saite un atbalsts: socializācija dod iespēju vienaudžiem sniegt atgriezenisko saiti un atbalstu vienam otram. Saskarsmē un attiecībās indivīdi var sniegt konstruktīvu atgriezenisko saiti, ieteikumus un iedrošinājumu. Šī atgriezeniskās saites cilpa uzlabo vienaudžu mācīšanās procesu, jo indivīdi var pārdomāt savu sniegumu, veikt korekcijas un uzlabot savu izpratni vai prasmes, pamatojoties uz no vienaudžiem saņemto informāciju.
- Līmeņu modelēšana: vienaudži cits citam kalpo par paraugu. Socializācija ļauj indivīdiem novērot un mācīties no vienaudžu uzvedības, attieksmes un pieejas. Redzot vienaudžu panākumus un problēmas, indivīdi var gūt ieskatu un vērtīgas atziņas. Pozitīvi piemēri var iedvesmot un motivēt citus censties pilnveidoties, savukārt negatīvi piemēri var izcelt iespējamās kļūdas, no kurām vajadzētu izvairīties.

Saskaņā ar E4KIDS metodoloģiju nodarbība tiks organizēta 3 dažādos un secīgos posmos, sekojot gan klases, gan individuālo mājas aktivitāšu attīstībai:

1. **Dalīšanās ar kanvas modeļa projekta versiju platformas forumā / tērzēšanā** Pēc VI aktivitātes pabeigšanas kanvas modelis tiks ievietots E4KIDS platformas foruma / tērzēšanas sadaļā, lai apkopotu atsauksmes.⁹ Skolotāji motivēs bērnus aktīvi iesaistīties forumā un tērzēšanā, izceļot savstarpējās vērtēšanas un mācīšanās priekšrocības.

2. Skolas idejas piedāvājums

Šajā otrajā posmā skolēni dalīsies ar savu VII aktivitātes rezultātā tapušo darbu (t. i., *noslēguma grupas aktivitāte klasē, lai saņemtu atsauksmes un viedokļus, kas apkopoti forumā/ tērzēšanā*) ar skolas biedriem, lai radītu interesi arī citiem skolēniem, kuri nepiedalījās šajā pasākumā. Divu stundu seminārā, kurā piedalīsies arī citas klases, skolēni prezentēs visas biznesa idejas un modeļus, atstājot pietiekami daudz laika diskusijām.

Saskaņā ar vairākiem parametriem, kas ietver idejas piedāvājuma (pičinga) prezentēšanas spējas un prasmes,¹⁰ tiks izvēlētas 5 labākās idejas / modeļi, kas pārstāvēs skolu E4KIDS starptautiskajā idejas piedāvājuma (pičinga) tiešsaistes pasākumā. Tam būtu jāpalielina bērnu sacensību gars un viņu iesaistīšanās šajā pasākumā. Jebkurā gadījumā pasākuma laikā visas idejas / modeļi tiks īsi prezentēti.

3. E4KIDS starptautiskais idejas piedāvājuma (pičinga) tiešsaistes pasākums

Pēdējā aktivitāte būs socializēšanās ar citām iesaistītajām skolām partnervalstīs īpašā "E4KIDS starptautiskajā idejas piedāvājuma (pičinga) dienā", kas sastāvēs no "virtuālā" pasākuma, kas tiks organizēts, izmantojot īpašas platformas [piemēram, VFairs, Hopin, ...]. Strukturētā tiešsaistes pasākumā tiks prezentētas katras skolas labākās idejas/modeļi¹¹, un visi pārējie skolēni sniegs savas atsauksmes. Pēc tam starptautiska žūrija¹² izvērtēs visas idejas/modeļus pēc vairākiem parametriem, lai noteiktu vērtīgākās idejas 4 kategorijās: 1) inovatīvākā ideja, 2) labāka sociālā ietekme, 3) labākā prezentācijā un 4) visprecīzākā analīze.

⁹ Šim nolūkam ir jā sagatavo VI aktivitātes rezultātā izstrādātā modeļa angļu valodas versija.

¹⁰ Detalizēti parametri tiks noteikti atkarībā no skolā sagatavoto ideju/modeļu skaita, lai sasniegtu starptautiskajā konkursā prasīto mērķa skaitu.

¹¹ Šim nolūkam ir jā sagatavo VII aktivitātes rezultātā izstrādātā modeļa angļu valodas versija.

¹² No katra partnera viens eksperts

PIELIKUMI

- I. E4KIDS modeļa kanvu veidne**
- II. E4KIDS glosārijs**
- III. E4KIDS bibliotēka**