

PROGRAM SZKOLENIOWY

“HOW TO BECOME A DIGITAL ENTREPRENEUR?”

Projekt How to become a digital entrepreneur?

Marzec - Kwiecień 2023



SPIS TREŚCI

PROGRAM TRENINGOWY	<i>Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.</i>
"JAK ZOSTAĆ CYFROWYM PRZEDSIĘBIORCĄ?"	1
Projekt How to become a digital entrepreneur?	1
WPROWADZENIE	<i>Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.</i>
OGÓLNE INFORMACJE O PROGRAMIE SZKOLENIOWYM	3
ZAWARTOŚĆ PROGRAMU SZKOLENIOWEGO	3
Przedsiębiorczość, modele biznesowe i środowisko oraz generowanie pomysłów biznesowych	4
Podstawy marketingu cyfrowego, kluczowe elementy strategii marketingu cyfrowego, wskaźniki KPI	7



JAK ZOSTAĆ CYFROWYM PRZEDSIĘBIORCĄ?

WPROWADZENIE

Projekt "Jak zostać przedsiębiorcą cyfrowym?" ma na celu przygotowanie młodych ludzi z Macedonii Północnej, Bułgarii i Polski do zostania przyszłymi przedsiębiorcami cyfrowymi. Projekt jest prowadzony przez [Stowarzyszenie Rozwoju Kulturalnego i Edukacyjnego YOUTH ON BOARD](#) ze Stip w Macedonii Północnej w partnerstwie ze [Stowarzyszeniem Via Civic](#) z Bułgarii i [Stowarzyszeniem Rozprawy o Europie](#) z Polski, finansowanym z programu Erasmus+, Partnerstwa na małą skalę na rzecz młodzieży.

Ogólnym celem projektu jest przygotowanie młodych ludzi z Macedonii Północnej, Bułgarii i Polski do zostania przyszłymi przedsiębiorcami cyfrowymi.

Ponadto 1) stworzy innowacyjny program szkoleniowy dla przedsiębiorców cyfrowych i 2) wzmocni zdolności 60 młodych ludzi do zostania przyszłymi przedsiębiorcami cyfrowymi (20 na kraj).

Grupa młodych ludzi nominowanych przez partnerów projektu zwiększy swoje umiejętności cyfrowe potrzebne do przekwalifikowania i podnoszenia kwalifikacji, aby mogli rozwijać własne przedsiębiorstwa, być zatrudnieni w przedsiębiorstwach cyfrowych lub w firmie, która zamierza wykorzystać korzyści płynące z transformacji cyfrowej. Projekt połączy umiejętności cyfrowe i przedsiębiorcze dla profesjonalistów, przygotowując ich do założenia własnych lokalnych firm, czyniąc ich liderami na rynku gospodarczym. Przyczyni się również do cyfrowej transformacji społeczeństwa i społeczności przedsiębiorczej poprzez rozwój gotowości cyfrowej, odporności i zdolności młodych ludzi, którzy są głównym celem tego projektu. Młodzi ludzie przejdą przez kilka różnych modułów i sesji mentorskich, które przygotowują ich do zostania przyszłymi przedsiębiorcami cyfrowymi.

OGÓLNE INFORMACJE O PROGRAMIE SZKOLENIOWYM

Program szkoleniowy dla przyszłych przedsiębiorców cyfrowych skierowany jest do młodych ludzi z Macedonii Północnej, Bułgarii i Polski, oferując im możliwość zostania przyszłymi młodymi przedsiębiorcami cyfrowymi. W szczególności program szkoleniowy zostanie wykorzystany do wzmocnienia zdolności 60 młodych ludzi z krajów docelowych do zostania przyszłymi przedsiębiorcami cyfrowymi.

Program szkoleniowy obejmuje część teoretyczną i praktyczną, której towarzyszy wiele przykładów prowadzących uczestników do pracy nad ich pomysłami biznesowymi. Program szkoleniowy obejmuje połączenie różnych metod - od edukacji formalnej i pozaformalnej.

Program podzielony jest na dwie części. Pierwsza część to przedsiębiorczość, modele biznesowe i środowisko oraz generowanie pomysłów biznesowych, a druga część to podstawy marketingu cyfrowego, kluczowe elementy strategii marketingu cyfrowego, wskaźniki KPI.



Przedsiębiorczość, modele biznesowe, środowisko i generowanie pomysłów biznesowych składa się z 2 modułów, 8 sesji, a każdy moduł ma 4 sesje. Moduł 1 koncentruje się na kulturze i umiejętnościach przedsiębiorczych, kreatywnym rozwiązywaniu problemów i generowaniu pomysłów biznesowych. Moduł drugi obejmuje środowisko biznesowe, cyfrowe modele biznesowe i kanwę modelu biznesowego.

Szkolenie Digital Marketing Fundamentals, Key Components of a Digital Marketing Strategy framework, KPI's składa się z dwóch modułów i siedmiu sesji. Pierwsza sesja jest dostępna online i obejmuje podstawy marketingu cyfrowego, wprowadzenie do różnych rodzajów marketingu cyfrowego, cele i zadania marketingu cyfrowego oraz kluczowe elementy strategii marketingu cyfrowego. Druga sesja odbywa się w trybie offline i obejmuje zintegrowany marketing cyfrowy, elementy silnej strategii marki, marketing w mediach społecznościowych, marketing treści i pomiar wyników nauczania.

ZAWARTOŚĆ PROGRAMU SZKOLENIOWEGO

Przedsiębiorczość, modele biznesowe i środowisko oraz generowanie pomysłów biznesowych

Tabela 1: Zarys sesji szkoleniowej dla szkolenia online na temat Digi - przedsiębiorczości, kreatywnego rozwiązywania problemów i generowania pomysłów biznesowych

<u>Nazwa:</u>	Digi - przedsiębiorczość, kreatywne rozwiązywanie problemów i generowanie pomysłów biznesowych
<u>Cele:</u>	<ul style="list-style-type: none">• Lepsze zrozumienie przedsiębiorczości i jej wpływu na społeczeństwo.• Zdobył wiedzę i umiejętności w zakresie kreatywnego rozwiązywania problemów i generowania pomysłów biznesowych.• Utworzono drzewo problemów.• Wygenerowane pomysły na rozwiązanie wcześniej zarejestrowanego problemu.• Wybór optymalnego pomysłu jako rozwiązania problemu.• Większa samodzielność, pewność siebie i poczucie niezależności.• Zwiększona konkurencyjność na rynku pracy.• Zwiększona motywacja do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej.

<p><u>Metoda:</u></p>	<p>Szkolenie opiera się na metodologii uczenia się przez doświadczenie. Uczenie się przez doświadczenie to metodologia, która kładzie nacisk na uczenie się poprzez praktyczne doświadczenie, refleksję i działanie. Uczenie się przez doświadczenie obejmuje czteroetapowy proces: doświadczenie, refleksję, konceptualizację i zastosowanie. Na etapie doświadczenia uczestnicy angażują się w działania, które wymagają od nich zastosowania wiedzy i umiejętności w kontekście świata rzeczywistego. Na etapie refleksji uczestnicy zastanawiają się nad swoimi doświadczeniami i identyfikują kluczowe spostrzeżenia i wyciągnięte wnioski. Na etapie konceptualizacji uczestnicy integrują swoje doświadczenia z szerszymi koncepcjami i teoriami. Wreszcie, na etapie stosowania, uczestnicy stosują to, czego się nauczyli, w nowych sytuacjach.</p> <p>Jedną z kluczowych zalet uczenia się przez doświadczenie jest to, że pozwala ono uczestnikom rozwijać praktyczne umiejętności i kompetencje, które mają zastosowanie w prawdziwym świecie, poprzez zdobywanie doświadczenia, przejmowanie odpowiedzialności za swoją naukę i pracę zespołową.</p>
<p>Zarys szkolenia:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sesja 1: Wprowadzenie i przełamywanie lodów Ćwiczenie: Dzień z życia przedsiębiorcy Kim i czym są przedsiębiorcy? Umiejętności i cechy Digi – przedsiębiorców 2. Sesja 2: Generowanie (zielonych) pomysłów biznesowych poprzez metodologię kreatywnego rozwiązywania problemów (model CPS) Ćwiczenie: Tworzenie drzewa problemów 3. Sesja 3: Generowanie, wybór i ocena pomysłów biznesowych. Technika burzy mózgów. Technika SCAMPER. Ćwiczenie: Lista 50 aspiracji; pole COCD do wyboru pomysłów i matryca oceny. 4. Sesja 4: Dyskusja i ocena
<p><u>Materiały referencyjne:</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> • EntreComp: Ramy kompetencji w zakresie przedsiębiorczości, https://eige.europa.eu/resources/lfna27939enn.pdf • DigComp Framework, https://joint-research-centre.ec.europa.eu/digcomp/digcomp-framework_en • Creative Education Foundation (2015). <i>The CPS Process</i>, https://www.creativeeducationfoundation.org/what-is-cps/

	<ul style="list-style-type: none"> Puccio, G., Mance, M., and Murdock, M. (2011). Creative Leadership: Skills That Drive Change (2nd Ed.), Thousand Oaks, CA: Sage.
<u>Uczestnicy:</u>	60 uczestników z trzech krajów partnerskich (po 20 z każdego) - młodzi ludzie potrzebujący umiejętności w zakresie przedsiębiorczości cyfrowej i rozwoju własnego biznesu.

Tabela 2: Zarys sesji szkoleniowej na miejscu (offline) na temat środowiska biznesowego, (cyfrowych) modeli biznesowych i Business Model Canvas

<u>Nazwa:</u>	Środowisko biznesowe, (cyfrowe) modele biznesowe i Business Model Canvas
<u>Cele:</u>	<ul style="list-style-type: none"> Rozwinięta wiedza na temat czynników otoczenia biznesowego i ich znaczenia dla biznesu Rozszerzona wiedza na temat modeli biznesowych - ich celu, rodzajów i elementów Nabyte umiejętności rozwoju modelu biznesowego Opracował Business Model Canvas dla pomysłu biznesowego Ulepszone umiejętności pracy zespołowej
<u>Metoda:</u>	<p>Szkolenie opiera się na metodologii uczenia się przez doświadczenie.</p> <p>Uczenie się przez doświadczenie to metodologia, która kładzie nacisk na uczenie się poprzez praktyczne doświadczenie, refleksję i działanie. Uczenie się przez doświadczenie obejmuje czteroetapowy proces: doświadczenie, refleksję, konceptualizację i zastosowanie. Na etapie doświadczenia uczestnicy angażują się w działania, które wymagają od nich zastosowania wiedzy i umiejętności w kontekście świata rzeczywistego. Na etapie refleksji uczestnicy zastanawiają się nad swoimi doświadczeniami i identyfikują kluczowe spostrzeżenia i wyciągnięte wnioski. Na etapie konceptualizacji uczestnicy integrują swoje doświadczenia z szerszymi koncepcjami i teoriami. Wreszcie, na etapie stosowania, uczestnicy stosują to, czego się nauczyli, w nowych sytuacjach.</p> <p>Jedną z kluczowych zalet uczenia się przez doświadczenie jest to, że pozwala ono uczestnikom rozwijać praktyczne umiejętności i kompetencje, które mają zastosowanie w prawdziwym świecie, poprzez zdobywanie doświadczenia, przejmowanie odpowiedzialności za swoją naukę i pracę zespołową.</p>

Zarys szkolenia:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sesja 1: Wprowadzenie i przełamywanie lodów Środowisko biznesowe - czynniki i wpływ Narzędzia i przykłady analizy otoczenia biznesowego 2. Sesja 2: (Cyfrowe) modele biznesowe - rodzaje i charakterystyka Przykłady cyfrowych modeli biznesowych 3. Sesja 3: Business Model Canvas - elementy i przykłady Ćwiczenie: Opracowanie modelu biznesowego (Business Model Canvas) dla pomysłu biznesowego (praca zespołowa) 4. Sesja 4: Dyskusja i ocena
<u>Materiały referencyjne:</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing management 14th ed., P. Kotler and K.L.Keller, 2012, Pearson Education, Inc., https://cdn.website-editor.net/25dd89c80efb48d88c2c233155dfc479/files/uploaded/Kotler_keller_-_marketing_management_14th_edition.pdf • Principles of Marketing 2nd ed., P. Kotler et.al., 1999, Prentice Hall Inc., https://ipsedu.in/downloads/MBABooks/principles-of-marketing-philip-kotler.pdf • The Marketing Book, M. Baker, 2003, Butterworth-Heinemann An imprint of Elsevier Science, https://htbiblio.yolasite.com/resources/Marketing%20Book.pdf • K. Reed. (2020) Strategic Management. Blacksburg, VA: Virginia Tech Publishing. https://vtechworks.lib.vt.edu/handle/10919/99282 • W. Colin (Colin M.) Strategic management, 2004, PALGRAVE MACMILLAN, http://dr-ama.com/wp-content/uploads/2013/10/Strategic-Management.pdf • Business Model Canvas, Strategyzer AG, Zone Industrielle (ZI) Le Tres 9B 1028 Préverenges, Switzerland, https://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas • Digital Business Models Driving Transformation and Innovation, Editor Annabeth Aagaard, 2019, Springer International Publishing AG, https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_b2c8f17b97be0bc97c3fbb133d80196defb2148f_1643016133.pdf
<u>Uczestnicy:</u>	30 uczestników z trzech krajów partnerskich (po 10 z każdego) - młodzi ludzie potrzebujący umiejętności w zakresie przedsiębiorczości cyfrowej i rozwoju własnego biznesu.



Podstawy marketingu cyfrowego, kluczowe elementy strategii marketingu cyfrowego, wskaźniki KPI

Wprowadzenie do marketingu cyfrowego

Tabela 3: Zarys modułu 1- Zarys sesji szkoleniowej dla szkolenia online - Podstawy marketingu cyfrowego, kluczowe elementy strategii marketingu cyfrowego, wskaźniki KPI

<u>Nazwa:</u>	Podstawy marketingu cyfrowego, kluczowe elementy strategii marketingu cyfrowego i wskaźniki KPI
<u>Cele:</u>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 1. Rozwijanie umiejętności krytycznego myślenia i rozwiązywania problemów: Marketing cyfrowy wymaga strategicznego myślenia, rozwiązywania problemów i kreatywności, co może pomóc w rozwijaniu tych umiejętności. 2. Odkrywanie przedsiębiorczości: Umiejętności marketingu cyfrowego mogą być cenne dla studentów zainteresowanych założeniem własnej firmy. 3. Bycie na bieżąco z technologią: Marketing cyfrowy stale ewoluuje wraz z pojawianiem się nowych technologii i platform, więc nauka marketingu cyfrowego może pomóc uczniom być na bieżąco z najnowszymi trendami i postępem technologicznym. 4. Zwiększenie szans na zatrudnienie: Umiejętności w zakresie marketingu cyfrowego są bardzo poszukiwane przez pracodawców z różnych branż, dzięki czemu studenci są bardziej atrakcyjni dla potencjalnych pracodawców.
<u>Metoda:</u>	<p>Interaktywne uczenie się, które aktywnie angażuje uczniów w proces uczenia się poprzez dyskusje, pytania i dzielenie się wiedzą empiryczną. Szkolenie obejmowało studia przypadków, zdjęcia, prezentacje, filmy i praktyczne przykłady z trzech krajów.</p> <p>Dzięki tej interaktywnej nauce uczniowie są zachęceni do współpracy, wyrażania swoich opinii i odkrywania różnych perspektyw, tworząc dynamiczne i angażujące środowisko klasowe. Co więcej, dzielenie się osobistymi doświadczeniami i wiedzą sprzyja poczuciu wspólnoty i wzajemnemu uczeniu się, ponieważ uczniowie uczą się od siebie nawzajem z różnych środowisk i perspektyw.</p>
Zarys szkolenia:	<p>Sesja 1: Wprowadzenie do marketingu cyfrowego, wprowadzenie do rodzajów marketingu cyfrowego, marketing mix (4ps marketingu)</p> <p>- Cele i zadania marketingu cyfrowego.</p>

	<p>- Lejek marketingowy i kluczowe wskaźniki wydajności</p> <p>Sesja 2: Strategia marketingu cyfrowego, kluczowe elementy strategii marketingu cyfrowego: intencje, spostrzeżenia, najlepsze posunięcia, treści, kanały.</p> <p>Ćwiczenie: Ramy strategii marketingu cyfrowego dla znanych marek. Jak Coca-Cola utrzymuje swoich klientów i jaka strategia za tym stoi.</p> <p>Sesja 3: Wprowadzenie do generowania leadów, kluczowe elementy, wezwanie do działania, strony docelowe popularnych marek, najlepsze praktyki.</p> <p>- Narzędzia marketingu cyfrowego i automatyzacja.</p>
<u>Materiały referencyjne:</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Digital Marketing Strategy - An Integrated Approach to Online Marketing - Simon Kingsnorth • Investopedia (https://www.investopedia.com/terms/d/digital-marketing.asp) • Hubspot blog (https://blog.hubspot.com/marketing/beginner-inbound-lead-generation-guide-ht) • Coca-Cola Case Study – Research gate (https://www.researchgate.net/publication/366463711_Case_study_on_the_Coca-Cola_Company_Prepared_by_Durdona_Bakhodirova_mo-88_group)
<u>Uczestnicy:</u>	<p>Grupa 60 młodych uczestników, po 20 osób z każdego z trzech krajów partnerskich, ma wspólną potrzebę zdobycia umiejętności w zakresie przedsiębiorczości cyfrowej i rozwijania wiedzy na temat marketingu cyfrowego.</p>

Tabela 4: Zarys modułu 2 - sesja szkoleniowa offline na miejscu: Zintegrowany marketing cyfrowy

Nazwa:	Zintegrowany marketing cyfrowy - strategia marki, plan marketingu cyfrowego i pomiar wydajności.
Cele:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lepsze umiejętności komunikacyjne: Content marketing i marketing w mediach społecznościowych wymagają od studentów skutecznej komunikacji za pośrednictwem różnych mediów, takich jak tekst, grafika i wideo.

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Zrozumienie zachowań konsumentów: Marketing cyfrowy zapewnia wgląd w zachowania i preferencje konsumentów poprzez analitykę i analizę danych, umożliwiając studentom zrozumienie docelowych odbiorców i opracowanie skutecznych strategii marketingowych. 3. Zwiększona kreatywność: Content marketing i marketing w mediach społecznościowych wymagają od studentów kreatywnych pomysłów na angażujące i interesujące treści. 4. Lepsze umiejętności cyfrowe: Nauka marketingu treści i marketingu w mediach społecznościowych może poprawić umiejętności cyfrowe uczniów, wystawiając ich na działanie różnych narzędzi i platform cyfrowych. 5. Zrozumienie znaczenia brandingu: Poznanie tożsamości marki może pomóc uczniom zrozumieć znaczenie brandingu w tworzeniu udanego biznesu lub organizacji. 6. Większa elastyczność i wygoda: Handel elektroniczny umożliwia firmom prowadzenie działalności online, zapewniając większą elastyczność i wygodę zarówno firmom, jak i konsumentom. Nauka handlu elektronicznego może pomóc uczniom zrozumieć potencjał biznesu online i korzyści, jakie może on zaoferować.
<p><u>Metoda:</u></p>	<p>Interaktywne uczenie się, które aktywnie angażuje uczniów w proces uczenia się poprzez dyskusje, pytania i dzielenie się wiedzą empiryczną. Szkolenie obejmowało studia przypadków, zdjęcia, prezentacje, filmy i praktyczne przykłady z trzech krajów.</p> <p>Dzięki tej interaktywnej nauce uczniowie są zachęceni do współpracy, wyrażania swoich opinii i odkrywania różnych perspektyw, tworząc dynamiczne i angażujące środowisko klasowe. Co więcej, dzielenie się osobistymi doświadczeniami i wiedzą sprzyja poczuciu wspólnoty i wzajemnemu uczeniu się, ponieważ uczniowie uczą się od siebie nawzajem z różnych środowisk i perspektyw.</p>
<p>Zarys szkolenia:</p>	<p>Sesja 1: Elementy silnej strategii marki; Unikalna propozycja wartości. - Ćwiczenie: Grupa docelowa; Budowanie wizerunku marki.</p> <p>Sesja 2: Marketing w mediach społecznościowych; Organiczne a płatne media społecznościowe; Business Ads Manager - Szablony do planowania mediów społecznościowych. - Marketing treści.</p> <p>Sesja 3: Plan strategii marketingu cyfrowego. - Ćwiczenie: Tworzenie planu strategii marketingu cyfrowego. Tworzenie treści cyfrowych za pomocą narzędzia marketingowego – Canva</p>

	Sesja 4: Pomiar wyników nauczania.
<u>Materiały referencyjne:</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Building a StoryBrand: Clarify Your Message So Customers Will Listen(https://www.stanventures.com/blog/digital-marketing-books-professional-read/#13 Building a Story Brand - Donald Miller) • Hooked: How to Build Habit-Forming Products - Nir Eyal • Hootsuite blog (https://blog.hootsuite.com/social-media-best-practices/) • Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing - Simon Kingsnorth • Sprout blog (https://sproutsocial.com/insights/) • Hello, My Name Is Awesome: How to Create Brand Names That Stick - Alexandra Watkins • Social Media Today (https://www.socialmediatoday.com/) • Rock content (https://rockcontent.com/blog/) • Entrepreneur (https://www.entrepreneur.com)
<u>Uczestnicy:</u>	Łącznie 30 młodych uczestników z trzech krajów partnerskich, po 10 osób z każdego kraju. Uczestników łączy chęć zdobycia umiejętności w zakresie przedsiębiorczości cyfrowej i marketingu cyfrowego.