**Predložak za obuku**

|  |  |
| --- | --- |
| **Naslov** | Inovacijske vještine - kako inovacije u sportu iskoristiti za poslovanje? |
| **Područje za obuku** | *Odaberite jedno ili više od sljedećeg:*   |  |  | | --- | --- | | **Mlado poduzetništvo(TBD)** |  | | **Poduzetništvo i sport (TBD)** | *x* | | **Poduzetništvo i poslovanje(TBD)** |  | | **Poduzetništvo na razini EU(TBD)** |  | |
| **Ključne riječi (meta oznaka)** | Inovacijske vještine, design thinking, ideje, kreativnost |
| **Izradio** | KUAS |
| **Jezik** | CRO |
| **Sadržaji raspoređeni u 3 razine**  [Konceptualno informacije treba podijeliti na uvod, sadržaj, zaključak] | |
| 1. **Naziv modula: Inovacijske vještine – kako inovacije u sportu iskoristiti za poslovanje?**   <https://youtu.be/7cWSWTWv9HQ>   * 1. **Naziv poglavlja: DESIGN THINKING**      1. **Uvod u design thinking:**   Primjer kombiniranja sporta i poslovanja s novom inovativnom uslugom:  [**https://www.enduranceproject.eu/pdf/ENDURANCE\_Case\_Study\_FIN\_Sportspot.pdf**](https://www.enduranceproject.eu/pdf/ENDURANCE_Case_Study_FIN_Sportspot.pdf)  Design thinking je proces rješavanja problema davanjem prioriteta potrebama potrošača iznad svega. Oslanja se na promatranje, s empatijom, kako ljudi stupaju u interakciju sa svojim okruženjem, te koristi iterativni, praktični pristup stvaranju inovativnih rješenja.  Design thinking je “usmjeren na čovjeka”, što znači da koristi dokaze o tome kako se potrošači (ljudi) zapravo povezuju s proizvodom ili uslugom, a ne kako netko drugi ili organizacija misli da će povezati s njim. Kako bi bili istinski usmjereni na čovjeka, dizajneri promatraju kako ljudi koriste proizvod ili uslugu i nastavljaju usavršavati proizvod ili uslugu kako bi poboljšali korisničko iskustvo. Ovo je "učestali" dio dizajnerskog razmišljanja. Pogoduje brzom kretanju kako bi se prototipovi mogli testirati, radije nego beskonačnom istraživanju ili razmišljanju.  Za razliku od tradicionalnog rješavanja problema, koje je linearni proces identificiranja problema, a zatim razmišljanja o rješenjima, design thinking funkcionira samo ako je učestalo. To je manje način da se dođe do jednog rješenja, a više način da neprestano razvijate svoje razmišljanje i odgovarate na potrebe potrošača.    **1.1.2 PROCES DESIGN THINKING-A**  1. Preuzmite ulogu korisnika i suosjećajte s problemom s kojim se susreću.  2.Detaljno definirajte problem zbrajanjem dostupnih raspršenih informacija.  3. Razmislite o raznim mogućim rješenjima problema kombinirajući maštovite poglede i generirajte najširi mogući raspon ideja.  4. Izradite prototipe rješenja za identificiranje novih putova i isticanje snaga i slabosti.  5.Testirajte prototip tražeći povratne informacije od krajnjih korisnika  ((EntreComp Playbook, p 26)   * 1. **Naziv poglavlja: Metode generiranja ideja**      * + 1. **Uvod u Brainstorming:**   Brainstorming se odnosi na generiranje puno ideja, na suradnju i otvorenost za „divlja“ rješenja. Izbjegavajte rasprave o tome zašto ideje možda ne funkcioniraju. Ovakvo ponašanje ubija kreativnost i pomiče grupni način razmišljanja s generativnog na kritičan. Jedini način da dođete do dobrih ideja je da imate mnogo izbora. Postoje mnoge varijacije o tome kako pokrenuti brainstorming, koristeći poučne ploče (flipchart), ljepljive bilješke, koristeći tehnike kao što su "brainwriting", "abeceda", "mreža" ili "kružni brainstorming". U nastavku ćete pronaći skup uputa za vođenje uspješnog brainstorminga.  **1.2.2 Pravila Brainstorminga**  1. **Odgodi presudu**. Nikad ne znaš odakle će doći dobra ideja. Ključ je da se svatko osjeća kao da može izreći ideju na pamet i dopustiti drugima da je nadograđuju.  2. **Potaknite divlje ideje.** Divlje ideje često mogu dovesti do kreativnih skokova. Razmišljajući o idejama koje su otkačene ili 'negdje vani', skloni smo razmišljati o tome što stvarno želimo bez ograničenja tehnologije ili materijala.  3. **Gradite na idejama drugih**. Biti pozitivan i graditi se na idejama drugih zahtijeva određenu vještinu. U razgovoru pokušavamo koristiti "i" umjesto "ali".  4. **Ostanite usredotočeni na temu.** Pokušajte zadržati raspravu na cilju, inače možete odstupiti izvan okvira onoga za što pokušavate dizajnirati.  5. **Razgovarajte jedan po jedan.** Vjerojatnije je da će vaš tim biti udaljeniji od izrade ideje i napraviti kreativan iskorak ako svi posvećuju punu pozornost onome tko dijeli novu ideju.  6. **Budite vizualni.** U mozgalicama uživo pišite na ljepljive bilješke, a zatim ih stavite na zid. Ništa ne donosi ideju brže od crtanja.  7. **Naglasak stavite na količinu**. Ciljajte na što više novih ideja. U dobroj sesiji, do 100 ideja se generira u 60 minuta. Brzo realizirajte ideje i nadogradite se na one najbolje.  Postoje mnoge varijacije o tome kako pokrenuti brainstorming, koristeći poučne ploče, ljepljive bilješke, koristeći tehnike kao što su "brainwriting", "abeceda", "mreža" ili "kružna brainstorming".  Za brainstorming metode idite na <https://www.mycoted.com/Brainstorming>  **1.2.3 KORACI za Brainstorming**   1. **Postaviti**   • Postavite pitanje kako biste svoju grupu usmjerili na razmišljanje o problemu kojim se želite pozabaviti  • Ilustrirajte pravila brainstorminga, za početak s ispravnim načinom razmišljanja   1. **Olakšati**   • Započnite individualnim brainstormingom s glavom prema dolje.  •Dijelite ideje kao grupa i nadogradite koncepte jedni na druge.   1. **Pratiti**   • Sakupite generirane ideje kako biste ih pratili  • Razvijte ideje koje najviše obećavaju u koncepte za provjeru valjanosti  (EntreComp Playbook, p 64-65)  **1.2.4 Što je Brainwriting?**  Poput brainstorminga, brainwriting je izvrstan način za razmjenu novih ideja, poticanje kreativnosti i razvoj inovativnih ideja. Dizajnirao ga je njemački marketinški stručnjak Bernd Rochback 1969. Sramežljivi ili introvertirani članovi tima možda neće biti voljni govoriti u grupnoj sesiji brainstorminga. Brainwriting nadilazi ova ograničenja dopuštajući im da umjesto toga zapišu svoje ideje, dajući svima jednaku priliku za sudjelovanje. Također potiče ljude da odvoje više vremena za formuliranje svojih misli i omogućuje im da razviju ideje koje nude drugi.  **1.2.5 6-3-5 Brainwriting**  Popularan i živahan oblik brainwrititnga poznat je kao 6-3-5. Tijekom 6-3-5 sesije, vježbe brainwritinga dijele se u nekoliko krugova. U svakom krugu šest osoba zapiše po tri ideje u roku od pet minuta.  Nakon prvog kruga svatko zamjenjuje svoj papirić s nekim drugim, čita što je na njemu, a zatim zapisuje još tri ideje. To mogu biti nove ideje ili se nadograđivati na ideje koje su već podijeljene.  Nakon šest krugova skupljaju se papirići, raspravlja se o svim predloženim idejama i dogovaraju se sljedeći koraci.  Iako ovaj primjer koristi šest osoba, možete pozvati bilo koji broj ljudi na svoju sesiju brainwrittinga. Ostale pojedinosti također se mogu prilagoditi vašim potrebama, uključujući broj rundi i količinu vremena za svaku od njih. Ali većina ljudi smatra da ciljanje na tri ideje u svakom krugu donosi najbolje rezultate.    **1.2.6 Brainwriting Online**  Sesije brainwriting-a također se mogu održavati online na udaljenom ili virtualnom sastanku; na primjer Online ploča za vizualnu suradnju www.miro.com.   1. **5Y/Metoda rješavanja problema 5 zašto** <https://youtu.be/B-M3YlA2KDg>. brzo vas dovodi do korijena problema. Tehnika 5 Zašto je vjerna ovoj tradiciji, a najučinkovitija je kada odgovori dolaze od ljudi koji imaju praktično iskustvo povezano s problemom. Metoda je nevjerojatno jednostavna: kada se pojavi problem, istražite njegov temeljni uzrok pitanjem "Zašto?" pet puta. Zatim, kada protumjera postane očita, slijedite je kako biste spriječili da se problem ponovi (<https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_5W.htm>)   **Metoda šest šešira za razmišljanje(R).**<https://youtu.be/oHiwpz7r4wY> Ova metoda pomaže vam da sagledate odluku na različite načine s modelom igranja uloga koju je razvio Edward de Bono 1986. godine. Svaki od njih predstavlja različitu leću ili perspektivu na određeno pitanje i pronicljivu aktivnost koja sprječava usko razmišljanje. Služi kao timsko rješavanje problema i brainstorming tehnika koja se može koristiti za istraživanje problema kroz različite perspektive kako bi se otkrile opcije koje bi inače mogle biti zanemarene. (https://www.groupmap.com/map-templates/six-thinking-hats/)   * 1. **Naziv poglavlja: Strategija Plavog oceana**      1. **Uvod u strategiju Plavog oceana**   Strategija Plavog oceana je istodobna težnja za različitostima i niskim troškovima kako bi se otvorio novi tržišni prostor i stvorila nova potražnja. Riječ je o stvaranju i osvajanju neospornog tržišnog prostora, čime se konkurenciju čini nevažnom.  (<https://www.blueoceanstrategy.com/what-is-blue-ocean-strategy/>  **1.3.2 Razlike između crvenog i plavog oceana**    Ovaj video opisuje šest načina kako prijeći iz crvenog oceana u plavi ocean:  h[ttps://youtu.be/NUWKiC2Jg-A](https://youtu.be/NUWKiC2Jg-A)  **Praktična vježba:** Napravite vlastiti okvir četiri aktivnosti iz svog trenutnog poslovanja i onoga kojiplanirate.(https://www.blueoceanstrategy.com/tools/four-actions-framework/) | |

|  |  |
| --- | --- |
| CRVENI OCEAN | PLAVI OCEAN |
| KONKURIRA NA POSTOJEĆEM TRŽIŠTU | STVARA NEPOBITNO TRŽIŠTE |
| POBJEĐUJE KONKURENCIJU | ČINI KONKRENCIJU NEBITNOM |
| ISKORIŠTAVA POSTOJEĆU POTRAŽNJU | STVARA I OSVAJA NOVU POTRAŽNJU |
| POGAĐA SE OKO VRIJEDNOSTI I TROŠKA | ODUSTAJE OD POGAĐANJA OKO VRIJEDNOSTI I TROŠKA |
| USKLAĐUJE CIJELI SUSTAV AKTIVNOSTI PODUZEĆA SA | USKLAĐUJE CIJELI SUSTAV AKTIVNOSTI PODUZEĆA |
| STRATEŠKI IZABIRE RAZLIČITOST ILI NISKE TROŠKOVE | U POTRAZI ZA RAZLIČITOSTIMA I NISKIM TROŠKOVIMA |

|  |
| --- |
| **Ciljevi / ciljevi / ishodi učenja** |
| Nakon proučavanja ovog modula, razumjet ćete osnove inovacija i design thinking. Prepoznat ćete pojmove vezane uz inovacije i steći znanje o metodama generiranja ideja/rješavanja problema.  Za poboljšano učenje, možete posjedovati informacije koje pomažu u stvaranju nove vrijednosti za postojeće poslovanje (na primjer korištenjem strategije plavog mora). |
| **Opis (za potrebe popisa)** |
| Sportaši često moraju biti inovativni, kako na treninzima tako i na natjecanjima. Inovacijske vještine važan su dio sporta. Iste vještine su vitalni dio poslovanja, kada planirate svoje poslovanje i razmišljate o konkurentskoj prednosti. Nogometaš razmišlja kako pobijediti vratara, a poduzetnik kako pronaći poslovnu ideju koja će ga staviti ispred konkurencije. Sada je vrijeme da iskoristite te inovacijske vještine i implementirate ih u poslovno planiranje. Budite inovativni!  Ovaj modul pruža uvod u design thinking, metode generiranja ideja i uz to kratak izlet u Strategiju Plavog oceana. Informacije dostavljene u ovom modulu samo su vrh ledenog brijega i trebale bi potaknuti studente da steknu dodatne informacije o ovoj temi.  Inovacijske vještine ključne su za poduzetnike i za one koji planiraju pokrenuti vlastiti posao. Poduzetnici moraju biti u stanju pratiti promjene na tržištu i poslovnom okruženju. Primjerice, oni poduzetnici, koji su mogli inovirati nove proizvode i usluge tijekom pandemije COVID-19, imali su najbolju šansu preživjeti od brzih promjena. Kriza ponekad znači nove prilike.  Razumijevanje procesa design thinking i sposobnost njegove implementacije u razvoj vlastitog poslovanja jedna je od osnovnih vještina poduzetnika. Ovaj modul opisuje proces koji stoji iza design thinking-a i pomaže studentima da shvate njegovu nelinearnu prirodu.  Uvedeno je i nekoliko metoda generiranja ideja. Strategija Plavog oceana smatra se vrlo važnim “alatom” za poduzetnika koji traži nove načine izbjegavanja nepotrebne i frustrirajuće konkurencije. U ovom modulu studenti stvaraju vlastiti okvir četiri aktivnosti za razvoj sadašnjeg ili budućeg poslovanja.  ***“Jedini siguran način da izbjegnete greške je da nemate novih ideja.”*-Albert Einstein** |
| **Sadržaj u točkama (sažetak)** |
| * Proces design thinking-a * Metode generiranja ideja * Strategija Plavog oceana |

|  |  |
| --- | --- |
| **5 najvažnijih pojmova** | |
| 1) **Brainstorming** je kombinacija tehnika osmišljenih da pomognu sudionicima da se izvuku iz tradicionalnih obrazaca razmišljanja kako bi došli do novih ideja ili kreativnih rješenja za određeni problem ili oko određene teme.  2) **Design Thinking** je kreativan i sustavan pristup rješavanju problema postavljanjem korisnika/kupca u središte iskustva. Sastoji se od 5 faza – Empatija, Definiranje, Ideja, Prototip i Test. Najbolje se primjenjuje na inovacijske projekte gdje domena problema nije u potpunosti poznata ili shvaćena s visokim stupnjem nesigurnosti i dvosmislenosti.  3) **Facilitator** je osoba ili skupina ljudi koja drugima omogućuje da izvršavaju određene zadatke ili procese na učinkovit način. Voditelj ostaje neutralan i ponekad se igra zagovornika đavola kako bi oslobodio kreativni potencijal u pojedinim sudionicima.  4) **Inovacija** je komercijalizacija ideje (sposobnost stvaranja vrijednosti kroz nove ideje i poboljšana rješenja).  5) **Prototip** je opipljiv prikaz ili uzorak ideje koja se koristi kao sredstvo za pitanja o kritičnim pretpostavkama unutar novog koncepta, proizvoda ili usluge za kupce.  6) **Strategija Plavog oceana** je istodobna težnja za različitostima i niskim troškovima kako bi se otvorio novi tržišni prostor i stvorila nova potražnja. Riječ je o stvaranju i osvajanju neospornog tržišnog prostora, čime se konkurencija čini nevažnom.  (<https://www.boardofinnovation.com/staff_picks/corporate-innovation-glossary/>) | |
| **Pet pitanja za samoprocjenu s više odgovora** | 1.**Zašto su inovacije važne za poduzetnike i kompanije?**   1. Prate promjene na tržištu. 2. Za uspješne tvrtke to nije potrebno. 3. Pomaže tvrtkama da razviju visoko učinkovite procese.   2. **Prva faza design thinking-a je:**   1. Za odrađivanje brzih eksperimenata. 2. Za definiranje problema. 3. Za dizajn rješenja.   3.**Koje od sljedećeg su metode generiranja ideja?**   1. Dizajn usluge 2. Zajam 3. Pet Zašto   **4.U Brainstorming važno je…**   1. Usmjerenost na kvalitetu umjesto na količinu. 2. Usmjerenost na temu. 3. Nadograđivanje na ideje drugih. 4. **Strategija Plavog oceana znači...** 5. Izgradnja novog posla. 6. Nasilno se natjecati protiv drugih tvrtki. 7. Pronalaženje nekonkurentnog poslovanja. |
| **Povezani materijal** | [Brainwriting template](https://www.mindtools.com/worksheets/BrainwritingWS.pdf)  [Blue Ocean Toolkit](https://blueoceanstrategy.s3.amazonaws.com/download/Blue-Ocean-Toolkit-2021.pdf?utm_source=ActiveCampaign&utm_medium=email&utm_content=Here+s+the+Blue+Ocean+Toolkit+we+promised+you%21&utm_campaign=BO+Toolkit+Delivery+Email)  [Innovation Month®Workbook](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/33313/B29_verkkoversio.pdf?sequence=1&isAllowed=y) |
| **Povezani PPT** |  |
| **Video u YouTube formatu** | <https://youtu.be/7cWSWTWv9HQ>  Uvodna animacija |
| **Reference i više informacija o temi** | |
| [https://www.wework.com/ideas/professional-development/creativity-culture/what-is-design-thinking#what-is-design-thinking](https://www.wework.com/ideas/professional-development/creativity-culture/what-is-design-thinking" \l "what-is-design-thinking)  <https://www.blueoceanstrategy.com/what-is-blue-ocean-strategy/>  <https://www.blueoceanstrategy.com/tools/errc-grid/>  <https://ec.europa.eu/jrc/en/entrecomp/support-material> (download the EntreComp Playbook)  <https://www.ideo.com/post/design-thinking-for-educators>  The Field Guide to Human-Centered Design by IDEO.org (purchase a hard copy or download Free PDF) <https://www.designkit.org/resources/1>  Brainstorming online-cards <https://info.boardofinnovation.com/hubfs/Brainstorm%20Cards/Brainstorm%20cards.pdf>  Innovation A to Z: A complete overview of the innovation funnel, with tips&tricks, tools and related methodologies <https://www.boardofinnovation.com/tools/innovation-a-to-z/> | |
| **Poveznice (ukoliko postoje)** | <https://youtu.be/vTjO0TsQ8-I> (Seven Skills You Need for Innovation in 2021, duration 3:57)  <https://www.youtube.com/watch?v=De6h0_qGulg> (Randy Komisar-Getting to Plan B, duration 1:00:49) |