**Tréningový materiál**

|  |  |
| --- | --- |
| **Názov** | Inovačné zručnosti - ako využiť inovácie v športe na podnikanie? |
| **Oblasť tréningu** | *Vyberte jednu alebo viacero z nasledujúcich možností:*   |  |  | | --- | --- | | **Podnikanie mladých** |  | | **Podnikanie a šport** | *x* | | **Podnikanie a obchod** |  | | **Podnikanie na úrovni EÚ** |  | |
| **Kľúčové slová (meta tagy)** | Inovačné zručnosti, dizajnové myslenie, nápady, kreativita  S, kreativita |
| **Autor** | KUAS |
| **Jazyk** | Slovenský |
| **Obsah usporiadaný do troch úrovní** | |
| 1. **Inovačné zručnosti - ako využiť inovácie v športe na podnikanie?**   <https://youtu.be/7cWSWTWv9HQ>   * 1. **Dizajnové myslenie**      1. **Úvod do dizajnového myslenia**   Príklad kombinácie športu a podnikania s novými inovatívnymi službami: [**https://www.enduranceproject.eu/pdf/ENDURANCE\_Case\_Study\_FIN\_Sportspot.pdf**](https://www.enduranceproject.eu/pdf/ENDURANCE_Case_Study_FIN_Sportspot.pdf)  Dizajnové myslenie je proces riešenia problémov uprednostňovaním potrieb spotrebiteľa nad všetko ostatné. Spolieha sa na empatické pozorovanie toho, ako ľudia interagujú so svojím prostredím, a využíva iteračný, praktický prístup k vytváraniu inovatívnych riešení.  Dizajnové myslenie je "zamerané na človeka", čo znamená, že používa dôkazy o tom, ako spotrebitelia (ľudia) v skutočnosti používajú produkty alebo služby, a nie o tom, ako si niekto iný alebo nejaká organizácia myslí, že ich budú používať. Aby boli dizajnéri skutočne zameraní na človeka, sledujú, ako ľudia používajú produkt alebo službu a pokračujú v ich zdokonaľovaní s cieľom zlepšiť používateľské skúsenosti spotrebiteľa. Toto je "iteratívna" časť dizajnového myslenia. Uprednostňuje rýchly proces, aby sa prototypy testovali, a nie nekonečný výskum alebo neustále premýšľanie.  Na rozdiel od tradičného riešenia problémov, teda lineárneho procesu identifikácie problému a následného uvažovania nad možnými riešeniami, dizajnové myslenie funguje len vtedy, ak je iteratívne. Nie je to ani tak prostriedok na dosiahnutie jediného riešenia, ako skôr spôsob, ako neustále rozvíjať svoje myslenie a reagovať na potreby spotrebiteľov.     * + 1. **Proces dizajnového myslenia**   1. Vezmite do úvahy perspektívu používateľov a vcíťte sa do problému, s ktorým sa stretávajú.  2. Zozbierajte rozdrobené dostupné informácie a podrobne definujte problém.  3. Brainstormujte rôzne možné riešenia problému ako kombinácie rôznych nápadov a poznatkov. Vytvorte čo najširšiu škálu nápadov.  4. Vytvorte prototyp riešenia. Identifikujete vďaka tomu nové možnosti a poukážete na jeho silné a slabé stránky.  5. Otestujte prototyp s konečnými používateľmi a vyžiadajte si ich spätnú väzbu.  (EntreComp Playbook, s.26)   * 1. **Metódy generovania nápadov**      * + 1. **Úvod do brainstormingu**   Brainstorming je o generovaní množstva nápadov, o spolupráci a otvorenosti aj „divokým“ riešeniam. Vyhnite sa diskusiám o tom, prečo nápady nemusia fungovať. Takéto správanie zabíja kreativitu a posúva skupinové myslenie z generatívneho na kritické. Jediný spôsob, ako sa dostať k dobrým nápadom, je mať ich veľa na výber. Existuje mnoho variantov, ako viesť brainstorming, s použitím tabúľ na flipchart, lepiacich papierikov, s využitím techník, ako je "brainwriting", "abeceda", "mriežka" alebo "kruhový brainstorming". Nižšie nájdete súbor pokynov na vedenie úspešného brainstormingu.   * + 1. **Pravidlá brainstormingu**   **1.** **Odložte hodnotenie.** Nikdy neviete, odkiaľ príde dobrý nápad. Kľúčom k úspechu je, aby mal každý pocit, že môže povedať myšlienku, ktorá ho napadla, a umožniť ostatným, aby na nej stavali.  **2. Podporujte „divoké“ nápady.** Divoké nápady môžu často viesť k tvorivým skokom. Pri premýšľaní o nápadoch, ktoré sú bláznivé alebo "mimo", máme tendenciu premýšľať o tom, čo naozaj chceme bez obmedzení technológie alebo materiálov.  **3. Stavajte na nápadoch iných.** Byť pozitívny a stavať na nápadoch iných si vyžaduje istú zručnosť. V rozhovore sa snažíme používať "a" namiesto "ale".  **4. Sústreďte sa na tému.** Snažte sa udržať diskusiu zameranú na stanovený cieľ, inak môžete odbočiť mimo rámec toho, čo sa snažíte navrhnúť.  **5. Vždy hovorí len jeden.** Je oveľa pravdepodobnejšie, že váš tím nadviaže na nápad a urobí kreatívny skok, ak všetci venujú plnú pozornosť tomu, kto sa podelí o nový nápad.  **6. Buďte vizuálni.** Pri živých brainstormoch si zapisujte na samolepiace papieriky a potom ich vyveste na stenu. Nič nedokáže myšlienku vysvetliť rýchlejšie ako jej nakreslenie.  **7. Snažte sa o kvantitu.** Usilujte sa o čo najviac nových nápadov. Pri dobrom sedení sa za 60 minút vygeneruje až 100 nápadov. Rýchlo zo seba „vyžmýkajte“ čo najviac nápadov a stavajte na tých najlepších.  Existuje mnoho variantov, ako viesť brainstorming, ako používať flipcharty, lepiace papieriky, či využívať techniky ako "brainwriting", "abeceda", "mriežka" alebo "kruhový brainstorming".  Pre metódy brainstormingu prejdite na <https://www.mycoted.com/Brainstorming>   * + 1. **Kroky pri brainstormingu**  1. **Príprava**   • Sformulujte otázku, ktorá vedie vašu skupinu k premýšľaniu o probléme, ktorý chcete riešiť  • Vysvetlite pravidlá brainstormingu, začnete tak so správnym myslením   1. **Facilitácia**   • Začnite s individuálnym brainstormingom.  • Zdieľajte nápady ako skupina a stavajte na konceptoch toho druhého.   1. **Následné kroky**   • Zbierajte vytvorené nápady a sledujte ich  • Rozvíjajte najsľubnejšie nápady do konceptu na overenie  (EntreComp Playbook, s. 64-65)   * + 1. **Čo je brainwriting?**   Podobne ako brainstorming, aj brainwriting je skvelý spôsob, ako sa podeliť o nové nápady, podporiť kreativitu a rozvíjať invenčné myšlienky. Navrhol ho nemecký marketingový expert Bernd Rochback v roku 1969. Plachí alebo introvertní členovia tímu sa môžu zdráhať počas brainstormingu hovoriť nahlas. Brainwriting tieto obmedzenia prekonáva tým, že im umožňuje namiesto toho svoje nápady zapísať, čím dáva všetkým rovnakú príležitosť zúčastniť sa. Takisto povzbudzuje ľudí, aby venovali viac času formulácii svojich myšlienok, a umožňuje im rozvíjať nápady ponúkané ostatnými.   * + 1. **6-3-5 Brainwriting**   Obľúbená a živá forma brainwritingu je známa ako 6-3-5. Počas sedenia 6-3-5 sú brainwriting aktivity rozdelené do niekoľkých kôl. V každom kole si šesť ľudí v priebehu piatich minút zapíše po tri nápady.  Po prvom kole si každý vymení svoj list papiera s niekým iným, prečíta si, čo je na ňom, a potom zapíše ďalšie tri nápady. Môžu to byť nové nápady alebo môžu nadväzovať na už zdieľané nápady.  Po šiestich kolách sa papiere zozbierajú a všetky navrhnuté nápady sa prediskutujú a dohodnú sa ďalšie kroky.  Hoci sa v tomto príklade používa šesť ľudí, na svoje brainwritingové sedenie môžete pozvať ľubovoľný počet ľudí. Ostatné podrobnosti môžete tiež upraviť podľa svojich potrieb, vrátane počtu kôl a času vyhradeného na každé z nich. Väčšina ľudí však zistila, že snaha o tri nápady v každom kole prináša najlepšie výsledky.     * + 1. **Brainwriting Online**   Brainwriting možno zorganizovať aj online v rámci vzdialeného alebo virtuálneho stretnutia; napríklad cez online nástroj pre vizuálnu spoluprácu www.miro.com.   1. **5Y / Metódou riešenia problémov 5 Whys** <https://youtu.be/B-M3YlA2KDg> sa rýchlo dostanete ku koreňu problému. Technika 5 dôvodov je verná tejto tradícii a je najúčinnejšia, ak odpovede pochádzajú od ľudí, ktorí majú praktické skúsenosti s daným procesom alebo problémom. Metóda je pozoruhodne jednoduchá: keď sa vyskytne problém, päťkrát sa opýtate "Prečo?" a dopátrate sa k jeho základnej príčine. Následne, keď objavíte možné protiopatrenie, postupujte podľa neho, aby ste zabránili opakovaniu problému. (https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC\_5W.htm)   **Metóda šiestich mysliacich klobúkov** <https://youtu.be/oHiwpz7r4wY> vám pomôže pozrieť sa na rozhodnutie rôznymi spôsobmi pomocou modelu hrania rolí, ktorý vyvinul Edward de Bono v roku 1986. Každá z nich predstavuje inú optiku alebo pohľad na konkrétnu otázku a je to hĺbková aktivita, ktorá zabraňuje úzkemu mysleniu. Slúži ako technika tímového riešenia problémov a brainstormingu, ktorá sa môže použiť na preskúmanie problémov prostredníctvom rôznych perspektív s cieľom odhaliť možnosti, ktoré by sa inak mohli prehliadnuť. (https://www.groupmap.com/map-templates/six-thinking-hats/)   * 1. **Stratégia modrého oceánu**      1. **Úvod do stratégie Modrého oceánu**   Stratégia modrého oceánu je súčasná snaha o diferenciáciu a nízke náklady s cieľom otvoriť nový trhový priestor a vytvoriť tak nový dopyt. Ide o vytvorenie a získanie si nového vlastného trhového priestoru, čím sa konkurencia stáva irelevantnou. (https://www.blueoceanstrategy.com/what-is-blue-ocean-strategy/)   * + 1. **Rozdiely medzi Červeným oceánom a Modrým oceánom**     Toto video opisuje šesť spôsobov, ako sa presunúť z červeného oceánu do modrého oceánu: <https://youtu.be/NUWKiC2Jg-A>  **Praktické cvičenie:** Vytvorte si vlastný rámec štyroch akcií pre vaše súčasné podnikanie alebo pre to, ktoré plánujete. (https://www.blueoceanstrategy.com/tools/four-actions-framework/) | |
| **Ciele / výsledky vzdelávania** | |
| Po preštudovaní tohto modulu pochopíte základy inovácií a procesu dizajnového myslenia. Spoznáte pojmy súvisiace s inováciami a získate vedomosti o metódach tvorby nápadov/riešenia problémov.  Ak vaše učenie ešte rozšírite, môžete si osvojiť informácie, ktoré pomáhajú vytvárať novú hodnotu pre existujúce podniky (napríklad pomocou stratégie modrého oceánu). | |
| **Popis** | |
| Športovci musia byť často inovatívni, a to tak pri tréningu, ako aj pri súťažiach. Inovačné schopnosti sú dôležitou súčasťou športu. Rovnaké zručnosti sú dôležitou súčasťou podnikania, keď svoje podnikanie plánujete a premýšľate o jeho konkurenčnej výhode. Futbalista rozmýšľa o tom, ako prekonať brankára, a podnikateľ rozmýšľa o tom, ako nájsť podnikateľský nápad, ktorý ho dostane pred konkurenciu. Teraz je čas využiť tieto inovačné schopnosti a implementovať ich do plánovania podnikania. Buďte inovatívni!  Tento modul poskytuje úvod do dizajnového myslenia, metód generovania nápadov a okrem toho aj krátky výlet do stratégie modrého oceánu. Informácie poskytnuté v tomto module sú len špičkou ľadovca a mali by študentov podnietiť k získaniu ďalších informácií o tejto téme.  Inovačné zručnosti sú nevyhnutné pre podnikateľov a pre tých, ktorí plánujú založiť vlastný podnik. Podnikatelia musia byť schopní držať krok so zmenami na trhu a v prostredí, v ktorom pôsobia. Napríklad tí podnikatelia, ktorí dokázali inovovať svoje výrobky a služby počas pandémie COVID-19, mali najväčšiu šancu prežiť vďaka rýchlym zmenám. Kríza niekedy znamená nové príležitosti.  Pochopenie procesu dizajnového myslenia a schopnosť implementovať ho do rozvoja vlastného podnikania je jednou zo základných zručností podnikateľa. Tento modul opisuje proces, ktorý stojí za dizajnovým myslením, a pomáha študentom pochopiť jeho nelineárnu povahu.  V module je predstavených aj niekoľko metód generovania nápadov. Stratégia modrých oceánov sa považuje za veľmi dôležitý "nástroj" pre podnikateľa, ktorý hľadá nové spôsoby, ako sa vyhnúť zbytočnej a frustrujúcej konkurencii. V tomto module si študenti vytvoria vlastný rámec štyroch opatrení na rozvoj súčasného alebo budúceho podnikania.  ***"Jediný istý spôsob, ako sa vyhnúť chybám, je nemať žiadne nové nápady."*  Albert Einstein** | |
| **Obsah v odrážkach (Zhrnutie)** | |
| * Proces dizajnového myslenia * Metódy generovania nápadov * Stratégia modrého oceánu | |

|  |  |
| --- | --- |
| **5 položiek slovníka pojmov** | |
| 1) **Brainstorming** je kombinácia techník, ktorých cieľom je pomôcť účastníkom vymaniť sa z tradičných vzorcov myslenia a prísť s novými nápadmi alebo kreatívnymi riešeniami konkrétneho problému alebo konkrétnej témy.  2) **Dizajnové myslenie** je kreatívny a systematický prístup k riešeniu problémov tým, že do centra pozornosti stavia používateľa/zákazníka. Pozostáva z 5 fáz - empatie, definovania, nápadu, prototypu a testovania. Najlepšie sa uplatňuje pri inovačných projektoch, kde problémová oblasť nie je úplne známa, alebo jej chápanie je vysoko neisté a nejednoznačné.  3) **Facilitátor** je osoba alebo skupina osôb, ktoré umožňujú ostatným vykonávať určité úlohy alebo procesy efektívnym spôsobom. Facilitátor zostáva neutrálny a niekedy hrá diablovho advokáta s cieľom uvoľniť tvorivý potenciál jednotlivých účastníkov.  4) **Inovácia** je komercializácia nápadu (schopnosť vytvárať hodnotu prostredníctvom nových nápadov a zlepšených riešení).  5) **Prototyp** je hmatateľná reprezentácia alebo vzorka nápadu, ktorá sa používa ako prostriedok na kladenie otázok o kritických predpokladoch v rámci nového konceptu, výrobku alebo služby pre zákazníkov.  6) **Stratégia** modrého oceánu je súčasná snaha o diferenciáciu a nízke náklady s cieľom otvoriť nový trhový priestor a vytvoriť nový dopyt. Ide o vytvorenie a získanie si nového vlastného trhového priestoru, čím sa konkurencia stáva irelevantnou.  [(https://www.boardofinnovation.com/staff\_picks/corporate-innovation-glossary/)](https://www.boardofinnovation.com/staff_picks/corporate-innovation-glossary/) | |
| **Päť otázok na sebahodnotenie** | **1.** **Prečo sú inovácie dôležité pre podnikateľov a firmy?**   1. Držia krok so zmenami na trhu. 2. Nie sú to potrebné pre úspešné firmy. 3. Pomáhajú spoločnostiam rozvíjať vysoko efektívne procesy.   **2. Prvá fáza procesu dizajnového myslenia je:**   1. Urobiť rýchle experimenty. 2. Definovanie problémov. 3. Navrhnúť riešenia.   **3. Ktoré z nasledujúcich je Metóda generovania nápadov?**   1. Dizajn služby 2. Štíhla (Lean) 3. 5 Whys (5 dôodov Prečo)   **4. V Brainstorming je dôležité...**   1. Zamerajte sa na kvalitu namiesto kvantity. 2. Sústrediť sa na tému. 3. Stavať na myšlienkach ostatných.   **5. Stratégia modrého oceánu znamená...**   1. Budovanie nového podnikania. 2. Násilne súperiť s inými spoločnosťami. 3. Hľadanie bezkonkurenčného podnikania. |
| **Súvisiace materiály** | [Šablóna brainwritingu](https://www.mindtools.com/worksheets/BrainwritingWS.pdf)  [Súprava nástrojov modrého oceánu](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)  [Mesiac inovácií®Workbook](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/33313/B29_verkkoversio.pdf?sequence=1&isAllowed=y) |
| **Súvisiace prezentácie** | / |
| **Video v YouTube formáte (ak existuje)** | <https://youtu.be/7cWSWTWv9HQ>  Úvodná animácia |
| **Referencie a ďalšie informácie k danej téme** | |
| <https://www.wework.com/ideas/professional-development/creativity-culture/what-is-design-thinking#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> (stiahnite si EntreComp Playbook)  <https://www.ideo.com/post/design-thinking-for-educators>  Príručka o dizajne zameranom na človeka IDEO.org (kúpte si tlačenú verziu alebo si stiahnite PDF zdarma)<https://www.designkit.org/resources/1>  Brainstormingové online karty <https://info.boardofinnovation.com/hubfs/Brainstorm%20Cards/Brainstorm%20cards.pdf>  Inovácia A až Z: Kompletný prehľad inovácií s tipmi, nástrojmi a súvisiacimi metodikami <https://www.boardofinnovation.com/tools/innovation-a-to-z/> | |
| **Súvisiace odkazy (ak existujú)** | <https://youtu.be/vTjO0TsQ8-I> (Sedem zručností, ktoré potrebujete pre inovácie v roku 2021, trvanie 3:57)  <https://www.youtube.com/watch?v=De6h0_qGulg> (Randy Komisar-Prechod na plán B, trvanie 1:00:49) |