



Verkefnið SC2BC Námsefni um frumkvöðlastarf

SC2BC er verkefni sem styrkt er af Erasmus + áætluninni og þróað í samvinnu við skóla og þjálfunarstofnanir í Búlgaríu, Íslandi, Hollandi, Slóveníu og Ítalíu. Meginmarkmiðið er að búa til ný námsgögn sem stuðla að þróun frumkvöðlastarfsemi og nýsköpun í skólanum og búa til aðferðir og upplýsingatækni til að leiða saman viðskiptalíf og nemendur.

Þessi handbók inniheldur námsbréf og efni sem hjálpar til við að dýpka skilning á málefnum sem tengjast rekstri og þróun fyrirtækja og almenna þekkingu á mörgum þáttum hagkerfis, markaðar og atvinnlífs.



SC2BC Form School Class to Business Class

n° 2014-1-NL01-KA200-001185



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Efnisyfirlit

Inngangur	bls. 2
1. Kynning	bls. 5
2. SVÓT greining.	bls. 9
3. Eigið fyrirtæki	bls. 14
4. Form fyrirtækja	bls. 18
5. Markaðssetning	bls. 24
6. Vara I	bls. 27
7. Vara II	bls. 30
8. Vara III	bls. 33
9. Staðsetningarstefna I	bls. 36
10. Staðsetningarstefna II	bls. 39
11. Kynningarstefna I	bls. 42
12. Kynningarstefna II	bls. 46
13. Starfsmannastefna I	bls. 49
14. Starfsmannastefna II	bls. 52
15. Kynningarstefna - Markaðsseting?	bls. 55
16. Verðstefna I	bls. 58
17. Verðstefna II	bls. 63
18. Fjárhagsáætlun I	bls. 67
19. Fjárhagsáætlun II	bls. 71
20. Fjárhagsáætlun III	bls. 74
21. Fjárhagsáætlun IV	bls. 80
22. Viðskiptaáætlun	bls. 83
23. Kynning viðskiptaáætlunar	bls. 86
Viðaukar	
Mat á ferlinu	bls. 89
Mat á afurð	bls. 90
Mat á kynningum	bls. 92
Mat á núsköpun	bls. 94

Inngangur

Áhersla á nýsköpun hefur sjaldan verið meiri og þörf fyrir ný störf ávallt viðvarandi. Þetta endurspeglast til dæmis í áherslu ESB: The Entrepreneurship 2020 Action Plan - European Commission. Á Íslandi hafa frumkvöðlar sett svip sinn á atvinnulífið og efast enginn um mikilvægi nýsköðpunar á tímum breyttra atvinnuhátta.

Verkefnið SC2BC, “Frá skólabekk á Sagaclass”, styður við “Key Action 2” - stefnumótandi samstarf við Erasmus +, sem beint er að markhópum í námi. SC2BC nálguninni er ætlað að leiða til þess að ný tækifæri skapist fyrir ungt fólk sem fer út á vinnumarkaðinn að skólagöngu lokinni. Þetta gerir verkefnið með því að skapa nýtt verkfæri sem stuðlar að þróun frumkvöðlastarfsemi og sköpunar í skólum og tæknilegum og faglegum stofnunum og að búa til upplýsingatækni til að koma viðskiptalífinu nær skólaheiminum. Þessi verkfæri og þessari handbók er ætlað að afmarka og veita efni og hugmyndum að fræðslustarfi til að hjálpa nemendum að nálgast heim vinnu og læra gagnlega þætti til að hefja viðskipti og fyrirtækjarekstur í vel studdu umhverfi. Nemendur eru studdir af kennurum, stjórnendum fyrirtækja og sérfræðingum sem vilja taka virkan þátt í þjálfunarferlinu. Markmiðið er einnig að auka tækifæri nemenda til að hefja eigin starfsemi með því að miða á þjálfun og þátttöku í starfsþjálfun þeirra og gera þennan möguleika álitlegri, sérstaklega fyrir hópa sem hafa verið útilokuð frá slíku frumkvæði. Kennsluefnið sýnir leiðir til að efla frumkvöðlastarfsemi og að rannsaka helstu málefni stofnunar og þróunar fyrirtækja og almenna þekkingu á mörgum þáttum efnahagslífsins, markaðs og vinnu. SC2BC verkefnið varð að veruleik á Íslandi hjá Starfsendurhæfingu Norðurlands, Akureyri.

Hinir evrópsku samstarfsaðilar voru:

Fioretti College (Niðurlöndum),
Stichting Reflexion (Niðurlöndum),
European Centre for Quality (Búlgaríu),
-fyrir þróun starfsmenntunar
Znanie (Búlgaríu),
Starfsendurhæfing Norðurlands (Íslandi),
Anmelin (Niðurlöndum)
Zavod Prava poteza (Slóveníu)

Hér er ætlunin að úskýra hvað "iPortfolio" er. Portfolio er persónuleg mappa sem lýsir því hvað þú getur gert (og sýnir dæmi um það) og hvernig þú vilt þróa færni þína. iPortfolio er rafræn mappa sem þú getur gert í sama tilgangi. Þar getur þú geymt allan árangur (svo sem niðurstöður verkefna) og hvers konar skjal til stuðnings, sýnir árangurinn til dæmis. Portfolio hjálpar þér við að spegla þig og læra af þessum hugleiðingum. Þú getur sýnt möppuna þína í skóla sem þú sækir um að komast í eða sýnt hana vinnuveitanda. Það gefur þeim skýra mynd af þekkingu þinni sem og hæfileikum og eiginleikum. Þeirri þekkingu og færni sem þú munt öðlast í þessu verkefni er hægt að lýsa með því að vísa til tuttugustu og fyrstu aldar færni (sem er lýst í næstu kennslustund). Þú getur séð hvernig iPortfolio er mikilvægur þáttur í starfsþjálfun þinni. Í SC2BC verkefninu er gott að nýta aðgang að ákveðinni áætlun til að stjórna sínu á netinu. Hægt er að ská sig inn í iPortfolio sem unnið var í verkefninu Sub-Script. Slóðin er: <http://efolio.nuimo.si>. Þar ertu beðinn að velja tungumál (fána landsins) og lesa mjög vandlega upphafssíðuna. Nú munum við kanna helstu skrefin í að skrifa og byrja að búa til eigin iPortfolio:

1. Smelltu á "New User". Gakktu úr skugga um að tungumálið breytist ekki í hinum ýmsu skrefunum. Ef nauðsyn krefur smellirðu aftur á fána viðkomandi tungumáls. Svona ætti skjárin að líta út:

2. Ljúktu reitunum í töflunni. Sláðu inn netfangið þitt og veldu lykilorð. Þú þarft að gefa upp tölvupóstfang, þar sem það er eina leiðin til að kerfið geti geymt gögni fyrir þig!

3. Smelltu á tengilinn sem þú færð á pósthengið sem þú slóst inn þegar þú skráðir þig. Kerfið mun sjálfkrafa vísa til síðunnar þar sem þú getur slegið inn persónuupplýsingar þínar. Sjá næstu síðu og fylltu út alla opna reiti (það er einnig gagnlegt að slá inn eigin mynd með því að velja það með "Browse" valkostinum). Að því tilskyldu geturðu skilið 'Ég er' reitinn tóm og fyllt hann út síðar. Hann er hannaður til að segja meira frá persónulegum hlutum: fjölskyldumeðlimum, gæludýrum, áhugamálum og hlutum sem eru persónulegir. Það veitir fullkomna mynd af hver við erum.

4. Þegar þú gerir þetta skaltu ekki yfirgefa síðuna áður en þú vistar gögnin með hnappinum efst í hægra horninu (undir valmyndinni).

5. Eftir að þú hefur vistað gögnin þín getur þú farið á flipann 'Leiðbeinandi' minn. Fylltu út tölvupóstfang kennara (sem verður að hafa verið skráð áður). Að hafa leiðbeinanda/kennari, leyfir þér að senda spurningar og biðja um hjálp við að byggja upp þitt eigið fyrirtæki.

6. Í flípanum 'My Files' geturðu vistað öll skjöl sem eru frá vinnu við verkefni sem er úthlutað í hinum ýmsu kennslustundum sem fram koma í þessari handbók. Þessi verkefni samanstanda af: 1) verkefni fyrir hverja kennslustund 2) hópmat og einstaklingshugsun.

4 ástæður fyrir því að setja upp og viðhalda Sub-Script möppunni þinni:

- ✓ byggðu upp þitt persónulega einkasvæði: það er auðvelt því það er allt um þig!!
- ✓ þróaðu ferilskrána þína: bættu við ljósmyndunum og sögum; útbúðu og sendu fullkomna ferilskrá með aðeins 2 smellum
- ✓ sýndu færni þína og reynslu og vilja til að vinna og ráða þig í starf
- ✓ fáðu námsaðstoð og ábendingar frá leiðbeinanda þínum eins og þú þarft, t.d. um að skipuleggja næstu skref

7. Næsti punktur er mjög mikilvægur: Til að fá skýra uppbyggingu skjala í möppunni þinni skal nota eftirfarandi skráanöfn:

Lexía I:

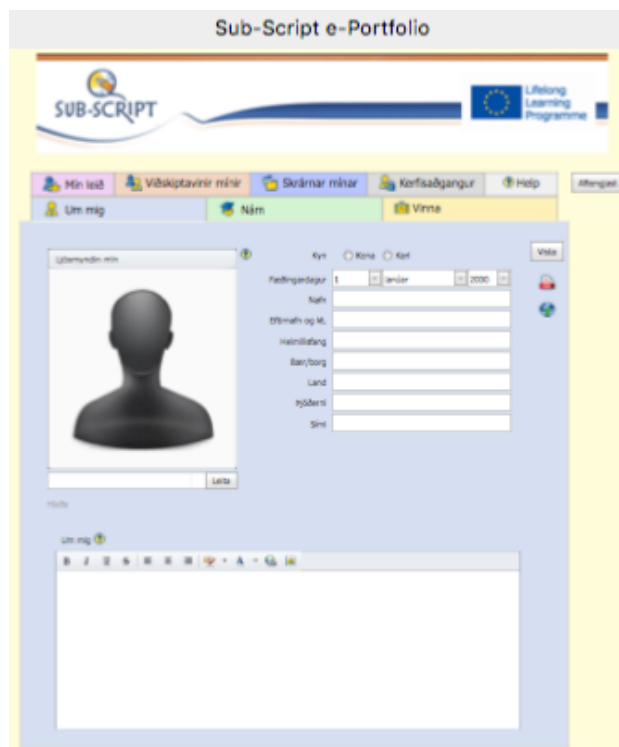
- 1-kennslustund_2.docx
- 1-kennslustund_3.docx

Mat á hópum og einstökum íhugun:

- 2-matshópur- [gögn] .docx
- 2-rýni - einstaklingur- [dagsetning] .docx

Gakktu úr skugga um að skjölin sem þú vilt hlaða inn séu í möppu á tölvunni þinni þar sem þú getur

Íbyrjun skaltu spyrja kennara fyrst um vistu skjala svo að þú getir hlaðið þeim inn geymslu. Skjölin sem fylgja með í iPortfolio verða skoðuð (metin) frá tveimur sjónarhornum: framlag til vöru sem á að búa til og framlag til ferlisins sem verður að veruleika. Ef þú sendir ekki skjölin á ákveðnum tímum er hætt á að það hægi á framvindunni hjá þínum hópi! Það er mikilvægt að taka ábyrgð og ganga úr skugga um að allt sé gert innan tímaramma: þetta er það sem frumkvöðull myndi gera! Í lok áætlunarinnar sem fram kemur í þessari handbók verður að skrifa almennar niðurstöður um það sem hefur verið lært. Fyrir þessar niðurstöður munum við nota skjölin sem tilheyra hópmatinu og einstökum íhugunarreitum. Þetta lokamat ætti einnig að vera með í Portfolio. Nú hefur þú einnig aðgang að 'Sub-Script' og þú getur farið í næsta lexíu.



1. Kynning

Námskeiðsáætlun: Kynning á nýsköpun					
Kennari		Dags	Tími	Bekkur	Fjöldi nemenda
Efni		Kynning á nýsköpun			
Námsefni		Námsbréf “Kynning”			
Byrjunarstaða		Nemendurnir mæta í þetta námskeið (og námshluta) án undirbúnings.			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendurnir eru meðvitaðir um markmið verkefnisins (þessa námskeiðs eða námshluta) og hvað það þýðir með tilliti til verkefna og tíma sem eyða þarf.			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur læra að vinna saman. Nemendur læra að sýna fjölbreytileika sinn (afhjúpa sköpunarmátt sinn). Nemendur læra að hugsa á gagnrýnin hátt. Nemendur læra að eiga samskipti.			
Tími	Námskeiðs- hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning á leiðbeiningum námskeiðsins Hvaða þekkingu hefur þú nú þegar?	Nemendur ræða um hvað það þýðir að reka sitt eigið fyrirtæki.	Búa til hugkort um efnið “Nýsköpun”	Nemendur koma með hugmyndir fyrir hugkortið, um rekstur fyrirtækis	Uppgötvið og finnið út.
	Verkefni Hvað viltu læra?	Nemendur eru meðvitaðir um markmið verkefnisins (þessa mótúls eða hluta námsefnisins) og hvað það þýðir með tilliti til verkefna og tíma sem þarf að eyða.	Afhenda kynninguna (námsbréfið) og útskýra til hvers er ætlast af nemendunum.	Nemendur lesa verkefnið og spyrja þegar eitthvað er óskýrt	Greina, beita og vinna úr upplýsingum með gagnrýnum huga. Samvinna.
	Mat Hvað lærðir þú í raun og veru?	Nemendur vita hvers er ætlast til af þeim og geta byrjað á verkefninu.	Athuga hvort nemendur skilja hvaða væntingar eru gerðar til þeirra.	Nemendur lýsa yfir að þeir skilji hvað þarf til eða spyrja um það sem þarf að útskýra.	Meta, greina, lagfæra, endurmeta

1. ..Bréf -Kynning

Miklar breytingar eru að verða á starfsmenntun og -þjálfun, sérstaklega varðandi þann hluta sem snýr að undirbúningshluta námsins (áfangans).

Nýjungin er nýsköpun. Meginmarkmið þess að læra um nýsköpun er að þú getir búið til góða viðskiptaáætlun, en einnig að þú skiljir hvað þú þarft til að verða sjálfur góður frumkvöðull. Hvers vegna gengur betur hjá einu fyrirtæki, á sama tíma og önnur fyrirtæki verða gjaldþrota?

Markmið: Að útskýra um hvað kaflinn um nýsköpun fjallar.

Gerð góðrar viðskiptaáætlunar er í sjálfu sér erfitt verkefni, en hvað þarf til til þessa að verða góður frumkvöðull? Hvers vegna gengur einu fyrirtæki vel og öðru ekki?

Við munum skoða það sem einkennir góðan frumkvöðul. Við munum meðal annars læra um markaðsetningu, þú verður að geta útbúið markaðsáætlun og fjárhagsáætlun. Við munum til dæmis skoða vöruna, markaðinn (staðsetningu), val starfsmanna og hvernig það nýtist til að ná árangri með fyrirtækið. Þú munt fá allnokkur "námsbréf" til að hjálpa þér að búa til þína eigin viðskiptaáætlun. Allt sem gert er í þessum hluta miðar að því að búa til viðskiptaáætlun, fyrir þig.

Í þessum hluta er leggjum við alla áherslu á nýsköpun og markaðssetningarhugmyndina sem þú gerðir!

Lokaniðurstaðan verður viðskiptaáætlun sem þú ert að fara að gera. Í hverju kennslubréfi er stefnt að því að ná þessu endanlega markmiði. Öll kennslubréfin samanlögð hjálpa þér við að móta viðskiptaáætlun þína.

Þið munuð vinna saman í hópum og veljið sjálf þátttakendur í hópinn. Það er mikilvægt að skipuleggja góða vinnutilhögun fyrir hópinn á þann hátt að allir taki ábyrgð á góðri útkomu (þ.e. fyrir fyrirtækið ykkar).

Við hvert námsbréf ættir þú að spyrja sjálfan þig eftirfarandi fjögurra spurninga:

1. Hvað veit ég nú þegar um efnið (námsbréf)?

Þið munið ræða það innan hópsins, og koma tillögum ykkar og athugasemdum til kennarans, hvort sem er munnlega eða skriflega.

2. Hvað vil ég læra um efnið?

Þú, ásamt hópnum munt leita að svörum við spurningum þínum/ykkar. Kennarinn mun leiðbeina og þjálfra hópana.

3. Hvað hefur þú lært um efnið? (Kennslubréfin)

4. Hvaða kunnáttu/hæfni úr 21. aldar færninni notaðir þú í þessu bréfi?

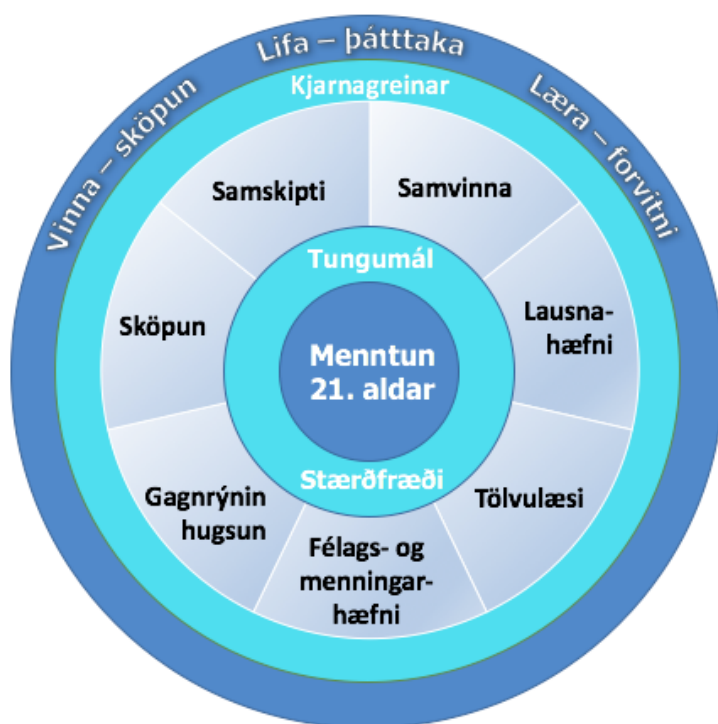
Þú verður að skrifa hjá þér hvaða hlutar frá 21. aldar færninni sem þú hefur nýtt þér við þetta kennslubréf (vísa til hringsins neðst í þessu bréfi). Þú þarft að greina frá þessu í nemendamöppu þinni. Þú verður beðinn um að útskýra athugasemdir þínar í námsferlinu og í námsmatinu.

Þú ræðir svör þín við hópinn og skoðar svörin nánar með hópnum og kennaranum.

Þegar lokið hefur verið við að fara í gegn um alla hluta námsbréfsins, metur þú niðurstöðuna með kennaranum til að fá leyfi til að halda áfram í næsta námsbréf (námskeið). Þetta er kallað stop/go ákvörðun. Þú munt sjá þessa töflu í lok hvers námsbréfs.

Þú munt ekki vinna einn á meðan þú fæst við ýmsa þætti viðskiptaáætlunar þinnar. Þú munt fá aðstoð frá kennurum í þínum skóla, en einnig frá frumkvöðlum úr fyrirtækjum á þínu landsvæði. Þessir stjórnendur fyrirtækja munu hjálpa þér við viss verkefni í námsbréfunum, þar sem þeir byggja á reynslu sinni í ákveðnum geira eða grein atvinnulífsins. Þeir munu ekki aðeins horfa á útkomuna af vinnu ykkar (námsbréf og viðskiptaáætlun), heldur skoða einnig vinnuferlið. Í lokin munt þú kynna viðskiptaáætlunina fyrir stjórnendum fyrirtækja, kennurum, bekkjarfélögum, foreldrum og dómnefnd.

Hin nýja uppbygging grunn-starfsnáms í Niðurlöndum, sýnd skematískt (sjá Hollensku, Ensku og Íslensku fyrir neðan):



Leven – betrokken
Werken – ondernemend
Leren – nieuwsgierig
Kernvakken
Samenwerken
Probleemoplossend vermogen
ICT-geletterdheid
Creativiteit
Kritisch denken
Communiceren
Sociaal-culturele vaardigheden
Taal en rekenen
Onderwijs in 21e eeuw

to live – be engaged
to work – be entrepreneurial
to learn – be curious
key subjects
to cooperate
problem solving capability
ICT-literacy
creativity
critical way thinking
communicate
social-cultural skills
language and mathematics
21st century education

Lifa – þátttaka
Vinna - sköpun
Læra – forvitni
Kjarnagreinar
Samvinna
Lausnahæfni
Tölvulæsi
Sköpun
Gagnrýnin hugsun
Samskipti
Félags- og menningarhæfni
Tungumál og stærðfræði
Menntun 21. aldar



	Merktu við þitt val	Dagsetning	Athugasemd Mentors
STOP			
GO			

2. SVÓT greining

Námskeiðsáætlun: SVÓT greining					
Kennari		Dagsetning	Tími	Bekkur	Fjöldi nemenda
Efni		SVÓT greining			
Námsefni		Námsbréf “SVÓT greining”			
Byrjunarstaða		Nemendur þekkja eitthvað til nýsköpunar og einkenna frumkvöðlastarfsemi.			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur byrja á að líta á sjálfa sig í tengslum við furmkvöðlastarfsemi og nýsköpun.			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur læra að skoða eigin einkenni og eiginleika. Nemendur læra gagnrýna hugsun.			
Tími	Námskeiðs-hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og kennsla	Nemendur þekkja merkingu hugtaksins (aðferðarinnar) SVÓT greining.	Útskýrt fyrir öllum bekknum hvað átt er við með hugtakinu SVÓT greining.	Nemendur beita virkri hlustun og hugsun og koma með spurningar.	Safna þekkingu.
	Verkefni	Nemendur nota SVÓT greiningu á sínar eigin aðstæður.	Leiðbeina og þjálfar nemendurna hvern og einn.	Nemendur beita SVÓT greiningu á viðskipta-hugmyndir sínar.	Nota greiningu á sig, speigla sig og beita sjálfsgagnrýni.
	Mat	Nemendur hafa öðlast innsýn í eiginleika sína og aðstæður með SVÓT greiningu.	Meta í samvinnu við nemendurna og taka “stop/go” ákvarðanir.	Yfirgefa greininguna og meta og greina sig sjálfan.	Meta greiningu nemandans með þjálfara/mentor.

2. Bréf - SVÓT greining

Án þess að lesa þetta námsbréf, skaltu byrja að ræða það innan hópsins hvað (að þínu mati) “SVÓT greining” þýðir.

Markmið: Nefna þá eiginleika sem þú heldur að góður frumkvöðull þurfi að hafa

Lestu nú námsbréfið og reyndu (það sama á við öll námsbréf) að svara næstu stöðluðu spurningunni: hvað vilt þú læra um þetta efni?

Hugtakið “SVÓT” samanstendur af fyrstu stöfunum í orðunum: Styrkleikar, Veikleikar, Ógnanir og Tækifæri. Þú getur notað þessa hugmynd til að greina mismunandi hluti. Lítum á nokkur tilbúin dæmi:

Dæmi 1: Fótboltaliðið Barcelona

S (Styrkleikar): Styrkleikar Barcelona eru: hinn risastóri leikvangur þeirra og innviðir (auvelta að koma á bíl og almenningssamgöngum), góður völlur (hágæða gras) og löng og rík hefð. Laðar að styrktaraðila.

V (Veikleikar): hár kostnaður sem félagið stendur ekki undir, miklar skuldir, margir dýrir leikmenn.

T (Tækifæri): á hverju ári er möguleiki á fyrstu verðlaunum á Spáni og á alþjóða vettvangi, góður rekstur, söluvarningu vinsæll um allan heim, námsmiðstöð fyrir unga leikmenn.

Ó (Ógnanir): Real Madrid og önnur topplið Spánar, alþjóðleg topplið (Bayern, Milan) í meistaradeildinni, nauðsynleg endurskipulagning fjárhagsáætlunar og skulda, að missa góða leikmenn.

T (Threats): Real Madrid and other national top teams, international top teams (Bayern, Milan) in Champions League, necessary restructuring of budget and debts, good players leaving.

Þú getur einnig gert SVÓT greiningu fyrir fyrirtæki: hún lítur mismunandi út fyrir hvert fyrirtæki.

Einnig getur sama atriði verið styrkleiki fyrir eitt fyrirtæki og veikleiki fyrir annað. Líttu á þetta dæmi:

SVÓT greining fyrir fyrirtæki:

S: styrkleikar geta verið: vörulína, staðsetning, bílastæði, verð, gæði ...

V: veikleikar geta verið: ímynd, þjónusta, lítið handbær fé ...

Ó: ógnanir geta verið: samkeppni, minkandi markaðshlutdeild, úreltar vörur, gamlar framleiðsluaðferðir og vélar, breytingar á eftirspurn hjá kaupendum ...

T: tækifæri geta verið: aukin sala og hagnaður, þróun á nýjum vörum, nýjar pakkingar, auglýsingar ...

Það er gott fyrir fyrirtæki að þekkja styrkleika sína: þeir eru þættir sem hægt er byggja á til framtíðar. Til dæmis: þegar þú ert með gæðavöru, sem réttlætir hátt verð, en þá breytir þú vörunni; minnkar gæðin en heldur sama verði, þá verða kaupendurnir óánægðir sem leiðir til þess að þeir leita annað til að fá sömu vöru með verð sem er í takti við gæðin.

Það er ekki bara gott að vita styrkleika sína. Það er líka mjög gott að vera meðvitaður um veikleikana til þess að geta bætt sig og draga þannig til sín (nýja) viðskiptavini. Auðvitað verður þú að spyrja þig hvort allar óskir þínar séu raunhæfar. Ef þú ættir búið við fjölfarna götu og veikleik þinn væri að erfitt væri að komast að búiðinni á bíl, þá væri það líklega ekki raunhæft að gera áætlun um að byggja bílageymslu fyrir 20 bíla. Þú yrðir að íhuga að hlutina bara eins og þeir eru eða finna uppá einhverju öðru sem mundi auka aðsóknina í búiðinni.

Á þennan hátt getur þú auðveldlega notað SVÓT greiningu á styrkleikum og veikleikum til að grípa tækifæri og forðast ógnanir.

Eins og bent hefur verið á er hægt að nota SVÓT greiningu til margra mismundi hluta. Reyndu að gera SVÓT greiningu fyrir (þína persónulegu) nýsköpun:

Settu inn 5 atriði, sem eiga við þig sjálfan, í hvern reit greiningartöflunnar hér fyrir neðan. Til dæmis: styrkleiki getur verið áhugi þinn eða kraftur og veikleiki getur verið óþolinmæði, ógnun getur verið að tölvur og þjarkar(róbótar) eru að taka yfir vinnu fólks í miklum mæli og gera fólk þar með óþarft í vinnu, tækifæri er hægt að finna í þeirri staðreynd að þú tala nokkur tungumál.

STYRKLEIKAR 1. 2. 3. 4. 5.	VEIKLEIKAR 1. 2. 3. 4. 5.
ÓGNANIR 1. 2. 3. 4. 5.	TÆKIFÆRI 1. 2. 3. 4. 5.

Hér fyrir neðan eru nokkrir eiginleikar sem fólk hefur. Skoðaðu þá vel og veldu hvaða 10 eiginleikar passa best við þig:

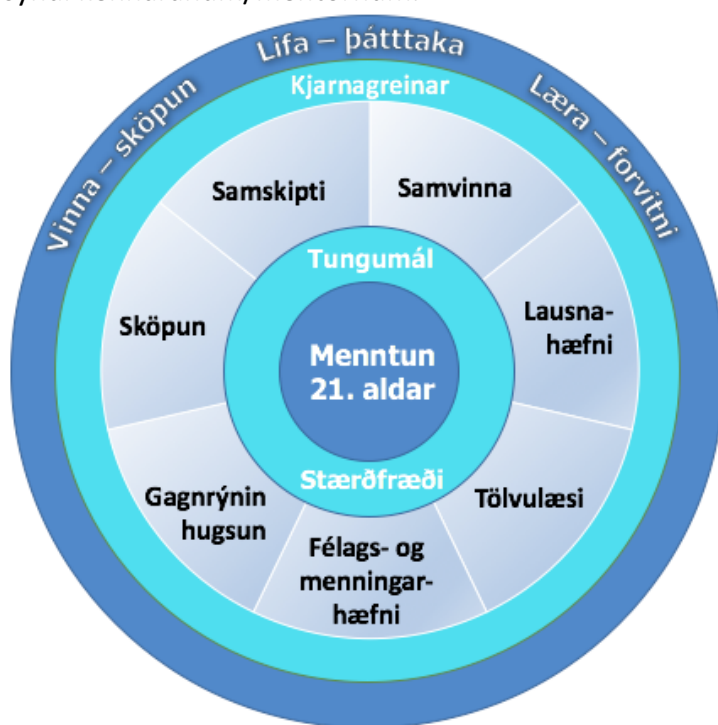
- | | | |
|---|--|--|
| ☐ Command-Skipa | ☐ Order-Regla | ☐ Accept-Samþykkja |
| ☐ Produce-Framleiða | ☐ Copy-Afrit | ☐ Interview-Viðtal |
| ☐ Install-Setja upp | ☐ Gather-Safna | ☐ Convince-Sannfæra |
| ☐ Visualize-Sjá fyrir sér | ☐ Guard-Passa | ☐ Work-Vinna |
| ☐ Draw-Teikna | ☐ Speak-Tala | ☐ Act-Bregðas við |
| ☐ Rise-Rísa | ☐ Classify-Flokka | ☐ Sort-Flokka |
| ☐ Scrutinize-skoða í þaula | ☐ Save-Geyma | ☐ Analyse-Greina |
| ☐ Talk-Tala | ☐ Create-Skapa | ☐ Perceive-Skynja |
| ☐ Adapt-Aðlagast | ☐ Formulate-Móta | ☐ Construct-Byggja |
| ☐ Paint-Mála | ☐ Budget-Fjárhagsáætlun | ☐ Implement-Innleiða |
| ☐ Compel-Þvinga | ☐ Present-Gjöf/Kynna/ | ☐ Visualise-Sjá fyrir sér |

☐ Feel-Finn(skynja)	☐ Tell-Segja frá	☐ Phrase-Orða
☐ Play-Leika	☐ Dramatise-Sviðsetja	☐ Ride-Ríða
☐ Interpret-Túlka	☐ Make- Búa til	☐ Command-Skipa
☐ Anticipate-Íhuga	☐ Eliminate-Uppræta	☐ Listen-Hlusta
☐ Warn-Vara við	☐ React-Bregðast við	☐ Manipulate-Ráskast með
☐ Initiate-Náinn	☐ Prove-Sanna	☐ Summarize-Draga saman
☐ Amuse-Skemmta	☐ Travel-Ferðalög	☐ Teach-Kenna
☐ Teach-Kenna	☐ Predict-Spá	☐ Advise-Ráðleggja
☐ Inspect-Skoða	☐ Plan-Skipuleggja	☐ Interrogate-Yfirheyra
☐ Review-Endurskoða	☐ Judge-Dæma	☐ Experiment-Tilraun
☐ Lead-Leiða	☐ Classify-Flokka	☐ Determine-Ákveða
☐ Care-Umhyggja	☐ Prescribe-Lýsa	☐ Recommend-Mæla með
☐ Organise-Skipuleggja	☐ Theorise-Íhuga	☐ Replace-Skipta um
☐ Inspire-Innblása	☐ Decide-Ákveða	☐ Coordinate-Samhæfa
☐ Repair- Gera við	☐ Publish-Útgáfa	☐ Motivate-Hvetja
☐ Adapt-Aðlagast	☐ Carry out-Framkvæma	☐ Guide-Leiðbeina
☐ Research-Rannsókn	☐ Improvise-Spuni	☐ Represent-Standa fyrir
☐ Buy-Kaupa	☐ Read-Lesa	☐ Mediate-Málamiðlun
☐ Categorise-Flokka	☐ Unify-Sameina	☐ Write-Skrifa
☐ Divide-Deila	☐ Train-Lest	☐ Evaluate-Meta
☐ Risk-Áhætta	☐ Serve-Þjóna	☐ Reconcile-Sætta
☐ Register-Skrásetja	☐ Restore-Endurstilla	☐ Undertake-Taka að sér
☐ Estimate-Ágiskun	☐ Negotiate-Semja um	☐ Inventorise-Uppfæra
☐ Sing-Syngja	☐ Supply-Útvega	☐ Coach-Þjálfá
☐ Communicate-Tjá	☐ Realise-Raungera	☐ Systematize-Skipuleggja
☐ Select-Velja	☐ Translate-Þýða	☐ Obtain-Öðlst
☐ Refute-Hrekja	☐ Sell-Selja	☐ Integrate-Samþykkja
☐ Instruct-Skipa fyrir	☐ Archive-Skrá	☐ Design-Hanna
☐ Advise-Ráðleggja	☐ Argue-Rífast	☐ Illustrate-Lýsa
☐ Finance-Fjármagna	☐ Program-Forrita	☐ Innovate-Betrumbæta
☐ Protect-Vernda	☐ Study-Læra	☐ Identify-Bera kennsl á
☐ Help-Hjálpa	☐ Arrange-Raða	☐ Signalise-Gefa merki
☐ Photograph-Ljósmynd	☐ Serve-Þjóna	☐ Direct-Beinskeittur

- | | | |
|--|---|--|
| ☐ Hand out-Afhenda | ☐ Forgangs-raða | ☐ Meet-Hitta |
| ☐ Form-Form | ☐ Influence-Áhrif | ☐ Determine-Ákvarða |
| ☐ Invent-Finna upp | ☐ Explain-Útskýra | ☐ Display-Sýna |
| ☐ Restore-Endurgera | ☐ Decorate-Skreyta | ☐ Discover-Uppgötva |
| ☐ Receive-Taka á móti | ☐ Weigh-Vigta | ☐ Maintain-Viðhalda |
| ☐ Cooperate-Samvinna | ☐ Govern-Stjórna | ☐ Calculate-Reikna |

Fáðu náinn fjölskyldumeðlim (móður, föður, bróður eða systur), bekkjarfélaga og mentorinn þinn, til þess að mekja við hvað á við þig í töflunni.

Þú færð endurgjöf á persónulega eiginleika frá ólíku fólki. Hvað segja þessar upplýsingar þér? Skrifðu það niður og sýndi kennaranum/mentorinum.



	Merktu við þitt val	Dagsetning	Athugasemd Mentors
STOP			
GO			

3. Eigið fyrirtæki - kostir og gallar

Námskeiðsáætlun: Kostir og gallar þess að hafa sitt eigið fyrirtæki					
Kennari		Dags.	Tími	Bekkur	Fjöldi nemenda
Efni		Kostir og galla við að reka sitt eigið fyrirtæki.			
Námsefni		Námsbréf “Kostir og galla við að reka sitt eigið fyrirtæki”			
Byrjunarstaða		Nemendur hafa takmakaða þekkingu á því að stofna sitt eigið fyrirtæki.			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur séu færir um að tilgreina kosti þess og galla að setja á stofn sitt eigið fyrirtæki. Nemendur skilji hvernig upplýsingum sé safnað með því að eiga samtali (viðtali) við aðila sem hefur reynslu og þekkingu á málinu.			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur læra hvernig eigi að vinna saman Nemendur læra hvernig eigi að eiga samskipti Nemendur þroska félags- og menningarfærni			
Tími	Námskeiðs-hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og kennsla	Nemendur þekkja kosti þess og galla að stofna og reka sitt eigið fyrirtæki.	Hefja umræður til að kveikja á þekkingu sem er til staðar um efnið og til að bæta við nýrri þekkingu.	Hlusta á alla þátttakendur í umræðunum; taka virkan þátt og leggja sinn skerf til málanna.	Að átta sig á og sjá fyrir sér hugtök og tengsl.
	Verkefni	Nemendur munu öðlast þekkingu og fá upplýsingar í gegnum viðtöl við fyrirtækja mentor sinn (stjórnanda fyrirtækis): Þeir munu fá dýpra innsæi í kosti þess og galla að reka sitt fyrirtæki.	Leiðbeina og þjálfa í ferlinu.	Nemendur skulu nefna 5 kosti og 5 ókosti við sjálfstætt einka-fyrirtæki. Þeir skulu íhuga að gerast frumkvöðlar og ástæður fyrir því að gera það eða ekki. Þeir skulu byggja það á viðtalinu sem þau áttu.	Greina, nota, vinna úr gögnum með gagnrýnum huga og velja.
	Mat	Nemendur hafa ákveðið hvort þeir vilja verða frumkvöðlar.	Meta verk-efnið og taka ákvarðanir um hvort eigið að stoppa eða halda áfram.	Skila verkefninu, betrubæta þar sem þarf og bíða eftir “stop/go”.	Greina, aðlaga, spegla og meta.

Viðbótar leiðbeiningar (frá kennaranum)

Fyllið inni töflunna fyrir neðan og útskýrið ástæðurnar fyrir ykkar vali að verða frumkvöðlar, .. eða ekki.

Frumkvöðull tafla	Eiga mitt eigið fyrirtæki	Vera starfsmaður
Kostir		
Gallar		

3. Bréf - Kostir og gallar þess að stofna sitt eigið fyrirtæki

Áður en þú byrjar að lesa þetta námsbréf, skaltu ræða það innan hópsins hvað gætu verið kostir þess og gallar að stofna sitt eigið fyrirtæki.

Markmið: nemendur munu öðlast nokkurn skilning á því hvort það er áhugavert eða ekki að stofna fyrirtæki.

Með því að fara eftir þessu námsbréfi skaltu reyna að finna út hvað gæti gert stofnun fyrirtækis áhugavert og þú munt meta kosti þess og galla. Horfðu fyrst á þessa kvikmynd.

<https://www.youtube.com/watch?v=NVB9a1oURQI>

Hvers vegna stofnar fólk sitt eigið fyrirtæki? Hver gæti verið ástæða þess?

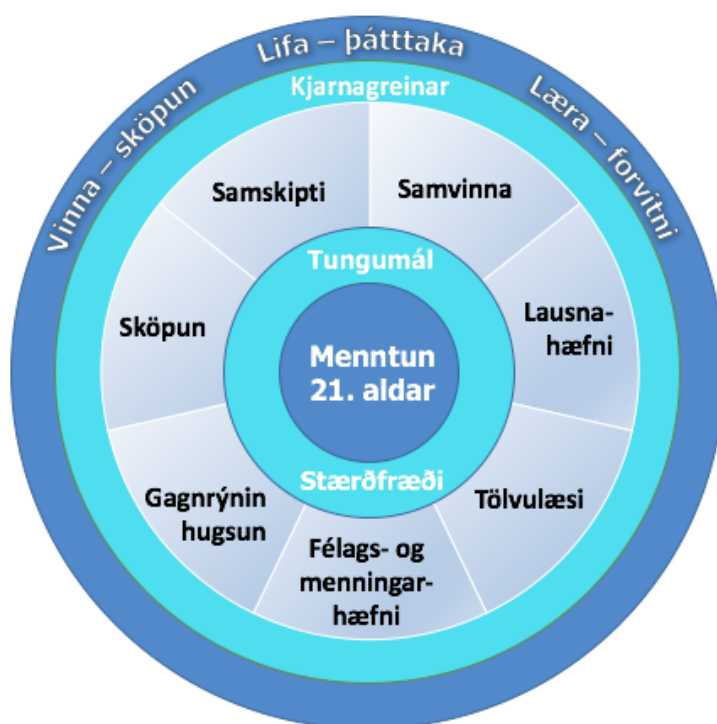
Þegar þú rekur þitt eigið fyrirtæki, þá ert þú ábyrgur fyrir öllu dæminu: peningum, starfsfólki, birgðum o.s.frv. Það er skiljanlegt að þú þurfir mikinn tíma til að fást við alla þessa þætti.

Vinnudagarnir geta verið langir, en á móti kemur að þú ræður því hvernig þú eyðir vinnudeginum.

Margir eigendur fyrirtækja líta á það sem stóran kost. Þú ert yfirmaðurinn og þú ákveður hvernær þú byrjar vinnudaginn og hvenær þú tekur þér frí. Annar kostur sem oft er nefndur eru launin:

margir frumkvöðlar hafa góð laun, en maður verður að vinna mikið til ná því. Og í byrjun muntu líklega ekki hagnast mikið. Fyrstu árin þykja alltaf erfið. Frumkvöðlar sem eru að byrja hafa margar spurningar, vegna þess að fæst er einfalt og augljóst: Hvernig og hvar finnur maður viðskiptavinum? Hvert þarf verðið á vörunni að vera? Hverjir eru keppinautar? Er ég að gera rétt? Hvernig á ég að nota tímann og í hvað? Það eru margar fleiri spurningar eins og þessar sem getur skotið upp í hugann á stofnanda fyrirtækis.

Reyndur að nefna 5 kosti við að stofna eigið fyrirtæki. Næst hugsar þú um 5 galla við það að stofna fyrirtæki. Hvað heldur þú? Langar þig að eiga þitt eigið fyrirtæki? Reyndu að gefa vel ígrundað og nákvæmt svar. Talaðu við metorinn þinn. Hvar sér hann sem kosti þess og galla að vera frumkvöðull? Skrifaðu niður hugsanir þínar og upplifun af því að deila þessu með hópnum. Eru þær í samræmi við það sem mentorinn sagði.



Val og mat:



	Merktu við þitt val	Dagsetning	Athugasemd Mentors
STOP			
GO			

4. Form fyrirtækja

Námskeiðsáætlun: Form fyrirtækja (lögaðili)					
Kennari		Dags.	Tími	Bekkur	Fjöldi nemenda
Efni		Form fyrirtækja			
Námsefni		Námsbréf “Form fyrirtækja”			
Byrjunarstaða		Nemendur gætu hafa heyrt um mismunandi flokka fyrirtækja, en þekkja ekki mismun þeirra í smáatriðum eða hvaða afleiðingar það hefur að velja ákveðið form fyrirtækis.			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur hafa þekkingu á mismunandi formi fyrirtækja, muninum á milli þeirra og geta bent á kosti og galla mismunandi rekstrarforma. Nemendur geta útskýrt hvers vegna ákveðið lögformlegt rekstrarform hentar því fyrirtæki sem þeir hyggjast stofna.			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur læra að vinna saman. Nemendur læra að gagnrýna hugsun. Nemendur læra að eiga samskipti sín á milli.			
Tími	Námskeiðs-hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og kennsla	Nemendur þekkja hugtök sem eiga við mismunandi form fyrirtækja	Kennarinn nefnir og útskýrir þau rekstrarform sem frumkvöðlar geta valið úr.	Hlusta á útskýringarnar, spyrja spurninga og taka þátt í umræðum.	Staðsetja sig.
	Verkefni	Auk hugtakanna munu nemendurnir geta lýst einkennum mismunandi rekstrarforma fyrirtækja. Þeir geta greint rekstrarform nokkurra fyrirtækja í náguninu.	Leiðbeina og þjálf.	Rannsaka kenninguna sem kynnt er, safna upplýsingum af netinu og með viðtölum við frumkvöðla. Greina upplýsingarnar og skrifa skýrslu um niðurstöðurnar.	Safna og skipuleggja gögn og nota upplýsingarnar. Uppgötva skyldleika.
	Mat	Nemendur geta ákveðið hvaða form henta þeirra eigin fyrirtæki.	Meta. Stop/go ákvarðanir.	Skila niðurstöðum umræðna.	Gagnrýnin vinna með upplýsingar, mat.

4. Bréf - Form fyrirtækja

Hvers konar fyrirtæki þekkjum við? Ræðið þetta í hópnum ykkar.

Markmið: Þið eigið að velja rekstrarform fyrir fyrirtækið ykkar.

Námsbréf 4 er um mismunandi rekstrarform fyrirtækja sem þú getur valið úr þegar þú stofnar fyrirtækið þitt. Það þar að hafa þó nokkra þekkingu til að velja rétt rekstrarform fyrir fyrirtækið þitt. Taktu þér tíma til að lesa í gegnum námsbréfið og ræða efnið í hópnum þínum.

Hvers konar fyrirtæki ertu með í huga? Ef til vill fatabúð, sjoppu, tónlistarbúð, bílaverkstæði eða eitthvað allt annað? Val á rekstrarformi fyrirtækisins í byrjun frumkvöðulsferils þíns er mjög mikilvægt. Verður þetta einstaklings fyrirtæki eða viltu frekar hafa það sameignarfélag í eigu nokkurra einstaklinga. Margir valkostir er til og við ætlu að skoða nokkra þeirra.

Verkefni fyrir viðskiptaáætlun þína:

Þú hefur talað við aðra nemendur, hefur þú gert SVÓT-greiningu til að finna út hvaða styrkleikar og veikleikar eru fyrir hendi. Þú munt funda með hópnum þínum til hugarflugs um hvers konar fyrirtæki þú vilt setja upp. Þú ættir einnig að hugsa um nafn (á fyrirtækinu). Næsta skref er að þú svarir spurningunum hér að neðan og nota lýsingar sem þú kemur með með fyrir viðskiptaáætlun þína.

- Hvers konar fyrirtæki ætlar þú að stofna?
- Hvers vegna varð þetta fyrir valinu?
- Hugsaðu um nafn við hæfi.
- Lýstu markmiði fyrirtækisins stuttlega. Leitaðu á netinu að hugtakinu "stefnuyfirlýsing fyrirtækja" og notaðu dæmi þaðan.
- Lýstu markhópi viðskiptavina fyrirtækisins eins nákvæmlega og kostur er.

Ræddu þetta rækilega í hópnum: Hver og einn þarf að samþykka það sem hefur verið valið, þar sem þið hafið lagt ykkur öll mikið fram við þessa vinnu.

Einstaklingsfyrirtæki: einn eigandi er ábyrgur fyrir rekstri fyrirtækisins og öllu sem það á, einnig fyrir lánunum sem það hefur tekið. Ábyrgð eigandans er jafnvel hægt að sækja í allar persónulegar tekjur og peninga sem eigandinn á þegar þarf að greiða skuldir. Hugsið ykkur bankareikning, eignir eins og bíl, o.s.frv.. Dæmi: fyrirtækið þitt verður gjaldþrota og eftir stendur skuld uppá 3 milljón kr. og eigandinn á sjálfur 4 milljónir á bankareikningi. Í því tilfelli geta skulunautarnir (þeir sem lánuðu fyrirtækinu) krafist þess að 3 milljónir af bankareikningnum verið notaðar til að greiða skuldina.

Sameignarfélag: þar sem tveir eða fleiri furmkvöðlar stofna fyrirtæki sem þeir eiga saman. Allir eigendur eru ábyrgir fyrir fyrirtækinu. Þeir bera einnig allir ábyrgð á skuldum fyrirtækisins. Eigendurnir ákveða verkaskiptingu í fyrirtækinu áður en þeir byrja og hve mikla peninga þeir leggja inni fyrirtækið og hve mikið hver og einn mun fá þegar ágóða (gróða) verður skipt á milli eigendanna. Dæmi: Elín, Karl og Björg ætla að stofna sameignarfélag. Elínn leggur fram 3 milljónir króna, Karl 7 milljónir króna og Björg leggur fram 2 milljónir króna. Þau ákveða að Elínn vinni 30 tíma á viku fyrir fyrirtækið, Karl vinni 20 tíma á viku og Björg vinni 40 tíma og að hvert þeirra eigi rétt á að fá 1/3 hluta af hagnaðinum. Ef þetta fyrirtæki mundi verða gjaldþrota mundu eigendurnir, hver og einn, vera persónulega ábyrgir fyrir allri skuldinni. Ef eftirstandandi skuld væri 2,5 milljónir króna gætu lánardrottnarnir hvern eigandan sem er um alla upphæðina.

Hlutfélag er félag manna sem hafa lagt hlut/hluti í formi verðmæta (t.d. peninga) inn í félagið. Þeir eru kallaðir hluthafar. Hver hluthafi á þá visst marga hluti samkvæmt hluthafaskrá. Fjöldi hluta er þá

í samræmi við þá peningaupphæð sem þeir hafa lagt í félagið. Í einkahlutafélagi (ehf) er fjöldi hluta takmarkaður í upphafi og hlutir eru bundnir við nafn hluthafans, sem þýðir að þeir geta ekki selt hlutina til annara að vild. Einkahlutafélagið er ábyrgt fyrir skuldum félagsins, ekki hluthafarnir, sem gjörólíkt miðað við sameignarfélagið og einstaklingsfyrirtækið. Hluthafarnir eiga rétt á því að fá greiddan hagnað í hlutfalli við eign sína í fyrirtækinu. Í einkahlutafélögum er oft stjórn ráðinn framkvæmdastjóri til að reka fyrirtækið.

Almennt hlutafélag með takmarkaða ábyrgð, sem hér verður bara kallað hlutafélag (hf), er fyrirtækjaform sem er líkt einkahlutafélagi (ehf) þar sem hluthafarnir eru eigendur, en hér er fjöldi hluthafa ekki takmarkaður fyrirfram og hlutir eru ekki gefnir út á nafn heldur tilheyra hverjum þeim sem sem keypti þá og er þar með hluthafi. Þegar þú heyrir um sölu hlutabréfa á hlutabréfamarkaði þá er um að ræða svona hluti (hlutabréf). Ef þú mundir kaupa hluti í Símanum hf værir þú einn af eigendum Símans og mundir fá hluta af hagnaði hans í hlutfalli við eign þína þegar hagnaður er greiddur út til hluthafa. Hlutafélag getur átt eignir og skuldir. Sem hluthafi ertu ekki ábyrgur fyrir neinum skuldum hlutafélagsins. Þú getur aðeins tapað þeim peningum sem þú notaðir til að kaupa hlutabréfin, t.d. ef fyrirtækið verður gjaldþrota.

Til viðbótar við rekstrarformin sem nefnd eru hér að framan eru til nokkur önnur rekstrarform, svo sem non-profit stofnanir, samtök eða verkalyðsfélög, samvinnufélög. Leitaðu á internetinu að merkingu þessara hugtaka. (rsk.is og nmi.is)

Fylltu út töfluna á eigin spýtur (ekki með hópnum):

Rekstrarform	Eigandi	Stjórnun	Ábyrgð	Lögaðili	Fjármagn
Einstaklingsfyrirtæki					
Sameignarfélag					
Einkahlutafélag					
Hlutafélag					
Stofnun					
Samtök					
Samlagsfélag					
Samvinnufélag					

Leitaðu að dæmum um þessi ólíku rekstrarform fyrirtækja/félaga á þínu svæði. Spyrðu þessi fyrirtæki um kosti og galla þessara rekstrarforma.

Rekstrarform	Nafn fyrirtækis/félags	Kostir	Gallar
Einstaklingsfyrirtæki			
Sameignarfélag			
Einkahlutafélag			
Hlutafélag			
Stofnun			
Samtök			
Samlagsfélag			
Samvinnufélag			

Verkefni fyrir viðskiptaáætlun þína:

Berið saman mismunandi svör í hópnum. Hugsaðu um þá gerð sem þú myndir velja fyrir þitt fyrirtæki. Til að gera það, þarft þú að svara spurningum hér að neðan, vegna þess að svörin munu hjálpa þér að þróa viðskiptaáætlun þína.

- Hvers konar uppbygging / lögaðili munt þú að velja fyrir fyrirtækið þitt?
- Hverjar eru ástæður fyrir því að þú valdir þetta?
- Vinsamlegast gerðu nákvæma grein fyrir þessu vali.

Ræðið þetta í þaula og gefið ykkur tíma. Ræðið niðurstöðurnar innan hópsins og við mentorinn frá fyrirtækinu. Allir þurfa að vera sammála um það sem var valið, vegna þess að eins og áður var sagt sagð: Að eiga eigin fyrirtæki þýðir að þið hafið lagt ykkur öll fram við stofnun þess.

Gerið stutta skýrslu af umræðuðum og svo þú getur geymt niðurstöðurnar í nemandamöppunni. Hvaða færni í hring 21. Aldar færninni notaðir þú í þessu kennslubræfi? Útskýrðu það í skýrslu í nemandamöppunni. Innihald nemandamöppunnar verður skoðað þegar námsmatið þitt verður gert.

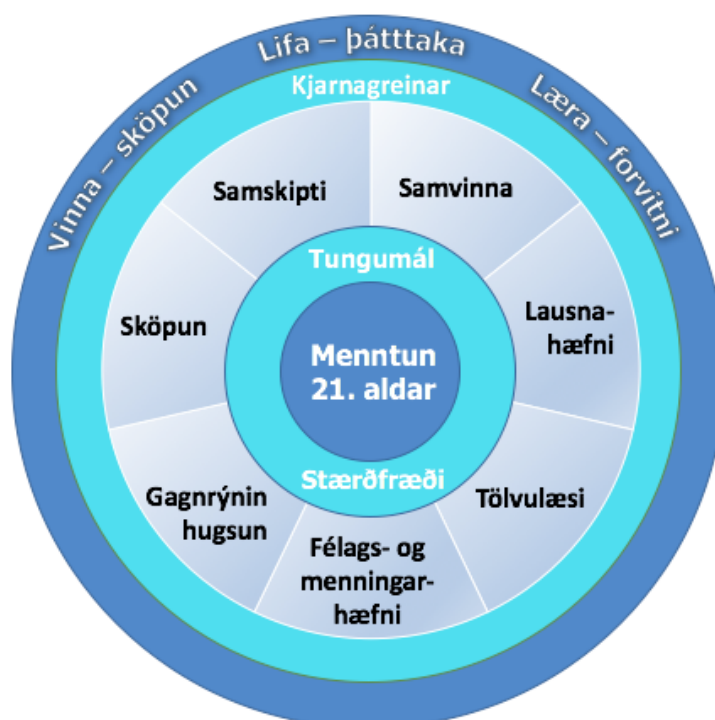
Berðið saman í hópnum hin mismunandi svör sem þið hvert og eitt gáfuð. Hugsaðu um hvaða form þú mundir velja fyrir þitt eigið fyrirtæki.

Hvers vegna mundir þú velja það form?

Hver eru rökin þín fyrir valinu?

Takið góðan tíma í að ræða þetta líka. Allir verða að samþykkja endanlegt val ykkar vegna þess að þeir sem eiga saman fyrirtæki verða leggja hjarta sitt og sál í uppbyggingu fyrirtækisins.

Ræðið niðurstöðuna í hópnum og við fyrirtækja mentorinn ykkar. Hvaða rekstrarform verður valið. Listið upp kosti og galla.





	Merktu við val þitt	Dagsetning	Athugasemd Mentors
STOP			
GO			

5. Markaðssetning

Námskeiðsáætlun: Markaðssetning					
Kennari		Dags.	Tími	Bekkur	Fjöldi nemenda
Efni		Markaðssetning			
Námsefni		Námsbréf “Markaðssetning”, leiðarvísir hvernig eigi að taka viðtöl.			
Byrjunarstaða		Nemendur vita líklega ýmislegt um markaðssetningu án þess að vita að það sé markaðssetning.			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur geta skýrt hvað markaðssetning er með tillit til 7P: Product, Price, Place, Promote, Process, People, Physical evidence. Nemendur geta búið til könnun (spurningalista í pósti) og nota aðferðina til að ná í þau gögn sem eru nauðsynleg.			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur læra að vinna saman Nemendur þora að vera öðruvísi en aðrir (sýna sköpunarhæfileika sína) Nemendur þora að tjá gagnkvæma gagnrýni (hugsa á gagnrýninn hátt) Nemendur læra að búa til rafræna könnun (tölvulæsi – e. ICT-literacy).			
Tími	Námskeiðs-hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og kennsla	Nemendur vita hvað markaðssetning er og þeir þekkja mismunandi þætti “marketing mix” (sjá t.d. 7P). Þeir skilja gildi markaðs-rannókna.	Koma af stað lærdómsmið-aðri umræðu um efni sem dregur fram þekkingu sem þegar er til staðar og bæta síðan við nýjum þáttum.	Hlusta á hvert annað og tjá eigin skoðanir í umræðum.	Stöðumat, tilgreina og tengja upplýsingar.
	Verkefni	Nemendur vita hvernig góð markaðsrannókn á að vera. Þeir eru færðir um að túlka niðurstöður markaðsrann-sóknar. Verkefnið hvertur nemendur til að vinna saman.	Leiðbeina og þjálfa rannsóknar vinnu um leið og samvinnu ferlið er styrkt.	Búa til spurningalista, senda hann út og safna gögnunum saman.	Tilgeina og nýta gagnrýna vinnslu gagna. Vinna með jafningjum.
	Mat	Nemendur vita til hvers er ætlast af fyrirtækinu þeirra og eru meðvitaðir um þarfir og kröfur viðskiptavina á svæðinu.	Safna saman verkefnunum, taka ákvörðun um stop/go. Meta samvinnuferlið.	Nemendur skila verkefnunum og bíða þess að fá stop/go. Þeir meta verk sín sem hópur.	Meta, greina, lagfæra, aðlaga og pæla.

5. Bréf - Markaðssetning

Til að byrja með skalt þú ræða í hópnum um hvað þú heldur að átt sé við með hugtakinu “markaðssetning”.

Markmið: nemendur munu nota markaðssetningu til að skilgreina fyrirtækið sitt

Sem eigandi fyrirtækis, muntu reyna að selja eins mikið og þú getur til að hámarka hagnað þinn. Um það snýst rekstur fyrirtækis sem stundar viðskipti. Þú getur hagnast á því að selja (áþreifanlegar) vörur eða með því að (selja þjónsutu) eða jafnvel blöndu af þessu tvennu. Af hvorri gerðinn verður þitt fyrirtæki?

Það er sannarlega mikilvægt að vita hvort raunveruleg eftirspurn er eftir vörunum þínum og þjónust. Munu viðskiptavinirnir verða tilbúnir til að borga fyrir vörurnar og/eða þjónustuna? Hvernig reiknar þú út verð varanna/þjónustunnar? Hvar mundir þú staðsetja fyrirtækið þitt? Hvers konar þjónstu munt þú bjóða viðskiptavinum þínum? Hvað með ytra útlit fyrirtækisins: hvernig mun það líta út? Hverjir eru keppinautarnir og hvernig munt þú aðgreina þig frá þeim; vera öðruvísi en þeir.

Markaðssetning stendur fyrir allt sem þú getur tekið þér fyrir hendur til að selja vörur þínar eða þjónustu. Markaðssetningu má skipta í eftirfarandi: Vörustefnu (hér eftir þýðir vara einnig þjónusta), Verðstefna, Staðsetningarstefna, Markaðsstefna, Starfsmannastefna, Kynningarstefna. Þetta er kallað “the 6 P’s” á ensku þar sem öll orðin byrjar á P: Product, Price, Place, Promotion, Personnel og Presentation, (Þéin geta verið frá 4 til 7 eftir því hvaða færði eru skoðuð). Í næstu Námsbréfum verður litið nánar á þessi “P” og þú munt skoða þau í smáatriðum fyrir fyrirtækið þitt. Það er mjög mikilvægt að tryggja að Þéin þín séu heildstæð. Auðvitað getur þú keypt eða leigt fínt húsnæði sem er miðsvæðis á fyrsta flokks stað, en passar það við fjárhagslega stöðu þína og þá peninga sem þú átt til? Passar það og er það aðlaðandi fyrir markhópin þinn? Sannarlega erfið spurning

Áður en þú nokkuð, verður þú að gera nokkrar mikilvægar rannsóknir: hverjar eru þarfir/kröfur viðskiptavinnanna? Að hverju eru þeir að leita? Ertu fær um að skaffa það? Þetta er það sem við köllum **markaðsrannsókn**. Þú átt að semja og skrifa spurningalista til að finna út hvað markaðurinn þarf eða vill. Hannaðu spurningalista sem er vel skipulagður og auðskilinn. Skoðaðu eftirfarandi vefsíður (sem eiga við um hvert þátttökuland, og eru allar um markaðsrannsóknir):

<https://www.ondernemersplein.nl/ondernemen/markt/marktonderzoek>

<https://www.ikgastarten.nl/marketing-en-verkoop/5-manieren-om-marktonderzoek-te-doen>

<http://www.mkb servicedesk.nl/1218/hoe-doe-marktonderzoek.htm>

Þú átt að gera markaðsrannsókn. Eftirfarandi atriði verða að vera með:

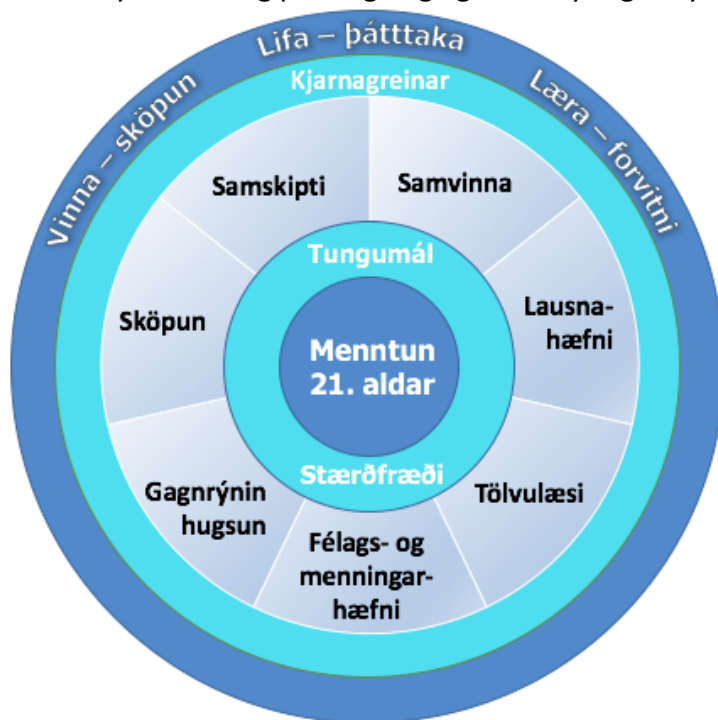
1. Hvað vilja viðskiptavinirnir (vöruhegund, verð, staður, þjónusta o.s.frv.)
2. Hverjir eru keppinautar mínir (nöfn fyrirtækja, vöruheði og verð)
3. Hvernig get ég látið mitt fyrirtæki skara framúr þessum keppinautum
4. Hver er framtíðarsýnin

Markaðsrannsókn er ekki auðveld; taktu þér tíma (og tíma félaganna) til að hugsa þig rækilega um. Að spurningin er: Hvað vil ég, sem frumkvöðull, vita um framtíðarviðskiptavinini mína.

https://www.youtube.com/watch?v=fleZHULOH_o (Hér er got að skipta út fyrir innlendar vefsíður, ef það er mögulegt).

Búðu til góða rannsókn sem mun hjálpa þér og fyrirtæki þínu að komast af stað. Fyrst vinnur þú í spurningarlistanum; lætur mentorinn skoðan hann. Þegar þú hefur fengið “go” leggur þú hann fyrir að minnsta kosti 50 manns til þess að fá góða mynd af markaðnum fyrirtækið þitt fer inná. Gangið úr skugga am að hópurinn taki myndir á meðan rannsóknin er gerð.

Ræddu það sem þú hefur komist að við hópin og mentorinn. Skrifaðu upp niðurstöðurnar úr markaðsrannsókninni á eins skýran hátt og þú mögulega getur. Skýringarmyndir hjálpa oft.



	Merktu við þitt val	Dagsetning	Athugasemd Mentors
STOP			
GO			

6. Vara 1

Námskeiðsáætlun: Vara I					
Kennari		Dags.	Tími	Bekkur	Fjöldi nemenda
Efni		Vara I			
Námsefni		Námsbréf “Vara I”			
Byrjunarstaða		Nemendur hafa framkvæmt markaðsrannóknir sínar og munu nú yfirfæra þær í vörur og/eða þjónustu sem þeir ætla að selja.			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur eru færir um að greina framleiðsluvörur í flokka. Nemendur geta greint í sundur eftir flokkum. Nemendur geta sagt til um hvort vörulína er breið, djúp, smá, o.s.frv.			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur læra að vinna saman. Nemendur læra að aðgreina sig frá öðrum (sköpun). Nemendur læra að hugsa á gagnrýninn hátt. Nemendur læra að eiga samskipti.			
Tími	Námskeiðs-hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og kennsla	Með umræðum í smáum hópum munu nemendur komast að því hvað “vörustefna” er.	Leiða umræður nemenda-hópsins.	Ræða saman í hóp hvað vörustefna er án þess að hafa fengið útskýringar á hugtakinu fyrirfram.	Stöðumat
	Verkefni	Nemendur geta greint vörur í flokka. Þeir þekkja mismunandi leiðir til að setja saman vörulínur. Nemendur vita hvort þeir muni framleiða eigin vörur (og hvað þarf til að gera það) eða kaup þær tilbúnar til sölu.	Úthluta verkefnum og leiðbeina hópvinnunni.	Nemendur velja vöru til að selja og bera saman verslanir sem eru aktívar í sömu grein eða markaðsgeira. Þeir rannsaka birgja fyrir greinina og gera skýrslu.	Skilgreina og nota gagnrýna gagnavinnslu. Vinna með jafningjum.
	Mat	Nemendur vita hvers konar vörur þeir vilja selja og hvort þeir ætla að framleiða þær eða kaupa þær tilbúnar til sölu. Þeir hafa gert samanburð á birgjum.	Taka við verkefunum og taka stop/go ákvarðanir. Skoða hópvinnuferlið.	Skila verkefnum og bíða eftir stop/go ákvörðuninni. Meta hópvinnuna..	Meta, greina, aðlaga og pæla.

6. Bréf - Vara I

Í fyrri námshluta kynntist þú nokkrum mikilvægum hliðum markaðssetningar. Þú framkvæmdir líka markaðsrannsókn fyrir fyrirtækið þitt.

Í þessum námshluta munt þú skoða “vörustefnu”. Hvað kemur upp í huga þinn þegar talað er um vörustefnu? Sestu niður með hópnum þínum og ræddu efnið áður en þú lest lengra í þessu námsbréfi.

Markmið: Nemendur vita hvaða vöru þeir ætla að selja og framkvæma rannsókn.

Horfðu á þessa kvikmynd á youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=r797giVmCQc> (Skiptið út fyrir innlenda mynd ef hægt er)

Þú ert nú þegar byrjaður að vinna með “marketing mix”. Þú hefur skoðað mismunandi “P”. Nú snúum við okkur að vörustefnunni, sem er erfiður þáttur. Ætlar þú að bjóða góða þjónustu(vöru) þar sem mikil eftirspurn er og mikil sala (hugsaðu um brauð), eða ætlar þú að selja vöru sem hefur litla eftirspurn en mikinn hagnað af hverju stykki? Þú og þitt fyrirtæki hefur valið ákveðna vöru. Hvers vegna þessa vöru? Hvers vegna viltu endilega selja þessa vörur eða þjónustu? Ertu búin(n) að athuga eftirspurnina?

Hægt er að skipta vörum í flokka.

1. Dagvörur: þetta eru venjulegar vörur; viðskiptavinir kaupa þær “sjáfvirkt”, þ.e. án þess að hugsa mikið eða sækjast eftir meiri upplýsingum um vörurnar. Viðskiptavinir leggja ekki mikið á sig. Dæmi um dagvörur eru: mjólk, egg, brauð og snakk.

Sérvörur: þetta eru vörur sem viðskiptavinirnir kaupa eftir að hafa hugsað um hvað þeir þurfa og vilja. Þú ferð á milli búða til að kaupa sérvörur, verðið á þeim er ekki mjög hátt og þú kaupir þær ekki oft á ári. Dæmi um sérvörur eru: föt, skór og skrautmunir fyrir heimilið.

Sérstakar vörur: áður en þú kaupir þessar vörur eyðir þú tíma og fyrirhöfn valið. Hér er um að ræða mjög dýrar vörur, eins og bíla, skartgrip, hljómtækjasamstæður o.s.frv..

Horfðu á þessa kvikmynd á youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=diyDm8Q4iX4> (Ef mögulegt, þá skiptið út fyrir innlent dæmi)

Með hvaða vöruflokk ætlar þú að vinna með? Dagvörur, sérvörur eða sérstakar vörur? Hverjar eru ástæðurnar fyrir þessu vali? Getur þú sett hjarta þitt og sál í að vinna að því að selja þessa vöru? Er þetta raunverulega það sem þú vilt?

Ræddu það í hópnum hvaða vöruflokk þú/þið ætlar/ætlið að selja. Listið upp kosti þess og galla að vinna með þennan vöruflokk.

Auk þess að hugsa um að selja vöru, þarft þú einnig að hugsa um vörulínuna sem heild. Munt þú selja eina útgáfu vörunnar eða vörulínu? Munt þú selja vörur sem tengjast eins og geisladiskar og geislaspilarar eða reiðhjól og létt bifhjól, eða viltu frekar vinna með einstaka vöru en frá mismunandi framleiðendum og í mismunandi útgáfum (t.d. reiðhjól en mismunandi gerði bæði fyrir börn, konur, menn og allar þessar ólíku aðstæður; langferðir og sport o.s.frv.)

Breidd vörulínunnar: ef þú selur margar mismunandi vörur þá ertu með breiða vörulínu; ef þú ert með fáar mismunandi vörur, þá er það kölluð þröng vörulína.

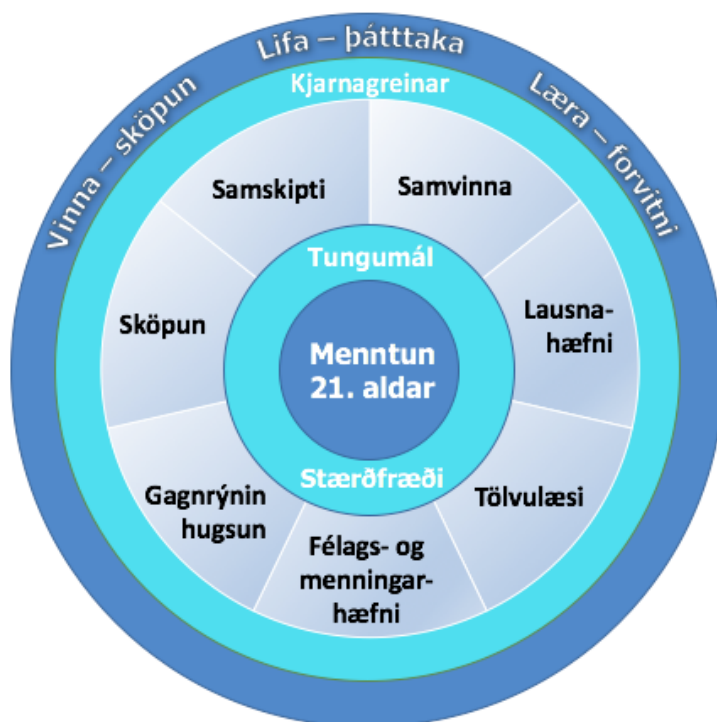
Dýpt vörulínunnar: ef þú selur margar mismunandi útgáfur og vörumerki af fáum vörutegundum, þá er vörulínan djúp. Ef ekki þá er vörulínan sögð vera flöt.

Þú hefur valið sérstaka vöru. Farðu í að minnsta kosti fjórar mismunandi verslanir (keppinautar) sem selja sömu (gerð af) vöru og ljúktu við töfluna hér fyrir neðan. Að sjálfsögðu mun taflan í heild einnig verða í nemandamöppunni þinni.

Nafn fyrirtækisins	Breið / þröng vörulína	Djúp / flöt vörulína

Þú hefur hugsað mikið um vöruna sem þú ætlar að selja. Ætlar þú að framleiða hana sjálfur eða ætlar þú að kaupa hana og endurselja hana? Nú munt þú fara og gera rannsókn varðandi hráefnisbyrgja sem koma til með að skaffa efni sem þú þarft til að framleiða vöruna sjálfur. Ef þú kaupir vörur og endurselur þær þarft þú vita hver getur skaffað vörurnar sem þú þarft.

Skrifaðu niðurstöður rannsóknarinnar í nákvæma og yfirlýðingarmikla skýrslu sem inniheldur allar upplýsingar um birgja, hráefni og vöruna sjálfa, sem eru mikilvægar fyrir fyrirtækið þitt. Ræddu skýrsluna við mentorinn þinn og skipstu á endugjöf endurgjöf um það sem þú hefur komsit að við félagi þína í hópnum.



	Merkstu við þitt val	Dagsetning	Athugasemd Mentors
STOP			
GO			

7. Vara II

Námskeiðsáætlun: Vara II					
Kennari		Dags.	Tími	Bekkur	Fjöldi nemenda
Efni		Vara II			
Námsefni		Námsbréf “Vara II”			
Byrjunarstaða		Nemendur vita hvaða vöru/þjónustu þeir ætla að selja með fyrirtækinu sínu. Þeir hafa gert kannanir á birgjum og keppinautum og kannað þannig stöðu sína.			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur munu útfæra vörustefnu sína, eftir leiðbeinandi spurningum í námsbréfinu.			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur læra að tjá sig. Nemendur þroska tölvulæsi. Nemendur læra að vinna saman. Nemendur læra að aðgreina sig frá öðrum (sköpun).			
Tími	Námskeiðs-hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og kennsla	Með því að ræða saman í hópum komast nemendur að því hvaða þarf að gera varðandi vörustefnuna. Þeir skipta verkum milli meðlima hópsins.	Leiðbeina nemendunum í umræðu innan hópsins.	Ræða í hópnum um viðmið varðandi vörustefnuna og komast að samkomulagi um hönnun og umbúðir. Þeir sammælast um verkaskiptingu þar sem allir í hópnum hafa sitt verkefni.	Greina, skilgreina, velja, vinna með upplýsingar með gagnrýnum huga.
	Verkefni	Nemendur útfæra ákveðnar aðstæður til að vinna með sína vöru. Þeir nota mismunandi forrit við úrvinnslu upplýsinganna.	Leiðbeina í sköpunarferlinu, hjálpa við notkun tölvuforrita.	Nemendur útfæra þær forsendur sem eru fyrir því að vinna með vöruna og nota til þess mismunandi tölvuforrit. Um-búðir, þjónusta, nafn vörunnar ... o.s.frv.	Ákvarð og nota gagnrýna meðhöndlun gagna. Vinna með jarfningum. Tölvulæsi.
	Mat	Nemendur hafa skilgreint sína vörustefnu og þeir hafa unnið vel saman til að þessum árangri.	Taka við verkefnum og ákveða stop/go. Skoða ferli samvinnu nemenda.	Skila verkefnunum og bíða eftir stop/go. Meta hópvinnuna.	Meta, greina, lagfæra, pæla.

7. Bréf - Vara II

Í námsbréfi 6 skoðaðir þú sumar hliðar vörustefnu. Nú munt þú raunverulega byrja að vinna að vörunni þinni.

Markmið: að hanna vöruna þína.

Þú og fyrirtækið þitt vitið nú hvers konar vöru eða þjónustu þú ætlar að afhenda.

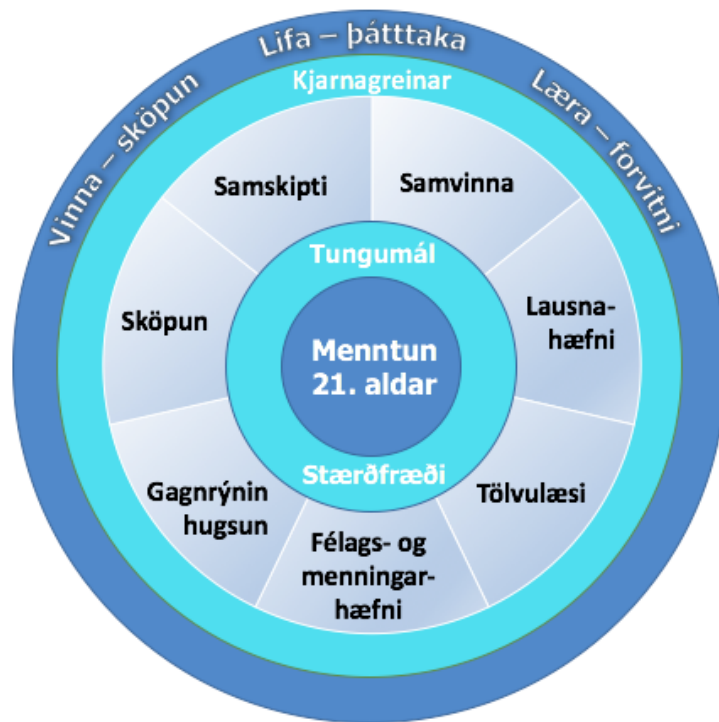
Á meðan þú vannst samkvæmt námsbréfi um vöru I hefur þú skoðað fyrirtæki og keppinauta í tengslum við vörustefnu. Nú áttu að svara eftirfarandi spurningum með hópnum þínum. Þið skulið því eiga góðar samræður, skrifa niður það sem er samþykkt og ákveðið að gera. Tryggið að allir taki þátt í umræðunum og komist að með sitt framlag, svo til verði skýrt sammæli um hvernig hlutirnir muni þróast og sérstaklega ástæður þess að þið völduð viðkomandi valkosti.

1. Hvaða gæðakröfur eru gerðar vörunnar sem þú hefur valið? Ahugið hvort þig finnið líka síðu á íslensku: <http://www.ondernemersplein.nl/artikel/producteisen/>
2. Lýstu virkni (notkun) vörunnar.
3. Hvaða (mikilvægu) eiginleika þarf varan að hafa?
4. Ætlar þú að bjóða vöruna í mismunandi útfærslum?
5. Hvaða ímynd mundi ég vilja að varan hefði?
6. Hvernig munu pakkningarnar líta út?
7. Hvaða lit, lögun o.s.frv., ætlar þú að gefa vörunni?
8. Hvað á varnan að heita?
9. Ætlar þú einnig að bjóða uppá undirlínu af vörum (afleiður)?
10. Ætlar þú að selja vöruna með einhvers konar ábyrgð?
11. Hvernig ætlar þú að takast á við þjónustubáttinn?
12. Hvað gerir vöruna þína einstaka?

Eins og þú getur séð, er hægt að spyrja margra spurninga um vörustefnunar þína. Nú munt þú raungera svörin með því að nota forrit: teiknaðu/hannaðu vöruna þína, pakkningarnar, mismunandi útfærslur o.s.frv. Settu inn á hönnunina/teikningarnar, ástæðuna fyrir vali þínu. Þú vilt sem fyrirtæki kynna kristal tæra sögu. Þú getur notað mismunandi tölvuforrit, eftir geðþóttu. Hugsaðu um Paint, Publisher, Spaceclaim, 3D design software, o.s.frv.

Þetta námsbréf örvar sköpunina.

Sýndu þjáfurum þínum það sem þú hefur skapað (mentorum og kennaranum). Skiptið verkum á skýran hátt, vegna þess að þetta er mikið verk ef þið viljið gera þetta vel.



	Merktu val þitt	Dagsetning	Athugasemd Mentors
STOP			
GO			

8. Vara III

Námskeiðsáætlun: Vara III					
Kennari		Dags.	Tími	Bekkur	Fjöldi nemenda
Efni		Vara III			
Námsefni		Námsbréf “Vara III”			
Byrjunarstaða		Nemendur hafa að fullu lokið við vörustefnu sína í fyrri verkefnum.			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur vita hvað hugtakið félagslega ábyrg nýsköpun þýðir og geta tengt það við fyrirtækið sitt.			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur læra að tjá sig. Nemendur læra að vinna saman. Nemendur þroska tölvulæsi. Nemendur þroska félags- og menningarlega færni sína.			
Tími	Námskeiðs-hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og kennsla	Nemendur ræða innan hópsins um félagslega ábyrga nýsköpun og reyna að finna út hvað þetta hugtak þýðir.	Leiðbeina nemendum í umræðunum	Ræða hugtakið samfélagslega ábyrg nýsköpun.	Rannsaka og uppgötva.
	Verkefni	Nemendur skilja hvað félagslega ábyrg nýsköpun stendur fyrir og þeir eru geta tengt hugtakið við sitt fyrirtæki.	Leiðbeina og þjálfar nemendurnar í vinnunni. Styðja notkun á forritum s.s. Publisher, Paint, Prezi o.s.frv.	Hanna og skrifa bækling um samfélagslega ábyrga nýsköpun; þeir byggja þetta hugtak inn í vörustefnuna og kynna hana síðan með Powerpoint eða Prezi.	Skilgreina, beita og vinna með upplýsingar með gagnrýnum huga. Vinna saman, tölvufærni.
	Mat	Nemendur eru færir um að kynna vörustefnu sína fyrir kennara/þjálfara.	Skoða kynninguna og ákveða stop/go	Kynna verkefnið og bíða eftur stop/go	Meta, greina, aðlagða, þæla og kynna.

8. Bréf – Vara III

Þú hefur nú þegar unnið samkvæm tveimur námsbréfum um vörustefnu. Þetta námsbréf mun draga athygli þína að hugmynd sem kölluð er “félagslega ábyrg nýsköpun”. Eyddu nokkrum tíma með hópnum þínum til að ræða og skiptast á skoðunum um það sem ykkur kemur í hug þegar þið skoðið þessa hugmynd.

Markmið: Nemendur vita hvað félagslega ábyrg nýsköpun merkir og þeir geta tengt hana við sitt fyrirtæki.

Þú hefur hugsað rækilega um vörustefnu, sem er mjög mikilvægur hluti markaðsblöðunnar (Péin). En hversu vel sem þú hefur unnið, þá er það varan, og þar með ánægðir viðskiptavinir, sem tryggir góðan árangur.

Þú hefur nú líka ákveðið hvaða vöru þú ætlar að afhenda. Þú þróaðir hönnina og bjóst til teikningar af vörunni, pakkningunum, vörumerkinu auk þess að búa til heildstæða sögu um allt þetta þannig að vörustefnan er nærri fullkláruð ...

Við viljum að þú horfir á eftirfarandi kvikmyndir:

http://www.npo.nl/economie-voor-het-vmbo/04-03-2013/NPS_1218777

https://www.youtube.com/watch?v=Cljz_dvs5Ao

(Finna þarf sambærilegar myndir á íslensku ef mögulegt er)

Ábyrgð frumkvöðlastarf (eða sjálfbært frumkvöðlastarf) er heitur atriði. Við verðum að halda framtíð Móður Jörð okkar í huga, verðum við að íhuga umhverfið. Svo, hvernig er hægt að og fyrirtæki þitt stuðla að koma á sjálfbærri umhverfi og að baráttuna fátækt?

Félagslega ábyrg nýsköpun (eða sjálfbær nýsköpun) er brýnt umræðuefni. Við verðum að hugsa um framtíð móður jarðar, við verðum að taka tillit til umhverfisins. Svo, hvernig og hvað getur þú og þitt fyrirtæki lagt af mörkum til þess að stuðla að sjálfbærri þróun og berjast gegn fátækt? Hugsaðir þú einhvern tíma um það? Sestu niður með hópnum þínu og hugsið upphátt um um hvað þið getið gert þegar kemur að “félagslega ábyrg og sjálfbær nýsköpun”. Hvernig munt þú miðla þessu til viðskiptavinnanna? Mun það auka kostnaðinn? Hvað finnst þér um félagslega ábyrga nýsköpun? Ef þú vilt gera þetta, verður þér að finnast þetta nauðsynlegt, annars munu viðskiptavinirnir sjá í gegnum sögu þína og halda að ekki sé hægt að treysta þér. Ræðið þetta í hópnum.

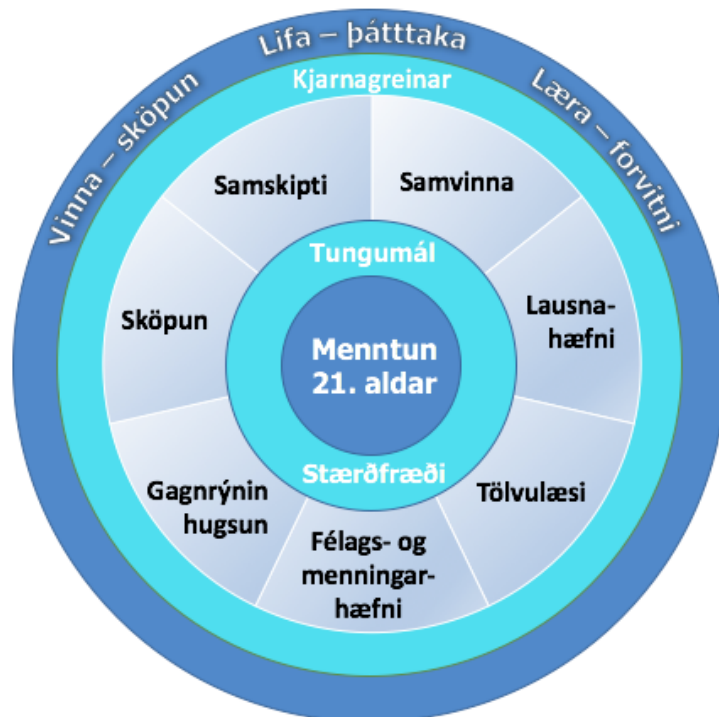
Hvað þarf ég til þess að hafa samskipti við umheiminn? Ætti ég leggja áherslu á mína vöru / þjónustu eða þann félagsauð sem fylgir vörunni/þjónustunni? Þessi spurning virðist mjög oft koma upp. Við teljum að verðmæti vörunnar / þjónustunnar sé það mikilvægasta. Það sé eingöngu þetta sem þurfi að vera í lagi, að öðrum kosti sé tilvera fyrirtækisins ekki réttlætanleg. Þín saga saga um félagslega ábyrga nýsköpun getur hins vegar komið sér vel þegar um er að ræða fjármögnun og þegar viðskiptavinur snúa sér aftur til þín, þrátt fyrir að þín vara sé etv. svolítið dýrari en annars staðar. Einnig getur þetta skipt máli þegar kemur að áhugahvöt starfsmanna eða þegar þarf að finna samstarfsaðila.

Þú hefur nú horft á kvikmyndirnar. Þú átt nú að búa til bækling í Publisher um félagslega ábyrga og sjálfbæra nýsköpun. Þú getur notað slóðina hér fyrir neðan til að finna stuðning fyrir sögu þína og fullyrðingar.

<http://www.rvo.nl/onderwerpen/internationaal-ondernemen/mvo>

Kynntu vörustefnuna þína sem eina samþætta hugmynd með Powerpoint eða Prezi. Með öðrum orðum: sameinaðu niðurstöður námsbréfa 6 til 8 (vörustefna 1, 2 og 3) í eitt samþætta einingu sem

verður að alsherjar kynningu á fyrirtækinu þínu og vörunni. Þú átt að kynna þetta fyrir þjálfaranum/kennaranum. Hann mun fara yfir vörustefnuna með hópnum þínum.



	Merkstu við þitt val	Dagsetning	Athugasemd Mentors
STOP			
GO			

9. Staðsetningarstefna I

Námskeiðsáætlun: Staðsetningarstefna I					
Kennari		Dags.	Tími	Bekkur	Fjöldi nemenda
Efni		Staðsetningarstefna I			
Námsefni		Námsbréf “Staðsetningarstefna I”			
Byrjunarstaða		Nemendurnir hafa gert markaðsrannsókn til að ákvarða ídeal staðsetningu fyrir fyrirtækið sitt sem er að fæðast. Þeir hafa takmarkaða þekkingu á ráðningu starfsfólks eða kaupum á húsnæði í viðskiptalegum tilgangi.			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur eru meðvitaðir um kosti og galla þess að kaupa eða leigja húsnæði. Þeir kunna að nota Visio forritið til að teikna kort eða skipulag af lager. Nemendur geta áætlað kostnaðinn við að kaupa eða leigja húsnæði fyrir fyrirtækið að meðtöldum lagernum fyrir birgðir sem þeir þurfa.			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur læra að vinna saman Nemendur þróa tölvufærni sína áfram. Nemendur eru færir um hugsa á gagnrýnin hátt.			
Tími	Námskeiðs-hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og kennsla	Nemendur eru færir um að benda á kosti og galla þess að kaupa eða leigja atvinnuhúsnæði fyrir fyrirtækið sitt.	Útskýrir stuttlega hugtökin að “kaupa” og “leigja”. Hvetur nemendur til að gera sína eigin rannsókn.	Upplýsingaleit á netinu.	Geina og skipuleggja upplýsingarnar .
	Verkefni	Nemendur ákveða hvort þeir vilja kaupa eða leigja atvinnuhúsnæði. Þer eru færir um að ákveða staðsetningu sem hentar best samkvæmt markaðsrannsókninni þeirra. Nemendur eru færir um að skipuleggja og hanna lóðina í Visio forritinu.	Leiðbeina og þjálfa aðgerðirnar. Sjá viðbótar leiðbeininga hér neðar.	Þau vinna að verkefninu; selja eða leigja. Þau leita á netinu að upplýsingum og nota funda.nl eða svipuð leitarforrit til að finna hús, skrifstofur, verslunarhús-næði til að finna hentugan stað á sínu nærsvæði. Þau hanna lóðina fyrir starfsemina í Visio eða samsvarandi forriti.	Greina, nota, vinna út gögnum með gagnrýnum huga, velja.
	Mat	Nemendurnir hafa fundið heppilega staðsetningu fyrir fyrirtækið og hafa ákveðið hvort þeir ætla að kaupa eða leigja.	Meta verkefnin og taka stop/go ákvörðun.	Skila inn verkefninu og gera lagfæringar eftir þörfum.	Greina, lagfæra, meta. Diagnosing, adjusting, evaluating.

9. Bréf - Staðsetningarstefna I

Þú hefur nú lokið námskeiðunum um vörustefnu. Nú átt þú að vinna að staðsetningarstefnunni, staðnum fyrir fyrirtækið þitt. Hvað dettu þér í hug þegar þú heyrir hugtakið staðsetningarstefna?

Markmið: Nemendur eiga að leita að hentugum stað og húsnæði fyrir fyrirtækið sitt.

Þú hefur framkvæmt markaðsrannsókn, sem gaf þér svör við spurningu eins og: hvar þarf ég að staðsetja fyrirtækið mitt til að tryggja það að viðskiptavinir geti fundið og keypt vörur mínar eða þjónustu. Þarf það að vera fyrsta flokks staðsetning í miðri borg eða bæ, miðlungs góð staðsetning eða mundi einfalt rými í "bakstræti" duga alveg eins vel. Hverning er staðan varðandi bílastæði, hvað um dreyfingu ættir þú að vera nær aðalbrautum til að auðvelda flutninga að og frá?

Farðu og leitaðu að réttri staðsetningu fyrir fyrirtækið þitt í þeim bæ sem þú kýst. Þetta gæti verið í bænum eða þropinu þar sem þú býrð eða í nágenninu.

Munt þú kaupa eða leigja húsnæðið? Veldu og útskýrðu valið í töflunni hér fyrir neðan. Settu niðurstöðurnar í verkmöppuna þína.

	Leigja húsnæði fyrir fyrirtækið	Kaupahúsnæði fyrir fyrirtækið
Kostir		
Gallar		

Hvaða viðmið eiga við staðsetninguna þína? Hvers konar kröfur þarf að uppfylla? Ræddu þetta í hópnum þínum. Farðu til fasteignasala og skoðaðu hvaða möguleikar á staðsetningu eru í boði. Stendur hentug staðsetning til boða, sem uppfyllir allar kröfur þínar? Þú getur líka leitað á vefsíðum á netinu að stöðum fyrir fyrirtæki. Taktu ljósmynd af staðnum sem þú valdir.

Verkefni fyrir viðskiptaáætlun:

Lýsa umhverfi staðsetningu fyrirtækis þíns

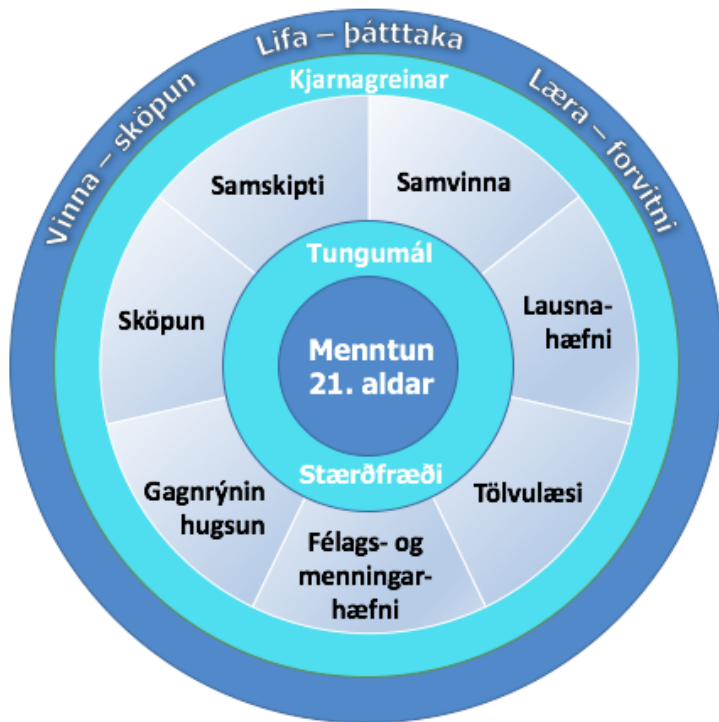
- Af hverju velur þú þessa staðsetningu?
- Ætlar þú að leigja eða kaupa sæti? Útskýrðu ákvörðun þína.
- Reikna (áætlað) kostnaði við staðsetningu á ári

Verkefni fyrir viðskiptaáætlun þína:

1. Lýstu staðsetningu og umhverfi fyrirtækisins
2. Hvers vegna velur þú þennan stað?
3. Ætlar þú að kaupa eða leigja staðinn.
4. Reiknaðu (áætlaðan) árlegan kostnað við staðsetninguna.

Teiknaðu grunnmynd af húsnæðinu í MS Visio (eða samsvarandi). Útskýrðu á þessari teikningu hvernig þú ætlar að skipuleggja skrifstofuna, verslunina eða framleiðslurýmið. Útskýrðu hvers vegna þú valdir staðinn og hvers vegna þú ákvaðst að raða herbergjunum svona. Hvað mun þetta kosta? Settu allar þessar niðurstöður í verkmöppuna (Grunnteikningar, töflur, ljósmyndir, ástæður fyrir kaupum/leigu, kostnaðarútreikninga, skýringar).

Láttu mentorinn þinn fara yfir staðsetninguna og fyrirkomulagið í inni rýminu. Mentorinn mun fjalla í hópnum um ferlið, að vinna staðsetningarstefnuna og hann mun einnig meta framvinduna.



	Merktu valið	Dagsetning	Athugasemd Mentors
STOP			
GO			

10. Staðsetningarstefna II

Námskeiðsáætlun: Staðsetningarstefna II					
Kennari		Dags.	Tími	Bekkur	Fjöldi nemenda
Efni		Staðsetningarstefna II (reglur og leyfi)			
Námsefni		Námsbréf “Staðsetningarstefna II”			
Byrjunarstaða		Nemendur hafa nú þegar valið staðsetningu eða húsnæði þar sem þeir ætla að setja fyrirtækið á fót.			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur vita hvaða reglur gilda þegar koma á upp fyrirtæki á tilteknum stað. Nemendur vita hvaða leyfi þeir þurfa til að fá formlegt samþykki fyrir að koma á fót fyrirtæki og hve mikið þessi leyfi kosta.			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur læra að vinna saman Nemendur læra að hugsa lausnamiðað Nemendur læra að tjá sig við hvern annan á gagnrýninn hátt.			
Tími	Námskeiðs-hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og kennsla	Nemendur læra um mismun milli mögulegra staðsetninga fyrir fyrirtækin þeirra en líka viðeigandi þætti varðandi næsta nágreanni.	Hvetja nemendur til að sýna bekkjar-félögum sínum staðsetningu eða húsnæði sem þeir hafa valið fyrir fyrirtækið sitt og ræða kosti og galla staðsetningarinnar eða húsnæðisins.	Nemendur halda stutta kynningu fyrir bekkjarfélaga sína á staðsetningu eða húsnæði fyrirtækis þeirra og ræða kostina og gallana.	Greina, kynna, kunna að meta.
	Verkefni	Nemendur læra um margs konar reglur og leyfi sem gilda um að koma á fót og staðsetja fyrirtæki þeirra.	Leiðbeina, kenna og þjálf.	Framkvæma rannsókn á reglum og leyfum sem eiga við um þá gerð fyrirtækis sem þeir vilja koma á fót. Þekkingin og reynslan sem fékkst er sett fram í skriflegri skýrslu (Word).	Rannsaka, stilla upp og lýsa niðurstöðunum.
	Mat	Nemendur skila (skriflegum) niðurstöðum vinnu sinnar.	Kennari metur niðurstöður verkefnisins og gefur út stop/go ákvörðun.	Skila skýrslu, lagfæra og betrubæta eins og þarf.	Meta.

10. Bréf - Staðsetningarstefna II

Þú hefur, í samræmi við síðasta námsbréf, rannsakað hentugar stað (húsnæði) fyrir fyrirtækið þitt. Hvað valdir þú og hvers vegna? Tókstu tillit til birgja þinna, viðskiptavina og geymslurýmis? Ætlar þú að leigja eða kaupa?

Markmið: Nemendur öðlast þekkingu á réttindum, skyldum og leyfum eða heimildum sem þeir þurfa til að stofna fyrirtæki.

Sennilega verður þú að breyta byggingunni í samræmi við óskir þínar og til að hún verði aðlaðandi fyrir viðskiptavinina. Hugsaðu um innréttingu húsnæðisins. Það er ekki alltaf hægt bara að byrja uppbyggingu, í sumum tilfellum verður þú að fá opinbert samþykki og til að fá það, þarft þú að leggja fram formlega beiðni, þ.mt upplýsingar um uppbyggingu eða byggingaráætlun. Það eru einnig fleiri reglur og leyfi sem þarf til að stofna fyrirtæki.

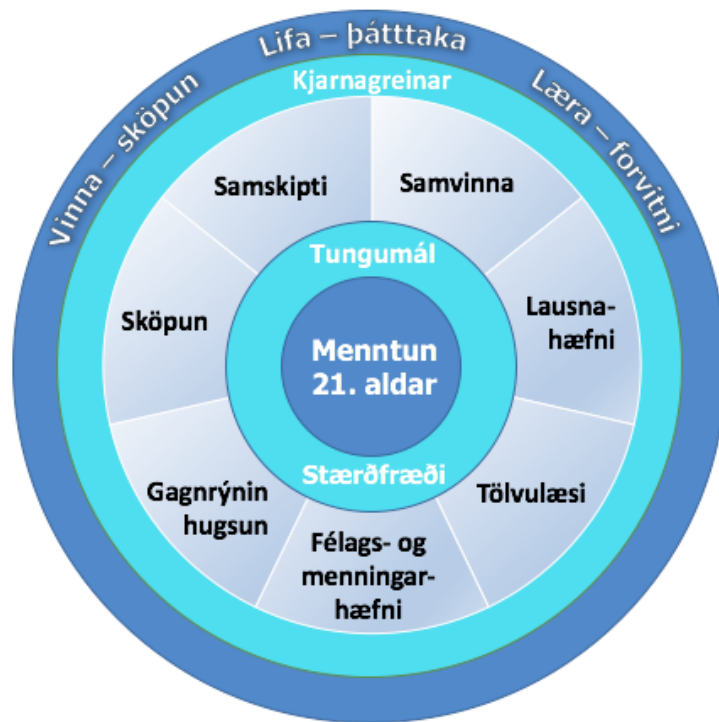
Heimsæktu opinbera vefsíðu sveitarfélagsins þar sem þú ætlar að staðsetja fyrirtækið. Margt af þeim mikilvægu upplýsingum sem varða staðbundnar reglur, leyfi og gjöld sem eiga við um stofnun nýs fyrirtækis má finna á vefsíðunni. Annað má finna t.d. hjá Ríkisskattstjóra (rsk.is) eða sýslumönnum. Það sama á við um ferlið varðandi breytingar á húsnæðinu, umhverfisvernd, hávaðatakmarkanir, o.s.frv.

Finndu og skoðaðu eftirfarandi vefsíður:

1. Síður fyrir frumkvöðla og síður sem gefa upplýsingar um hagkerfi svæðisins.
2. Sérstakar síður sem fjalla um að stofna fyrirtæki.
3. Ríkisskattsjóri, almennar upplýsingar um skatta og gjöld (bókhaldsfyrirtæki). Leitaðu að reglum um skatta á fyrirtæki og skattafrádrátt vegna húsnæði o.fl..

Búðu til skýrt yfirlit í Word um allar reglur og leyfi, sem þú finnur, sem eiga við stofnun fyrirtækis. Hverjar þessara reglna eru lögboðnar/ófrávíkjanlegar og hverjar ekki. Fylgi kostnaður þess um reglum og leyfum sem þú verður að taka með í reikninginn. Ræddu þetta við kennarann og mentorinn þinn.

Gerðu skýrslu um þetta og bættu henni í ferilmöppuna. Ekki vera fljótfer, vertu nákvæmur, sem frumkvöðull vilt þú ekki horfast í augu við óþægilegar eða óvæntar aðstæður! Ræddu niðurstöðunar við tengil úr atvinnulífinu: hann eða hún veit hvað þú þarf að horfast í augu við þegar þú stofnar fyrirtæki.



	Merku við þitt val	Dagsetning	Athugasemdir Mentors
STOP			
GO			

11. Kynningarstefna I

Námskeiðsáætlun: Kynningarstefna I					
Kennari		Dags.	Tími	Bekkur	Fjöldi nemenda
Efni		Kynningarstefna I			
Námsefni		Námbréf “Kynningarstefna I”			
Byrjunarstaða		Nemendur ákveðið vöru- og staðsetningarstefnurnar og færa sig nú yfir í kynninguna (auglýsingu).			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur vita hvaða kynningaraðferðir eru til og þeir geta valið þær aðferðir sem henta þeirra fyrirtæki.			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur læra að vinna saman. Nemendur læra að eiga samskipti. Nemendur læra að nota sköpunarhæfileika sína.			
Tími	Námskeiðs-hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og kennsla	Nemendur ræða um kynningarefni fyrirtækisins í litlum hópum.	Að leiðbeina og auðvelda umræðuna hópsins um kynningu.	Hlusta hvert á annað og koma að sínum sjónarmiðum í umræðunum.	Staðsetning, skilgreina og tengja saman upplýsingar.
	Verkefni	Nemendur vita hvað kynningarstefna felur í sér og hvers konar kynningarstefna hentar fyrirtækinu þeirra.	Leiðbeina og þjálfa við vinnslu verkefna.	Nemendur skoða kynningaráætlanir keppinauta sinna. Þau ákveða hvers konar aðgerðir gætu verið áhugaverðar fyrir þeirra fyrirtæki og hvers vegna.	Tilgreina, nota, gagnrýnin gagnavinnsla. Vinna með jafningjum, tölufærni.
	Mat	Nemendur eru færir um að kynna sína kynningarstefnu og geta varið það sem þeir hafa valið frammi fyrir sínum mentor úr viðskiptalífinu.	Greina kynningarstefnuna, gefa út stop/go ákvörðun.	Nemendur kynna kynningaráætlun sína og biðja eftir stop/go ákvörðun.	Meta, greina, lagfæra og pæla.

11. Bréf - Kynningarstefna I

Þú hefur nú þegar lokið miklum hluta þess að setja upp viðskiptaáætlunina þína. Þú hefur þegar unnið með 2 P markaðsvíddanna (marketing mix); Product og Place, vara og staðsetning. Næsti er komið að kynningu (Promotion). Hvað er innifalið í kynningu að þínu mati? Ræddu það í hópnum þínum.

Markmið: Að nemendur viti hvers konar kynningstarfsemi og -aðgerðir geti verið gagnlegar fyrir fyrirtækið þeirra.

Kynningarstefna (skylgreining): mörg og mismunandi aðgerðir og verkefni sem fyrirtæki getur valið úr til að örva sölu á vörum þess og þjónustu. Með öðrum orðum: allar aðgerðir sem þú getur upphugað til að örva söluferlið eru hluti af kynningarstefnunni. Hugsaðu um auglýsingar, söluræða (sales pitch), komandi tækifæri, framtíðar viðskiptavinir.

Við sjáum kynningaraðgerðir á hverjum degi. Hugsaðu bara til dæmis um auglýsingar í sjónvarpi, dagblöðum, á auglýsingatöflum, í bæklingum, útvarpi, o.s.frv.. Ef þú hugsar málið þá er hæpið að allar auglýsingaaðferðir passi fyrir fyrirtækið þitt. Ef þú rekur sjoppu í hverfinu þínu þá mun það varla hjálpa þér að fara í dýra auglýsingaherferði í sjónvarpi allra landsmanna þegar markhópurinn þinn er fólkið í hverfinu. Það væri líklega betra að búa til bækling (dreifibréf) og dreifa honum í nágenninu eða auglýsa í bæjarblaðinu.

Þú vilt ná ákveðnu markmiði með kynningu, svo sem að koma upplýsingum til viðskiptavina. Þú vilt sannfæra viðskiptavinina um að kaupa þína vöru og þú vilt að skilaboðin lifi. Til þess að þau lifi er hægt að nota húmor, bjarta liti eða með því að búa til mótsagnakennda eða pirrandi auglýsingu, svo eitthvað sé nefnt.

Fyrri námsbréf benti þér á að skoða vel hvað keppinautarnir væru að gera. Hvernig standa þeir að sinni kynningu? Skoðaðu kynningaraðferðir þriggja keppinauta að minnsta kosti. Taktu töfluna hér að fyrir neðan og breytti henni í Word og settu gögn í hana um amk. 3 af keppinautum þínum. Settu niðurstöðurnar í ferilmöppuna þína.

Nafn fyrirtækis	Tegund/aðferð kynningar	Skilaboðin

Vitandi hvað keppinautarnir eru að gera, mundir þú velja sömu gerð af kynningu eða auglýsingum? Ræddu þetta í hópnum þínum þ.e. hver er skilaboðin sem þú vilt senda út til almennings um fyrirtæki þitt?

Skoðaðu vefsíður sem fjalla kynningu, markaðssetningu, auglýsingar og skoðaðu sérstaklega upplýsingar fyrir fyrirtæki sem eru að taka fyrstu skrefin. Sláðu þessi hugtök inn í leitarvéla s.s. Google, Bing o.s.frv.. Dæmi frá Hollandi eru: <http://reclameinformatie.nl> <https://www.ikgastarten.nl/marketing-en-verkoop/marketing-en-reclame/4-tips-voor-het-maken-van-reclame-voor-startups>. Hvert þáttökuland finni vefsíður sem eiga við á þeirra tungumáli.

Listi yfir 15 kynningaraðferðir sem eru meðal þeirra aðferða sem hægt er að nota:

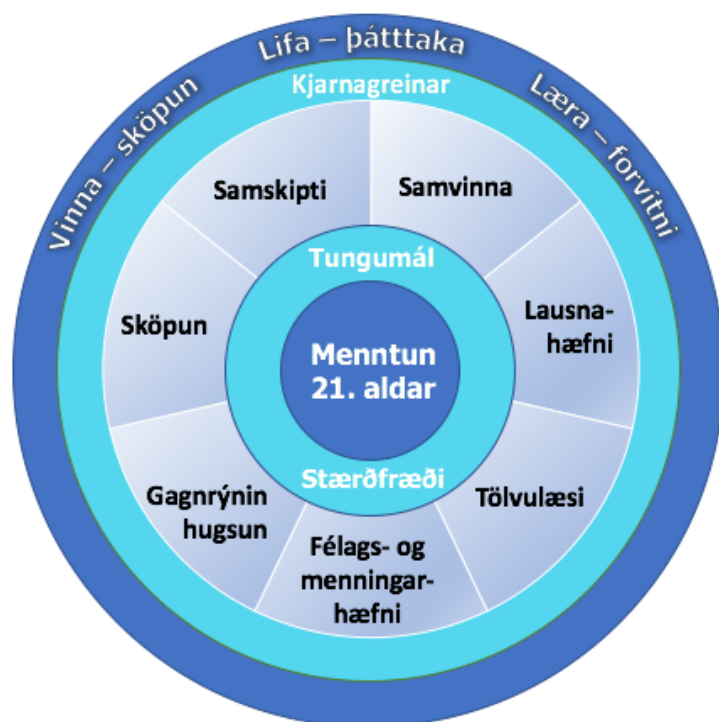
1. Útvarpsauglýsingar
2. Sjónvarpsauglýsingar
3. Blaðaauglýsingar
4. Auglýsingaskilti
5. Kostun
6. Ókeypis sýnishorðum af vöru dreift
7. Fatnaður
8. Halda vinnustofu
9. Heimakynningar (Tupperware)
10. Bloggsíða
11. Netíð
12. Bæklingur
13. Nafnspjald
14. Samfélagsmiðlar
15. Lukkuleikur (varan inniheldur lukkunúmer)

Mörg mismunandi form eru auðvitað til og þú verður að velja það sem hentar þér best og passar þér og þínum hugmyndum um rekstur fyrirtækisins. Fleiri en eitt form gæti hentað fyrirtækinu þínu. Hannaðu og settu upp mismunandi form kynninga fyrir fyrirtækið þitt. Hér er aftur verið að skora á þig að nota sköpunarhæfileika þína. Vertu skapandi og öðruvísi en aðrir.

Verkefni fyrir viðskiptaáætlun:

- Hönnun og nánari vinnsla á ólíkum tegundum kynninga fyrir fyrirtæki þitt. Enn og aftur er boðið upp á áskoranir til nota sköpunargáfuna. Vertu uppfinningasöm/samur og sérstök/stakur.
- Gera mynd eða kvikmynd um hvernig þú vinnur eftir kynningartefnu þinni. Íhugaðu vandlega skilaboðin sem þú vilt senda!
- Greina frá hvers vegna þú hefur valið þessar kynningaraðferðir-og form, þ.e. útvarp, sjónvarp, bæklingur osfrv.
- Tilgreina hvaða 21. aldar hæfni (sjá hér að neðan) þú hefur notfært þér í þessu bréfi.
- Sýndu fyrirtækjatengli þínum hverju þú hefur áorkað og ræddu þetta við hann. Settu heildarskýrslu um þetta í ferilmöppuna þína.

Sýndu kennaranum/mentorum þínum útkomuna.



	Merktu við þitt val	Dagsetning	Athugasemd Mentors
STOP			
GO			

12. Kynningarstefna II

Kennsluáætlun: Kynningarstefna II					
Kennari		Dags	Tími	Bekkur	Fjöldi nemenda
Efni		Kynningarstefna II			
Námsefni		Námsbréf “Kynningarstefna II”			
Byrjunarstaða		Nemendur hafa tilgreint og kynnt kynningarstefnu sína í fyrri kennslustundum			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur taka ákvörðun eftir ákveðnum forsendum hverjar teljast góðar vefsíður og þeir hanna vefsíðu fyrir fyrirtæki þeirra.			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur læra hvernig þeir geta virkjað sköpunargáfuna Nemendur læra samstarf Nemendur læra um samskipti Nemendur þróa ICT læsi (enn frekar)			
Tími	Námskeiðs-hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og kennsla	Nemendur skrá þær viðmiðanir sem þeir álíta að felist í góðri vefsíðu	Leiða og greiða fyrir hópumræðum nemenda	Ákveða sem hópur forsendur fyrir góðri vefsíðu	Stefnumið – taka stöðuna.
	Verkefni	Nemendur viti hvaða viðmiðanir eru fyrir góðan vef. Þeir séu færir um að hanna vefsíðu sem hæfir einkennum þeirra fyrirtækis.	Leiðsögn og þjálfun við verkefnið. Styðja nemendur í notkun hugbúnaðar við vefhönnun.	Nemendur hanna vefsíðu sem hentar einkennum fyrirtækis þeirra.	Tilgreina og nýta mikilvæga gagnavinnslu. Vinna með jafningjum, þróa færni í upplýsingatækni.
	Mat	Nemendur eru færir um að færa fram góð rök fyrir vali á uppbyggingu heimasíðu sinni, og hönnun og skipulagi hennar.	Skoða og meta vefsíðurnar, og ákvarða framhald.	Nemendur kynna heimasíðu sínar, gera grein fyrir vali og hönnun hennar. Bíða eftir ákvörðun kennara um framhald.	Meta, greina, aðlaga, spegla

12. Bréf - Kynningarstefna II

Í kennslustundinni á undan var unnið með margvíslegt kynningarefni. Í dag verður byrjað á að undirbúa heimasíðu fyrir fyrirtæki þitt. Ræðið, án þess að horfa á efni þessarar lexíu, með hópnum þínum nauðsynlega eiginleka slíkrar vefsíðu.

Markmið: Að gera virka og nothæfa vefsíðu fyrir fyrirtæki þitt.

Þú vilt aðvitað upplýsa "hugsanlega" viðskiptavinum um starfsemi fyrirtækja þinna. Um þessar mundir er hægt að ná til mikils fjölda fjölda viðskiptavina í gegnum stafræna fjölmiðla. Hugsaðu um tölvupóst, forrit í farsímum, vefsíður o.s.frv.

Þú verður að byrja á að hanna þitt eigið vefsvæði. Hafðu í huga að vefsvæði þitt þarf nauðsynlega að uppfylla fjölda mismunandi forsenda. Á Youtube er hægt að finna gríðarlegt magn af upplýsingum um ókeypis hugbúnað til að gera vefsíður. Ræddu í hópnum þá uppbyggingu sem þú vilt hafa á vefsíðunni þinni og líttu á eftirfarandi viðmið:

Viðmiðanir fyrir vefsíðu eru:

- upplýsingar um vörur eru tiltækar
 - auðvelt að finna vefsíðuna
 - auðvelt að viðhalda síðunni
- síðan hafi aðlaðandi viðmót
- síðan verður að vera á netinu
- síðan verður að virða útgáfu- og höfundarrétt
- síðan er ókeypis

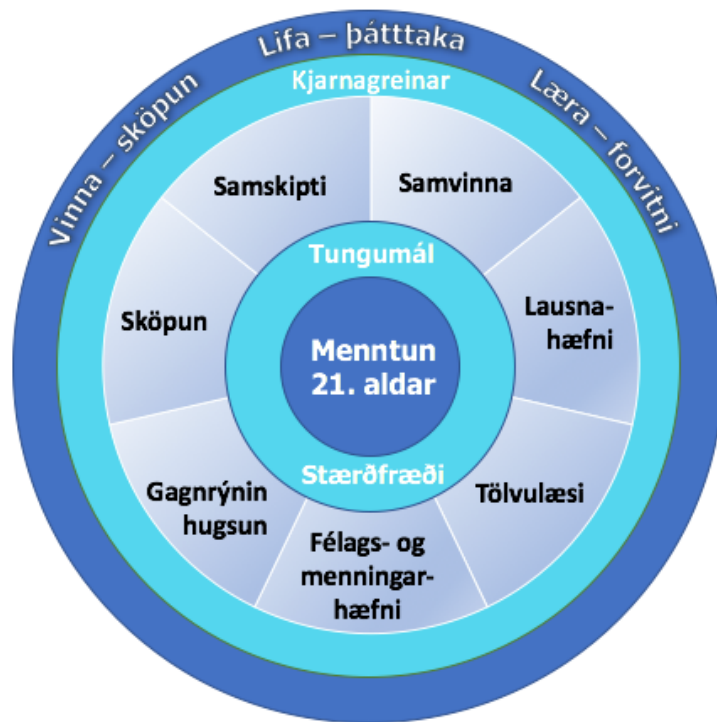
Skoðaðu eftirfarandi vefsíður:

<http://www.stad.nl/poort>

<https://www.youtube.com/watch?v=5ZnwBVrrDUQ>

<https://www.youtube.com/watch?v=3B2XQwfF-u8>

Sýndu kennaranum/leiðbeinendanum þínum vefsíðu. Hann mun leggja mat á hana og taka ákvörðun um framhald.



	Merkstu við val þitt	Dagsetning	Athugasemndir Mentors
STOP			
GO			

13. Starfsmannastefna I

Kennsluáætlun: Starfsmannastefna I					
Kennari		Dags.	Tími	Nýsköpun	Fjöldi nemenda
Efni		Starfsmannastefna			
Námsefni		Kennslustund “Starfsmannastefna I”			
Byrjunarstaða		Nemendur hafa ekki reynslu í því að velja eða ráða fólk til starfa, þeir vita ekki hvað er viðeigandi í þessi ferli. Þeir hafa ef til vill einhverja reynslu af því að sækja sjálfir um störf			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur þekki: 5. Viðmiðanir sem skilgreina góðan starfsmann 6. Hvernig ber að gera starfsauglýsingu 7. Hvernig á skrifa starfsumsókn 8. Hverning á að gera ferilskrá 9. Hvernig á að framkvæma starfsumsóknarviðtal 10. Hvaða reglur og viðmiðanir eiga við þegar starfsmaður er ráðinn í starf			
Námsmarkmið (ferli)		11. Nemendur læri samvinnu 12. Nemendur læri samskipti 13. Nemendur auki tungumálakunnáttu sína 14. Nemendur þrói félags- og menningarfærni sína			
Tími	Námskeiðs -hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynnig og kennsla	Nemendur eru færir um að þekkja það sem skilgreinir góðan starfsmann	Leiðbeina og þjálf	Nemendur ræða í hópvinnu um það helsta sem einkennir góðan starfsmann. Þeir útbúa lista um þá mikilvægustu sem við eiga	Umræða um hugmyndir og hvernig upplýsingar eru formgerðar
	Verkefni	Nemendur viti hvernig á að gera starfsauglýs-ingu. Þeir vita hvernig á að skrifa starfs-umsókn og ferilskrá. Þeir eru færir um að fram-kvæma ráðningar-viðtal og þeir vita hvað þarf til þess að ráða einstakling í starf.	Leiðbeina og þjálf.	Nemendur gera starfsauglýsingu. Þeir skrifa starfsumsókn og ferilskrá. Þeir skiðtast á um að framkvæma ráðningarviðtöl. Þeir sækja af internetinu reglur við hæfi sem varða ráðningar í störf ásamt tryggingarmálefnum.	Vinna með upplýsingar á gagnrýninn hátt, velja, meta.
	Mat	Nemendur eru meðvitaðir um hvers konar starfsfólk hæfir vinnunni og hvað reglur eiga við þegar ráðið er í störf.	Meta ákvarðanir um áframhald	Skila efni, ræða skýrslur og bæta ef þörf krefur	Meta

13. Bréf - Starfsmannastefna I

Hvaða merkingu eigum við að leggja í “starfsmannastefnu” Reyndu sjálf(ur) að finna út hvað þetta þýðir.

Markmið: Að finna út hvernig fyrirtæki finna og velja gott starfsfólk.

Þú gætir verið með góða vöru, en ef starfsfólkið þitt er dónalegt eða óþolinmótt, þá munu viðskiptavinir þínir ekki kaupa neinar vörur. Starfsmannastefna samanstendur af öllum þeim verkefnum sem gera starfsmönnum kleift að selja eins mikið af vörum og mögulegt er. Þetta gæti hljómað svolítið óljóst og því þarft þú núna að hugsa fyrir sjálfan þig og ákveða hvaða eiginleika starfsfólkið þarf að hafa til að það teljist gott (dýrmætt). Gerðu lista yfir a.m.k. 15 atriði og ræddu þetta við hópinn þinn.

Finndu vefsíður sem innihalda upplýsingar og dæmi þar sem auglýst er eftir starfsfólki. (á Íslandi höfum við t.d. : www.starfatorg.is)

Þú þarft nú að skrifa þrjár auglýsingar fyrir mismunandi störf/stöður í fyrirtækinu þínu. Þú þarft að gera hópnum ljóst hvers konar fólk þú vilt ráða.

Skoðaðu eftirfarandi:

<https://www.youtube.com/watch?v=eUIHq9vHM58>

https://www.youtube.com/watch?v=F-6_A-sKf_Q

Skoðaðu, eða það sem er enn betra, heimsæktu þrjár ráðningarskrifstofur sem auglýsa eftir fólki til tímabundinna starfa og veldu eina auglýsingu frá hverri skrifstofu. Þar á eftir (í skólastofunni) munt þú greina eða finna út hver af þessum þremur auglýsingum hentaði þér (ef þú værir í atvinnuleit). Skrifðu umsókn sem varðar það starf sem er auglýst og bættu við ferilskránni þinni (CV). Sýndu leiðbeinanda/kennara þínum bréfið og ferilskrána.

Skoðaðu eftirfarandi á netinu:

<https://www.youtube.com/watch?v=JAHX1Q3E32A>

<https://www.youtube.com/watch?v=UGDdODdgGxk>

https://www.youtube.com/watch?v=wgyYzH_nnec

<https://www.youtube.com/watch?v=vu4KTFfxU8Q>

Þú setur upp starfsviðtal með hópnum þínum í formi hlutverkaleiks og notar auglýsinguna ásamt skriflegu umsókninni, ferilskránni og fleiri gögnum ef með þarf. Hópmeðlimirnir skiptast á um að vera umsækjendur.

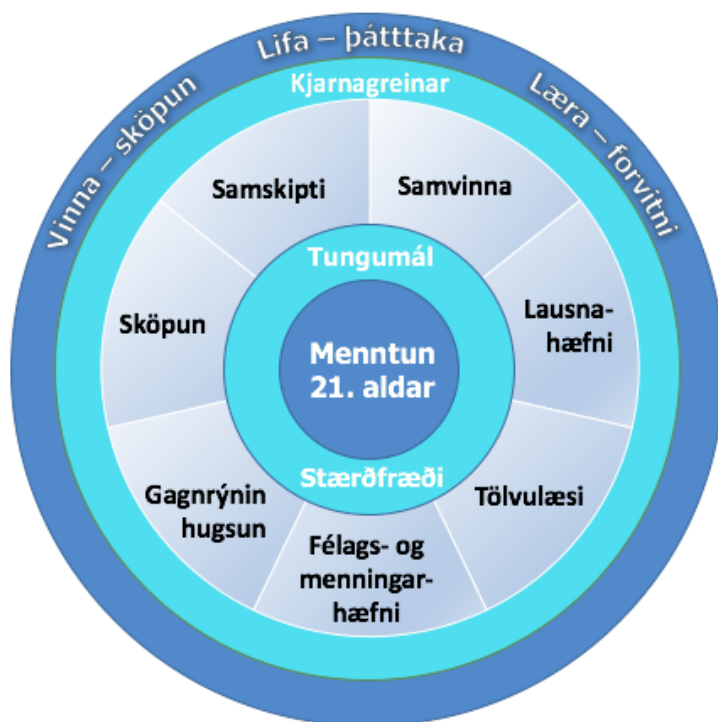
<https://www.youtube.com/watch?v=tG5Kj-kszDY>

<https://www.youtube.com/watch?v=jql8n9YBi9o>

Kennarinn/leiðbeinandinn fylgist með viðtölunum, gefur álit sitt og metur frammistöðu.

Þú hefur heimsótt ráðningarskrifstofu sem hefur með tímabundnar ráðningar að gera, en þú gætir líka hafa farið til atvinnumiðlunarskrifstofu. Skoðaðu vefsíður vinnumálastofnunar www.wmst.is Þú finnur fullt af upplýsingum þar, einnig margt annað sem vinnuveitandi ætti að hafa í huga. Skoðaðu nánar síður sem miðla upplýsingum til vinnuveitenda og taktu saman þær upplýsingar sem geta orðið einhvers konar leiðarljós fyrir þig og fyrirtæki þitt: hverjar eru helstu reglur sem þú þarft að virða þegar þú er að ráða fólk?

Sýndu kennara eða leiðbeinanda þínum þessar leiðbeiningar og útskýrðu hvers vegna þú valdir þessa aðferð.



	Merktu við val þitt	Dagsetning	Athugasemdir mentors
STOP			
GO			

14. Starfsmannastefna II

Kennsluáælan: Starfsmannastefna II					
Kennari		Dagsetning	Tími	Nýsköpun	Fjöldi nemenda
Efni		Starfsmannastefna II (Símenntun fyrir starfsfólk)			
Námsefni		Kennsluefni “Starfsmannastefna II”			
Byrjunarstaða		Í síðustu kennslustund fjölluðu nemendur um þær viðmiðanir sem skilgreina góða starfsmannastefnu í fyrirtækjum þeirra. Þeir íhuguðu umsóknarferlið einnig, hvernig starfsfólk er valið og hvernig málsmeðferðinni er beitt í reynd.			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur hafi þekkingu á: 15. Þýðingu símenntunar, endurmenntunarnámskeiða og viðbótarþjálfunar 16. Geti skilgreint það menntunarstig sem starfsfólk þarfnast 17. Geti skilgreint þann launaramma sem er við hæfi hjá starfsfólki			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur læra að beita gagnrýnni hugsun Nemendur tileinki sér lausnamiðaðar viðhorf Nemendur læra að vera öðruvísi en aðrir (og kynna sig á þann hátt)			
Tími	Námskeiðs -hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og kennsla	Nemendur ákveði hvað störf hæfi þeim.	Þjálfun og leiðbeiningar	Nemendur skoði vefsíður þar sem yfirlit yfir starfaflokkanir eru að finna (Hvaða vefsíður á íslesku?) og velji draumastarfið	Kanna, uppgötva, greina.
	Verkefni	Nemendur viti hvar hægt er að leita eftir lausum störfum og hvað þurfi að hafa í huga þegar leitað er að störfum (þ.e. persónulegum viðmiðunum).	Þjálfun og leiðbeiningar.	Nemendur líta á sýnishorn af kvikmyndum og gera klippimynd fyrir hverja mynd frá sjónarhóli fyrirtækja þeirra.	Tilgreinið, raðið saman og notið.
	Mat	Nemendur skila verkefnum og bíða mats kennara.	Meta verkefni og taka ákvörðun um framhald.	Skil á verkefnum, umræður og umbætur þegar þörf er á.	Mat.

14. Bréf - Stafsmannastefna II

Í kennsluáætluninni hér á undan var unnið með málefni starfsfólks og stefnu í starfsmannamálum. Við höldum áfram með þetta efni með því skoða frekari (starfs)menntun.

Markmið: Að öðlast vitneskju um hvað þarf til að fá vinnu.

Hver er merking hugtaka eins framhaldsmenntun, endurmenntunarnámskeið og endurmenntun? Hvers konar (nánari) þjálfun er nauðsynleg fyrir okkar starfsfólk. Hvers konar umbun eða bónus ættum við veita starfsfólkinu?

Taktu ákvörðun um hvaða starf þú óskar helst eftir. Næsta skref er að að heimsækja vefsíðu (eftir ábendingu leiðbeinanda/kennara) sem sýnir hvers konar menntun og menntunarstig þarf til fyrir ákveðið starf eða starfsgrein (eins fræðileg nám í læknisfræði til þess að verða læknir).

Líttu aftur á laus störf sem eru auglýst eins og komið var inn á í fyrri kennslustund. Reyndu að tengja hvert og eitt af þessum störfum við þá nauðsynlegu starfsmenntun sem þarf til í viðkomandi starfi og skilgreina lágmarks menntunarstig fyrir hvert starf.

Skoðaðu eftirfarandi myndir, þær fjalla allar um það að byrja í nýju starfi. Fyrir hverja kvikmynd, gerir þú klippu fyrir fyrirtæki þitt (sex klippur á hvert fyrirtæki) um efnið "að byrja í nýju starfi". Reyndu að vera sniðug(ur) og skapandi!

Útskýrið merkingu hvernar klippu fyrir leiðbeinanda/kennara.

<https://www.youtube.com/watch?v=NSHQnmArgNU>

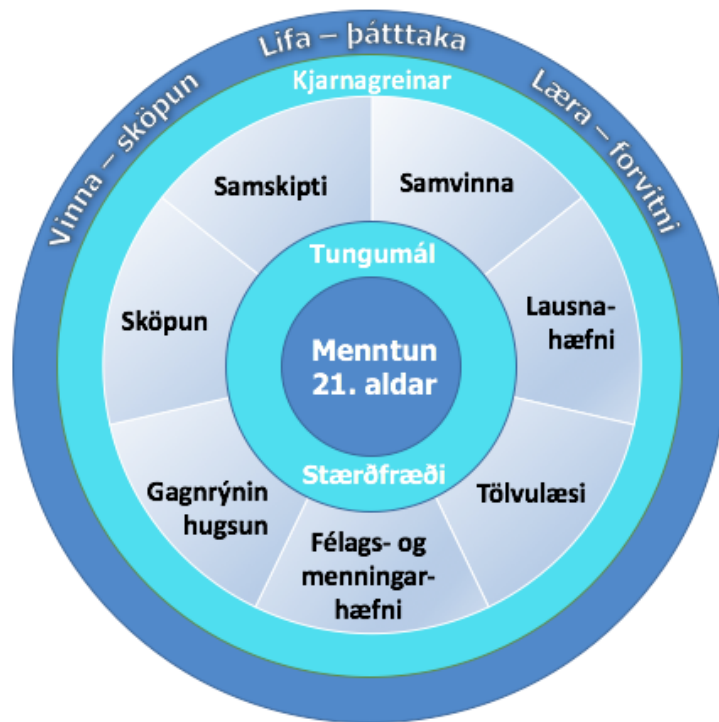
<https://www.youtube.com/watch?v=Kc9zXobhyrg>

<https://www.youtube.com/watch?v=I6wnAxAhjwA>

<https://www.youtube.com/watch?v=DZ2Ihh8GpN8>

<https://www.youtube.com/watch?v=GWmNflt1B1o>

<https://www.youtube.com/watch?v=cRQppkpYzoQ>



	Merktu við val þitt	Dagsetning	Atuhgasemdir mentors
STOP			
GO			

15. Kynningarstefna -Markaðssetning

Námskeiðsáætlun: Kynningarstefna					
Kennari		Dags	Tími	Nýsköpun	Fjöldi nemenda
Efni		Kynningarstefna I			
Námsefni		Námsbréf “Kynningarstefna I”			
Byrjunarstaða		Nemendur að hafa þekkingu á “innkaupa stefnu”, “fyrirtækja ímynd”, o.s.frv., þeir þurfa ekki að hafa fagþekkingu á þessum þáttum.			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur: ○ Þekki hugtök sem tengjast námsefninu ○ Geti sett upp og útfært kynningastefnu aðlagð að þeirra eigin viðskiptum/viðskiptahugmynd? ○ Séu færir um að halda kynningu á Powerpoint eða Prezi			
Námsmarkmið (ferli)		○ Nemendur læri samvinnu ○ Nemendur læri lausnamiðuð viðhorf ○ Nemendur læri samskipti ○ Nemendur læri gagnrýna hugsun			
Tími	Námskeiðs-hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og Kennsla	Nemendur þekki og geti útskýrt hugtök og kenningar sem tengjast kynningar stefnunni	Verkefni fyrir nemendur til að skoða og rannsaka kenningar sem tengjast kynningastefnu	Nemendur horfi á mynd til að læra um kenningar sem tengjast kynningum	Skoða, kanna, tengjast
	Verkefni	Hópavinna þar sem nemendur ákvarði eiginleika kynningarstefnu	Leiðbeinir og þjálfar nemendur við að setja fram heildstæða stefnu á kynningum	Nemendur vinni að eigin kynningu á meðan þeir leysa verkefni n um kynningar-stefnu	Greina, aðlag, gagnrýna upplýsingar
	Mat	Nemendur ræði kynningastefnu með leiðbeinanda /kennara og gera breytingar ef þörf krefur	Ræðir við og ráðleggur nemendum þar sem þess er þörf.	Gagnrýnin skoðun á endanlegri vöru/kynningu og úrbætur ef þörf er á. Mat á hópavinnu: Hverjar voru hindranirnar?	Meta, greina, aðlag og endurspegla

15. Bréf – Kynningarstefna - Markaðssetning

Við erum komin talsvert áleiðis með verkefnið "Nýsköpun". Næst á dagskránni eru kynningarmál og það sem þú telur vera hluti af kynningarstefnunni Ræddu þetta í hópnum þínum áður en þú heldur áfram með þessa kennslustund.

Markmið: Hvernig hugsa önnur fyrirtæki um þína starfsemi?

Hvernig vilt þú að viðskiptavinir líti á fyrirtæki þitt? Hver er ímyndin sem þeir ættu að hafa? Hvað getur þú gert varðandi þessi ímynd?

Í tengslum við kynningarstefnuna munum við svara eftirfarandi spurningum:

- Hvaða skilaboðum viltu koma til viðskiptavina þinna?
- Hver er fyrirtækja uppskriftin?
- Hvert er einkennismerkið, Lógóið.
- Hver er vefsíðan?

Sumum af þessum spurningum hefur verið svarað í fyrri kennslustundum, en samt eru enn eftir spurningar sem þarf að svara. Næsta verkefni er að þú íhugir vandlega eftirfarandi þætti og kynnir niðurstöðurnar (Powerpoint, Prezi): Þetta mun sýna hvernig þú munt í raun innleiða kynningarstefnu þína.

Hver er aðferðin við að ná til viðskiptavina?

1. Hver er markhópurinn (notendahegðun, hvernig á að nálgast viðskiptavinu) ?
2. Hvert er einkenni fyrirtækis þíns (lógó og önnur einkenni) ?
3. Hver er ímynd þín (rannsakaðu það) ?
4. Hvernig vilt þú kynna vörurnar/afurð fyrirtækisins?
5. Hver er vörulínan eða heildarúrval (framleðslustefna, gæðaflokkarnir A, B eða C eða þín eigin vörumerki?

Útlit kynningarinnar

1. Hvernig á ytri ásýnd fyrirtækisins að vera?
2. Hvernig á innri ásýnd fyrirtækisins að vera?
3. Hvernig eiga samskipti við viðskiptavinu að vera? Hvað upplýsingar þarf til?
4. Hvernig munu afurðirnar verða sýndar?

Skiptu þessu verkefni milli meðlima hópsins þíns á skýran hátt: Hverjir verða ábyrgur fyrir hvaða verkefni? Hvernig ætlar þú að nálgast (skipuleggja) útfærsluna? Ræddu þetta við kennara/ leiðbeinanda þinn. Reyndu að vera skapandi í uppsetningu og hönnun, notaðu mismunandi stafræn verkfæri. Taktu ljósmyndir í þessu sköpunarferli og settu þær í ferilmöppuna.

Skoðaðu eftirfarandi heimasíður um mismunandi kynningarstíl til að útskýra þær spurningar sem þú stendur andspænis:

<http://www.lancelots.nl/marketing/huisstijl/tips>

<http://www.ondernemersplein.nl/ondernemen/bedrijf-starten/een-bedrijfsnaam-kiezen/>

<http://www.ondernemersplein.nl/ondernemen/markt/klanten-vinden/info-en-advies/hoe-vindt-uw-klanten/> (look at the movie with the 10 golden tips)

<http://www.ondernemersplein.nl/ondernemen/markt/marktonderzoek/info-en-advies/onderzoek-uw-klanten/>

<https://www.youtube.com/watch?v=RIjARamQks0>

Leitastist við að finna sambærilegar vefsíður á íslensku þar sem það á við.

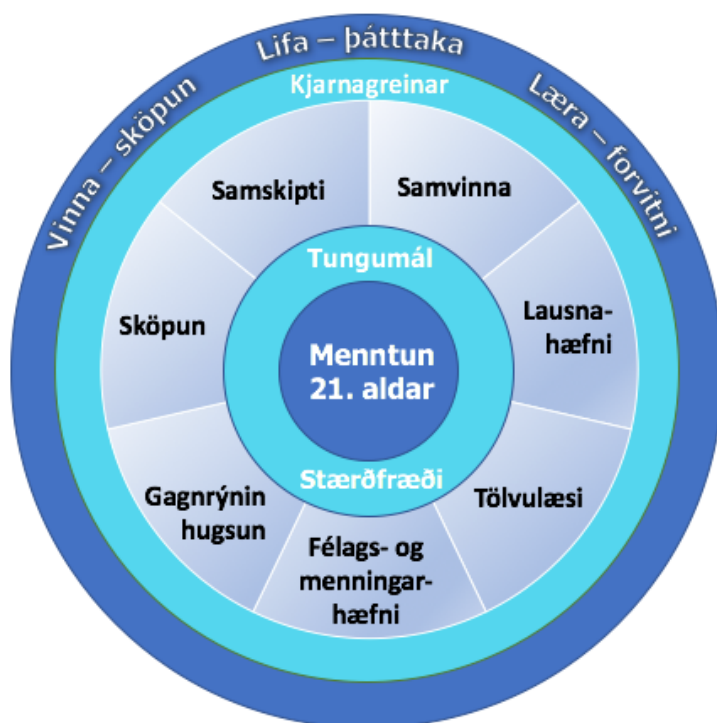
Gerðu kynningu fyrir leiðbeinanda þinn, þar sem þar sem fjallað er um þessar spurningar með skýrum hætti. Vertu frumlegur. Þú getur sjálfur ákveðið hvernig á að kynna kynningarstefnu fyrirtækis þíns.

Þú getur notað Powerpoint, Prezi, Pinterest eða annan hugbúnað. Kynningin ætti amk að taka 15 mínútur og allir meðlimir hópsins þurfa að taka virkan þátt í kynningunni.

Eftir kynninguna munt þú ræða stefnuna við leiðbeinanda/ kennara. Settu kynninuna ásamt greinargerð um umræðurnar við leiðbeinandann í ferilmöppuna.

Verkefni fyrir viðskiptaáætlun þína: Lýstu kynningaráætlun þinni stuttlega.

Gerð grein fyrir hvaða færni þú nýttir þér úr hæfnilíkaninu hér að neðan. Vertu vandvirkur.



	Mektu við val þitt	Dagsetning	Athugasemdir mentors
STOP			
GO			

16. Verðstefna I

Námskeiðsáætlun: Verðstefna I					
Kennari		Date	Time	Nýsköpun	Fjöldi nemenda
Efni		Verðstefna I			
Námsefni		Námsbréf “Verðstefna”			
Byrjunarstaða		Nemendur hafa ekki þekkingu á þáttum eins og "kostnaðarverð", "söluverð", og á sambandinu milli þessara þátta, en þeir vita að fyrirtæki standa frammi fyrir útgjöldum og að það þarf að greiða fyrir innkaup, orkunotkun, vatn, húsrými, osfrv.			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur eru færir um að gera útreikninga á ýmsum kostnaði, söluverð á vörum og þjónustu, veltu og almennum kostnaði fyrirtækisins. Nemendur skilja tengsl milli kostnaðarverðs, söluverðs og hagnaðar.			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur þróa reikinfærni Nemendur þróa læsi/færni í upplýsingatækni			
Tími	Námskeiðs-hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og kennsla	Nemendur viti hvernig á að reikna út grunnatriði í viðskiptum eins og kostnaðarverð, söluverð, veltu, VSK, framlegð og hagnað	Leiðbeinir um útreikninga og upplýsingaveitur sem mun styðja skilning þeirra á þessum málum	Nemendur skoða fræðslumyndir til að læra ýmsar kenningar og þeir munu læra aðferðir við Powerpoint kynningu	Kanna, tilgreina.
	Verkefni	Nemendur æfa útreikninga og læra að skilja viðfangsefnin	Leiðbeina og styðja nemendur í átt að rétttri útfærslu verkefnisins	Nemendur vinna með þá útreikninga sem þurfa til við verkefnið	Tilgreina, gagnrýna, þróa aðferðir og færni við lausn vandamála
	Mat	Nemendur eru færir um að gera ítarlega útreikninga varðandi efnahags- og viðskiptalega þætti	Fjalla um niðurstöðurnar sem fengust í verkefninu. Veita frekari upplýsingar ef þörf krefur	Leiðrétta útreikninga gerðar voru fyrir verkefnið; biðja um frekari skýringar ef þörf krefur	Meta, greina, stilla og endurspegla, eins og myndi henta í símenntunar stefnu.

16. Bréf - Verðstefna I

Markmið: Nemandinn verði fær um að ákvarða kostnaðaðar- og söluverð vöru.

Þú ert nú að fara að takast á við verðstefnu, sem er mjög flókin þáttur í markaðssetningu. Hvert er söluverðið sem við þurfum að tengja við vöru eða þjónustu? Er það verð í samræmi við væntingar viðskiptavina þinna? Hvernig tengist verð gæðum vöru eða þjónustu? Á hvaða verði getur þú keypt vöru og á hvaða verði selur þú vöruna? (mismunur). Framleiðir þú sjálfur vöru og ef svo er, hversu mikið hráefni þarftu og á hvaða verði?

Þar af leiðandi innifelur verðstefnan, **peninga**.

Hver er raunkostnaður vörunnar? Hversu dýr er varan eða þjónustan þegar þú tekur allan kostnað með í reikninginn?

Dæmi: Margvísleg útgjöld fyrirtækis þíns þurfa að vera með í útreikningi á söluverðinu. Húsnæði kostar 2 Mkr, starfsfólk kostar 1 Mkr, innkaup kosta 8 Mkr, ýmis annar kostnaður 1 Mkr. Alls er hægt að kaupa 5.000 vörueiningar á grundvelli þessara talna. Hver er þá samanlagður framleiðslu- og innkaupakostnaður? Heildarkostnaður nemur 2 Mkr + 1 Mkr + 8 Mkr + 1 Mkr = 12 Mkr. Þessari tölu þarf að deila með fjölda framleiðslueininga, þ.e. með fjöldanum 5.000, sem þýðir að kostnaður fyrir eina vöru er 12 Mkr / 5.000 stykki = 2400 kr.

Ef þú selur allar vörurnar á kostnaðarverði, þá taparðu ekki, en hagnast heldur ekki!

Ofan á framleiðslu- eða kaupverð verður þú að bæta við álagningu, sem gefur söluverðið (án þess að taka enn tillits til virðisaukaskatts). Kostnaður á hverja einingu er 2400 kr; + álagning (t.d. 25%) og það leiðir til (0,25 x 2400 kr) sem jafngildir 600 kr. Í þessu tilviki verður söluverðið 3000 kr. Varan verður í boði í verslun fyrir 3000 á VSK. Við þetta bætist VSK (24% á Íslandi), söluverð með virðisaukaskatti verður þá 3720 kr.

Þú munt skilja að verð til neytenda veltur á mörgum mismunandi þáttum. Hvert er kostnaðarverð vöru? Hver eru útgjöldin hjá þínu fyrirtæki? Hver er heildarkostnaðurinn? Getum við dregið úr kostnaði? Hvaða VSK prósentu gildir um viðskipti okkar? Hver er álagning samkeppnisaðila okkar? Hverju vilt þú ná fram með verðlagningu þinni, viltu vera talinn með gott vörumerki? Hversu mikinn hagnað vilt þú (eða þarfnast)? Er þetta raunhæf og mögulegt verðlagning? Í námsbréfinu

Verðstefna II munum við fjalla um þessi atriði.

Það er mikilvægt að þú verðir fær um að gera fjárhagslega nákvæma útreikninga. Þú þarft að skoða eftirfarandi hlekkir í smáatriðum í því skyni að vinna næsta verkefni.

Sem viðbótarstuðnings getur þú skoðað eftirfarandi:

1. VSK útreikningar, Powerpoint
2. <https://www.youtube.com/watch?v=YsjXgwcsLic>
3. <https://www.youtube.com/watch?v=f0ZOXjtTC7c>
4. <https://www.youtube.com/watch?v=8uRLWPqYsCo>
5. <https://www.youtube.com/watch?v=eLtwHuVyf5U>
6. <https://www.youtube.com/watch?v=n8hnTXXQ3a0>

Við munum nú gera nokkra útreikninga:

Verkefni 1

The Scooter Giant selur vélhjól. Fyrirtækið leigir verslunarhúsnæði, ræður starfsfólk, gefur út bæklinga og auglýsir.

Mánaðarleg útgjöld eru:

Húsaleiga:	1,5 Mkr
Laun starfsfólks :	3,0 Mkr
Auglýsingar:	0,3 Mkr

- Hver eru heildarútgjöldin á mánuði?
- 1.280 skeillinöðrur seljast á mánuði. Hver eru heildarútgjöld á hvert selt hjól (3750 kr)?
- The Scooter Giant kaupir vélhjól frá verksmiðjunni fyrir 112.500 kr stykkið. Á hvaða verði ætti The Scooter Giant að selja hvert hjól til að forðast tap?

Verkefni 2

Vínframleiðandi ræktar þrúgur á 2 hektörum. Vinið sem hann framleiðir, er á flöskum. Til að tappa á flöskur notar hann vél. Með eðlilegri uppskeru, getur hann fyllt 5.000 flöskur af hektara. Þessi vínframleiðandi er með eftirfarandi útgjöld:

Ræktun og uppskera á ha. 565.000 kr. Vinnsluferli, á flösku 116 kr
Átöppun, hver flaska, 75 kr

- Hver er kostnaður við hverja vínflösku?
- Hver eru útgjöld vínbóndans við vínframleiðsluna af þessum tveimur hektörum þegar uppskeran er eðlilegt?

Verkefni 3

Í útgjaldayfirliti hjá Playzone sjáum við eftirfarandi útgjöld fyrir þennan mánuð:

Kaup á tölvum tegund 1: 9,75 Mkr, húsaleiga: 2 Mkr, laun starfsfólks: 1 Mkr, auglýsingar 2 Mkr.

- Hver er óbeinn kostnaður?

Playzone hefur selt 128 tölvur af gerð 1 í þessum mánuði.

- Hver er óbeinn kostnaður á hverja selda tölvu, tegund 1?

Playzone hefur keypt 130 tölvur af gerð 1 í þessum mánuði.

- Hvert er kaupverð hverrar tölvu af tegundinni 1?

Verkefni 4

Þú ert lærlingur í fjármáladeild einkarekinnar útvarpsstöðvar. Leiðbeinandinn þinn biður þig um að athuga útreikninga á útgjöldum fyrirtækisins á síðasta ári. Heildarvelta útvarpsstöðvarinnar var 3.100 Mkr. Ennfremur gefur leiðbeinandinn þinn þér yfirlit yfir útgjöld eins og sýnt er hér að neðan.

Útgjöld	Útskýring	Upphæð
Útvarpsleyfi	Föst upphæð fyrir útvarpsleyfi	5700 Mkr fyrir 8 ár
Rétthafar tónlistar	Greiðslur til rétthafa tónlistar	9% af heildarveltu
Launakostnaður	Fast- og lausráðið fólk	588,5 Mkr á ári
Vextir	Vegna fjármögnunar húsnæðis og tæknibúnaðar	220 Mkr á ári
Annar rekstrar-kostnaður	Viðhald húsnæðis og búnaðara	50 Mkr á ári

- Hvaða upphæð þarf að greiða fyrir útsendingarleyfið?
- Hve mikið þurfti útvarpsstöðin að greiða til rétthafa tónlistar á síðasta ári?
- Hver var heildar rekstrarkostnaður útvarpssöðvarinnar á síðasta ári?

Kennarinn(mentorinn) mun líka biðja þig að reikna væntanlega greiðslur til rétthafa tónlistar á þessu ári. Búist er við því að heildar veltan verði 3400 Mkr.

- Hver verður kostnaðurinn vegna greiðslna til rétthafa tónlista á þessu ári?
- Hversu mikið meira þarf að greiða rétthöfunum á þessu ári miðað við síðasta ár?

Verkefni 5

Charles hefur loksins fengið farsímann sem hann langaði svo mikið í. Hann valdi sé Kanio síma og núna að fikta svolítið í símanum til að kanna möguleikan sem hann hefur. Hann er hissa á merkingunni: "Made in China", sem hann hafði ekki búist við að sjá á þessum síma. Hann fer að leita að upplýsingum um vörumerkið "Kanio". Hann kemst að því á netinu að á hafsvæðinu austan Afríku eru sjóræningjar að verða sterkari með tímanum. Skip eru tekin af sjóræningjum og skip og áhöfnum þeirra er ekki sleppt nema lausnargjald sé greitt.

Upplýsingaveita 1:

Verðþættir fyrir "Kanio" farsíma

Hráefni	2000 kr
Launakostnaður	2000 kr
Flutningur	kr
Framleiðsluverð	kr
Álagning 40%	2000 kr
Söluverð án VSK	kr
VSK 24%	1470 kr
Söluverð, með VSK	8470 kr

Notið upplýsingaveitu 1

Charles keypti farsímann sinn á 8470 kr. Hann telur að hann hafi keypt hann á réttum tíma þar sem hann telur að verðið muni hækka vegna vaxtandi vandamála tengdum sjóræningjum. Hætta er á að flutningskostnaður muni hækka um 50% að talið er. Reiknið út framtíðar söluverð farsímans (með VSK) ef flutningskostnaður hækkar um 50%

Verkefni 6

Johnson selur skápa fyrir skrifstofur. Kostnaður Johnsons fyrir hvern skáp er 16.716 kr. Hann vill fá 16% hagnað.

- Reiknið söluverð hvers skáps sem Johnson mun nota.

Johnson selur 6.000 skápa og þeir hafa allir verið borgaðir.

- Hver er heildarupphæðin sem Johnson hefur fengið fyrir alla skápana?
- Hve mikinn hagnað í krónum hefur Johnson fengið með því að selja 6.000 skápa?

Verkefni 7

Stína vinnur í fataverslun. Yfirmaður hennar biður hana að reikna útsöluverð tveggja buxna. Hann lætur hana hafa töflu með tölum. Stína skilur ekkert í öllum þessum ókunnu hugtökum en byrjar samt að vinna í málinu.

Buxur A:

Buxur B:

Innkaupsverð per stykki 2700 kr Innkaupsverð per stykki 3800 kr

Hagnaður 30% á innkaupsverð

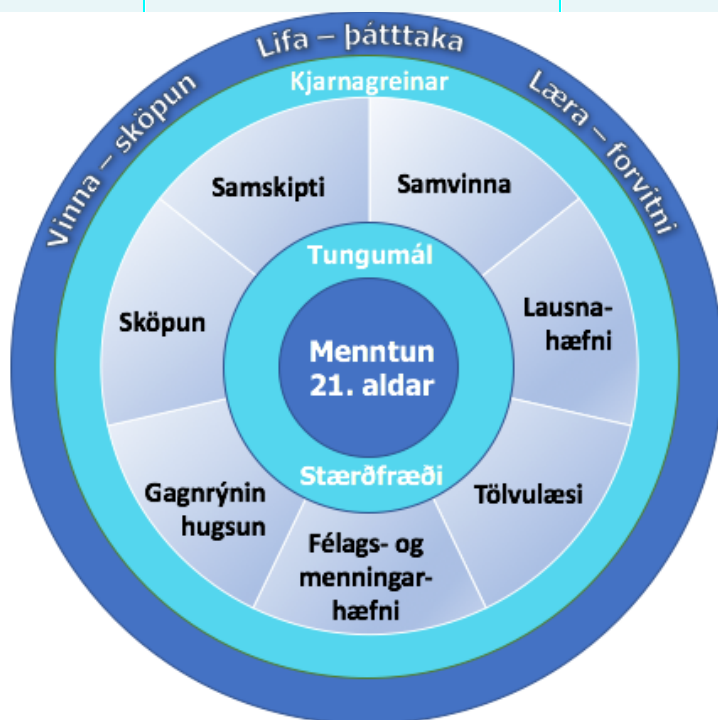
Hagnaður 25% á innkaupsverð

VSK 24%

VSK 24%

Reiknið útsöluverð fyrir báðar boxurnar. Notið töflunar hér fyrir neðan:

	Boxur A	Boxur B
Innkaupsverð per stk		
Hagnaður		
Söluverð án VSK		
VSK 24%		
Söluverð með VSK		



	Merktu við þitt val	Dagsetning	Athugasemd Mentors
STOP			
GO			

17. Verðstefna II

Námskeiðsáætlun: Verðstefna II					
Kennari		Dagsetning	Tími	Nýsköpun	Fjöldi nemenda
Efni		Verðstefna II			
Námsefni		Námsbréf “Verðstefna II”			
Byrjunarstaða		Nemendur hafa þegar lært um kostnaðarverð og útreikninga á söluverði. Þeir hafa þróað með sér skilning á hinum ýmsu útgjaldaflokkum (kostnaði) sem fyrirtæki horfast í augu við.			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur eru færir um að skilgreina og ákveða kostnaðarverð og söluverð vöru / þjónustu sem þeir ætla að selja.			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur þrói reiknifærni Nemendur læra um samskipti Nemendur auki færni í upplýsingatækni			
Tími	Námskeiðs-hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og kennsla	Nemendur þekki þær vörur sem þeir ætla að selja, hvers konar kostnaði fyrirtæki þeirra muni standa frammi fyrir, hvernig á að ná veltunni, hverju eigi að búast við frá samkeppnis-aðilum, prósentu-hlutfall af heildargróða, o.s.frv.	Kynna verkefni og úskýra þau, þegar þörf er á.	Nemendur ræða í hópum nokkrar rannsóknar-spurningar um (helstu) viðskipti fyrirtækja þeirra.	Kanna, greina, skipuleggja, tilgreina.
	Verkefni	Nemendur eru færir um að útbúa töflureikni með yfirliti yfir væntanlegar tekjur og útgjöld.	Ganga úr skugga um hvort áætlanir eru byggðar á raunhæfum forsendum.	Nemendur útbúa töflureikni með yfirliti yfir væntanlegar tekjur og útgjöld.	Tilgreina, þróa og auka tölvu-færni.
	Mat	Nemendur þekki kostnað síns fyrirtækis og þeir geti reiknað heildarfjárhæðir.	Ræða þau verkefni sem er lokið. Útskýra eftir þörfum.	Leiðrétta útreikninga og óska eftir frekari skýringum.	Meta, greina, aðlaga.

17. Bréf - Verðstefna II

Markmið: Nemendur munu nú ákvarða kostnaðarverð (kaup- eða framleiðsluverð) og söluverð fyrir vörur / þjónustu fyrir fyrirtæki sitt.

Þegar þú vannst með kennslubréfið “Verðstefna I” tókstu eftir að mikilla útreikninga er þörf. Nú munt þú kanna tölur með teyminu þínu sem tengjast framleiðslunni. Reyndu að svara næstu spurningum rétt og greinilega, þar sem þú þarft að finna út hæfilegt kostnaðar- og söluverð. Sem sagt, vertu eins nákvæm/ur og kostur er og notfærðu þér á skilvirkan hátt þá þekkingu sem kennarinn þinn eða mentor hafa fram að færa.

- Hvers konar vöru/þjónustu ætlar þú að selja?
- Mun varan verða framleidd af þér, eða verður hún keypt?
- Ef þú framleiðir vöruna sjálfur, hver er verður kostnaðurinn?
- Hver er heildarframleiðslukostnaður þinn?
- Hversu mikið af þessum vörum býst þú við að selja (þú þarft að gera könnun á þessu).
- Ef varan verður keypt, hvar munt þú kaupa hana og hvert er kaupverðið?
- Hver verður annar kostnaður? Gerðu grein fyrir ýmsum öðrum kostnaðarliðum. Hugsaðu um tryggingar, samgöngur, húsnæði o.s.frv.
- Hvert verður prósentuhlutfall hagnaðar og hvers vegna?
- Hver er álagning samkeppnisaðila þinna?
- Hvers vegna er mismunandi verð milli ýmissa viðskiptavina? Má rekja þennan mun til mismunandi gæða?

Nú munt þú tilgreina með skýrum hætti kostnað á eigin vöru/framleiðslu í töflu eins og í dæminu.

Hlutirnir hér fyrir neðan eru notaðir í framleiðsludæminu á næstu síðu.



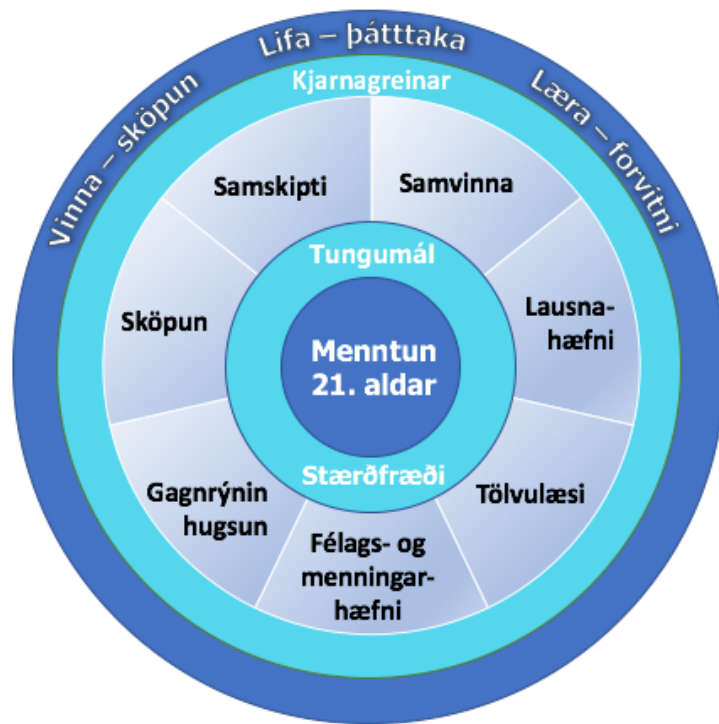
Ljósastaurar



Ruslafata

Kostnaðaráætlun					
Ljósastaur			Gengi	140 kr/evru	
Efni	Verð á metra		Lengd [m]	Kostnaður	
Stál	€ 25,99	3.639 ISK	0,85	€ 22,09	3.093 ISK
Accoya tré	€ 16,79	2.351 ISK	0,77	€ 12,93	1.810 ISK
Led lýsing	€ 135,00	18.900 ISK	-	€ 135,00	18.900 ISK
Raflögn	€ 0,97	136 ISK	2,62	€ 2,54	356 ISK
Málun	€ 40,00	5.600 ISK	-	€ 40,00	5.600 ISK
				€ 212,56	29.759 ISK
Vinna	Verð á klst.				
Vélræn trésmíði	€ 13,70	1.918 ISK	1	€ 13,70	1.918 ISK
Málmsmíðalína	€ 16,01	2.241 ISK	1	€ 16,01	2.241 ISK
Samsetning	€ 29,60	4.144 ISK	5	€ 148,00	20.720 ISK
Málun (blettun)	€ 16,63	2.328 ISK	2	€ 33,26	4.656 ISK
				€ 210,97	29.536 ISK
Vélar	Verð á stk.				
Heitvölsun	€ 50,00	7.000 ISK	1	€ 50,00	7.000 ISK
Leiserskurður og sögun	€ 60,00	8.400 ISK	1	€ 60,00	8.400 ISK
Kvörn	€ 80,00	11.200 ISK	1	€ 80,00	11.200 ISK
Bræðsla	€ 50,00	7.000 ISK	1	€ 50,00	7.000 ISK
Samsetning	€ 30,00	4.200 ISK	1	€ 30,00	4.200 ISK
			Vélar alls	€ 270,00	37.800 ISK
			Samtals	€ 693,53	97.094 ISK

Kostnaðaráætlun					
Ruslafata			Gengi	140 kr/evru	
Efni	Verð á metra		Lengd [m]	Kostnaður	
Stál	€ 25,99	3.639 ISK	1,26	€ 32,75	4.585 ISK
Accoya tré	€ 16,79	2.351 ISK	0,88	€ 14,78	2.069 ISK
Málun	€ 40,00	5.600 ISK	-	€ 40,00	5.600 ISK
			Efni alls	€ 87,52	12.253 ISK
Vinna	Verð á klst.				
Vélræn trésmíði	€ 13,70	1.918 ISK	1	€ 13,70	1.918 ISK
Málmsmíðalína	€ 16,01	2.241 ISK	1	€ 16,01	2.241 ISK
Samsetning	€ 29,60	4.144 ISK	5	€ 148,00	20.720 ISK
Málun (blettun)	€ 16,63	2.328 ISK	2	€ 33,26	4.656 ISK
			Vinna alls	€ 210,97	29.536 ISK
Vélar	Verð á stk.				
Heitvölsun	€ 50,00	7.000 ISK	1	€ 50,00	7.000 ISK
Leiserskurður og sögun	€ 60,00	8.400 ISK	1	€ 60,00	8.400 ISK
Kvörn	€ 80,00	11.200 ISK	1	€ 80,00	11.200 ISK
Bræðsla	€ 50,00	7.000 ISK	1	€ 50,00	7.000 ISK
Samsetning	€ 30,00	4.200 ISK	1	€ 30,00	4.200 ISK
			Vélar alls	€ 270,00	37.800 ISK
			Samtals	€ 568,49	79.589 ISK



	Merktu við val þitt	Dagsetning	Athugsemd mentors
STOP			
GO			

18. Fjárhagsáætlun I

Námskeiðsáætlun: Fjárhagsáætlun I					
Kennari		Dags	Tími	Nýsköpun	Fjöldi nemenda
Efni		Fjárhagsáætlun I			
Námsefni		Námsbréf “Fjárhagsáætlun I”			
Byrjunarstaða		Nemendur hafa tilbúna markaðssetningaráætlun fyrir fyrirtæki sín.			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur eru færir um að setja upp "upphafsefnahagsreikning" sem byggist á þeirra eigin gögnum. Nemendur læra ýmsar grundvallarreglur í bókhaldi. Nemendur læra muninn á eignarhaldi og fastafjármunum (eignir), kostnaði og skuldum.			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur þróa færni í útreikningi Nemendur læra að hafa samskipti Nemendur auka UT læsi			
Tími	Námskeiðs-hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og kennsla	Nemendur læra merkingu hugtaksins "fjárhagsáætlun."	Kynna verkefni og skýra eftir þörfum.	Nemendur ræða í hópum merkingu hugtaksins "fjárhagsáætlun".	Kanna, skipuleggja, tilgreina.
	Verkefni	Nemendur vita hvað er átt við með hugtökunum eignir og skuldir. Þeir læra bókaldsreglur sem þarf að beita þegar við á.	Þjálfa og leiðbeina hópunum við vinnu þeirra.	Nemendur gera skrá yfir eigin fyrirtækja þeirra. Þeir áætla að afla fjár til að fjármögnunar eigna. Að lokum stofna þeir "upphafsefna-hagsreikning".	Tilgreina, beiting á aðferðum.
	Mat	Nemendur vita hvernig á að stofna “upphafs-efnahagsreikning,	Umræður um “upphafsefna-hagsreikning”. Leiðréttá þegar þörf er á.	Afhending verkefnisins.	Meta, greina og aðlaga.

18. Bréf - Fjárhagsáætlun I

Ef allt hefur gengið vel, þá er markaðssetningaráætlun tilbúin. Þú hefur notað ýmsar aðferðir við að meta aðstæður fyrirtækisins. Auk markaðssetningaráætlunar, er fjárhagsáætlun hluti af heildar viðskiptaáætlun. Reyndu að skoða með þínum hópi hvað er átt við með fjárhagsáætlun.

Markmið: Nemendur eru færir um að setja upp upphafsefnahagsreikning á grundvelli þeirra gagna sem liggja fyrir.

Sumir nemendur í hópnum hafa áður unnið við bókhald eða í fjármáladeildum, svo þeir geta notfært sér þá þekkingu sem þeir hafa nú þegar aflað sér.

Fyrirtækjum er skylt að vinna (gera) ársskýrslur um fjárhagslega afkomu og gera þær opinberar. Hvernig gerir þú þetta og hvað þarft þú að sýna?

Áður en þú hefst handa, vinsamlegast skoðaðu eftirfarandi heimasíður:

<http://nmi.is/stuðningur> (Impra á Nýsköpunarmiðstöð Íslands er miðstöð upplýsinga og leiðsagnar fyrir frumkvöðla og fyrirtæki.)

<https://www.rsk.is/> (Á vefur ríkisskattstjóra RSK, má finna ýmsar upplýsingar sem tengjast fjármálum fyrirtækja)

Mörgum byrjendum í rekstri fyrirtækja finnst þessi hluti mjög erfiður og flókin. Flestir frumkvöðlar ákveða að ráða fólk til að sjá um þessa þætti.

Taktu þér þann tíma sem þarf til að vinna með þetta námsbréf. Ræddu þetta við leiðbeinanda þinn / kennara.

Efnahagsreikningur

Debet hlið	Kredit hlið
Eignir	Eigið fé
	+
	Skuldir
Heildareignir	Heildarfjármagn

Jafnvægi ætti alltaf að vera í efnahagsreikningnum. Þú reiknar umfang eða magn "eigin fjár" með því að draga heildarskuldir frá eignum.

Dæmi um eignir eru:

Handbært reiðufé, birgðir í verslun, húsnæði, óinnleystur innskattur (virðisaukaskattur), skuldarar (væntanlegar greiðslur), eignaskrá, fyrirtækjabílar.

Dæmi um skuldir eru:

Til að reikna út eigið fé, getur þú notað útreikninga á hverjum þætti sem hér segir:

18. Tekjur af sölu: fjöldi seldra eininga margfaldað með söluverði

19. Kostnaðarverð sölu: kaupverðið þess sem þú seldir

20. Mismunur á milli (1) tekna af sölu og (2) kaupvirðis er jafnt (1) söluvirði og (2) kostnaðarverði, sá munur gefur þér brúttó hagnað fyrirtækisins.

21. Burtséð frá útreikningum tekna og kostnaðar- (kaup-) verðs, getur þú haft aðra (undir) reikninga eins og afskriftareikninga, reikninga um kostnað vegna starfsmanna, húsnæðis eða annars kostnaðar. Þetta eru líka (undir-) reikningar fyrir "eigið fé". Hvers vegna? Þeir valda því að nettó hagnaður minnkar.

Gerðu skrá yfir heildarfjármagn fyrirtækisins: hverjar eru skuldirnar og hvert er eigið fé þitt? Hafðu í huga hvaða lögaðila þú hefur valið fyrir félagið. Fáðu leiðbeinanda þinn / kennara til þess að yfirfara skrána og ræddu þetta við hana/hann.

Þú getur notfært þér eftirfarandi vefsíður:

<http://www.mbo-economie.nl/basiskennisbedrijfsadministratie/Beginbalans.htm> Þessi síða gefur fyrstu leiðbeiningar um hvernig ber að setja upp upphafsefnahagsreikning á tölvutækan hátt

<https://www.ikgastarten.nl/financi%C3%ABn/boekhouding-en-administratie/alles-over-het-opstellen-van-een-balans> (svipað innihald og á fyrri síðu/slóð)

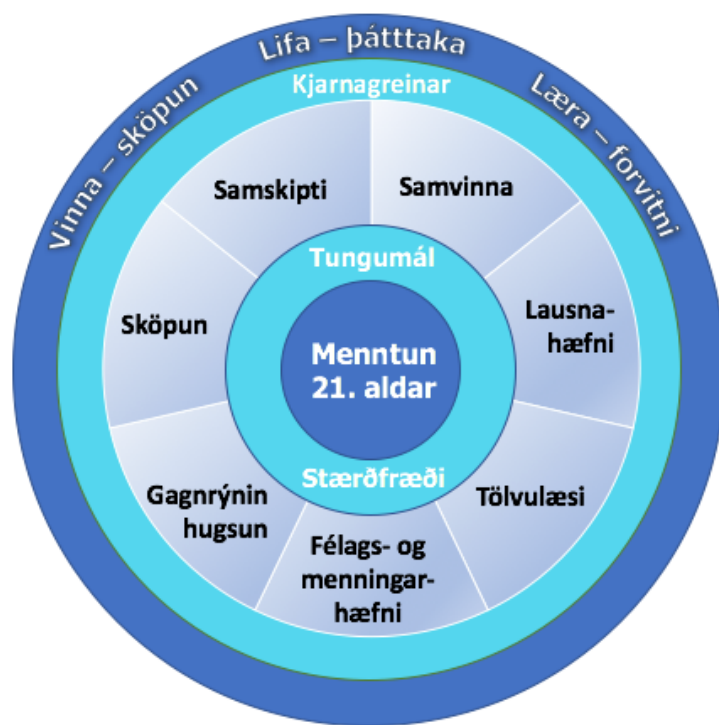
<http://selwyndonia.nl/site/2012/een-eenvoudige-balans-opstellen-zo-doe-je-dat/> (svipað innihald og á fyrri síðum)

<http://www.doehetzelfondernemingsplan.nl/wp-content/uploads/downloads/2010/04/Paginas-van-Ondernemingsplan-97-tm-99.pdf> (svipað innihald og á fyrri síðum)

Notaðu þau fjárhagslegu gögn sem þú safnaðir og gerðir útreikninga um, varðandi eignir og fjármagn og eigið fé, til þess að útbúa upphafsefnahagsreikning. Ræddu þetta við leiðbeinanda þinn / mentor. Þetta er auðvitað vandasamt verkefni!

Bókhaldsreglur:

1. Þegar eignir vaxa, bókaðu það á debet hlið.
2. Þegar eignir minnka, bókaðu það á kredit hlið.
3. Þegar skuldir aukast, bókaðu á kredit hlið.
4. Þegar skuldir minnka, bókaðu á debet hlið.
5. Þegar eigið fé eykst, bókaðu á kredit hlið. (eigið fé er skuld við eigandann)
6. Þegar eigið fé minnkar, bókaðu á debet hlið.



	Merktu við þitt val	Dagsentning	Athugasemd Mentors
STOP			
GO			

19. Fjárhagsáætlun II

Námsáætlun: Fjárhagsáætlun II					
Kennari		Dagsetning	Tími	Nýsköpun	Fjöldi nemenda
Efni		Fjárhagsáætlun II - rekstraráætlun			
Námsefni		Námsáætlun "Fjárhagsáætlun II"			
Byrjunarstaða		Nemendur hafa markaðssetningaráætlun tilbúna fyrir fyrirtæki sitt og þeir hafa einnig útbúið "upphafsefnahagsreikning".			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur eru færir um að skrá væntanlegar tekjur fyrirtækja sinna Nemendur eru færir um að skrá væntanleg útgjöld fyrirtækja sinna Nemendur öðlast góðan skilning á útgjaldaflokkum sem fyrirtæki þeirra þurfa að takast á við.			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur þrói reiknifærni Nemendur læri samskipti Nemendur læri samvinnu Nemendur læri gagnrýna hugsun			
Tími	Námskeiðs- hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og kennsla	Nemendur kynna sér þýðingu hugtaksins "rekstraráætlun" Nemendur læra um þau útgjöld sem taka þarf tillit til.	Kynna verkefnið og útskýra þegar þörf er á.	Nemendur ræða í hópum þeirra merkingu hugtaksins um "rekstraráætlun". Þeir skoða upplýsingar um þetta efni	Kanna, greina, byggja upp. Tilgreina.
	Verkefni	Nemendur þekki hvernig á vinna rekstraráætlun. Þeir vita hvar og hvernig á að nálgast raunhæfar tölur fyrir þeirra grein.	Þjálfun og leiðbeiningar í hópvinnum.	Nemendur gera yfirlit fyrir fyrirtæki þeirra um áætlaðar tekjur og útgjöld.	Tilgreina, nýta
	Mat	Nemendur eru færir um að setja upp rekstraráætlun.	Ræðir hvernig rekstrar-áætlunin var uppbyggð.	Skila af sér rekstraráætlun.	Meta, greina, aðlaga

19. Bréf -Fjármál II: Rekstraráætlun

Þú ert að vinna að rekstraráætlun og startkostnaðaráætlun er tilbúin. Rekstraráætlunin er hluti af fjárhagsáætluninni. Hvað þýðir hugtakið rekstraráætlun? Ræðið það í hópnum.

Markmið: Nemendurnir geta sett upp áætlun fyrir rekstur fyrirtækisins.

Rekstraráætlun er mjög mikilvæg. Þú munt sýna tekjurnar og kostnaðinn fyrir ákveðið tímabil.

Líklega og vonandi áttu von á að hagnast. Reynslan sýnir að margir frumkvöðlar eiga erfitt að ná jákvæðri niðurstöðu og hagnast í byrjun. Þeir eru ekki búnir að stilla sig nógu vel af á markaðnum og borga of hátt verð fyrir efni og vörur sem þeir nota og lenda í miklum kostnaði, ekki síst í byrjun.

Velta fyrirtækis er heildatekjur af sölu, þ.e. söluverð vöru sinnum fjöldi seldra vara. Vergur(brúttó) hagnaður = veltan mínus kaupverðið sem þú þurftir að greiða fyrir vörunar sem þú seldir.

Nettó hagnaður = brúttó hagnaður mínus kostnaður af rekstri fyrirtækisins.

Dæmi: Kaupverð vöru 5000 kr; hagnaður er 20% af kaupverðinu, fjöldi seldra vara = 25.000 stk og rekstrarkostnaður fyrirtækisins er **22.400.000 kr.**

Útreikningur:

Söluverð er kaupverð + hagnaður = 5000 kr + 1000 kr; (20% ofná 5000) = **6000 kr;**

Velta = 25.000 stk x 6000 kr; = **150.000.000 kr;**

Vörukaup = 25.000 stk x 5000 kr; = **125.000.000 kr;**

Brúttó hagnaður = 25.000 stk x 1000 kr; = **25.000.000 kr;**

Nettó hagnaður = brúttó hagnaður – rekstrarkostnaður = 25.000.000 kr; - 22.400.000 kr; = **2.600.000 kr.**

Þú tekur eftir að í dæminu er rekstrarkostnaður fyrirtækisins töluvert hár: 22.400.000 kr.

Það er margt sem telst til rekstrarkostnaðar hjá fyrirtækjum. Þar má til dæmis nefna: afskriftir, starfsmannakostnað (m.a. laun), aðstöðukostnað (leigu eða afborgarnir af húsnæði), flutningskostnað, orkukostnað, tryggingar, þrif, auglýsingar, o.s.frv.

Skoðaðu þessar vefsíður:

Reglugerð um frádrátt frá tekjum af atvinnurekstri eða sjálfstæðri starfsemi.

<http://www.reglugerd.is/reglugerdir/allar/nr/483-1994>

Leiðbeiningar um gerð rekstraráætlana:

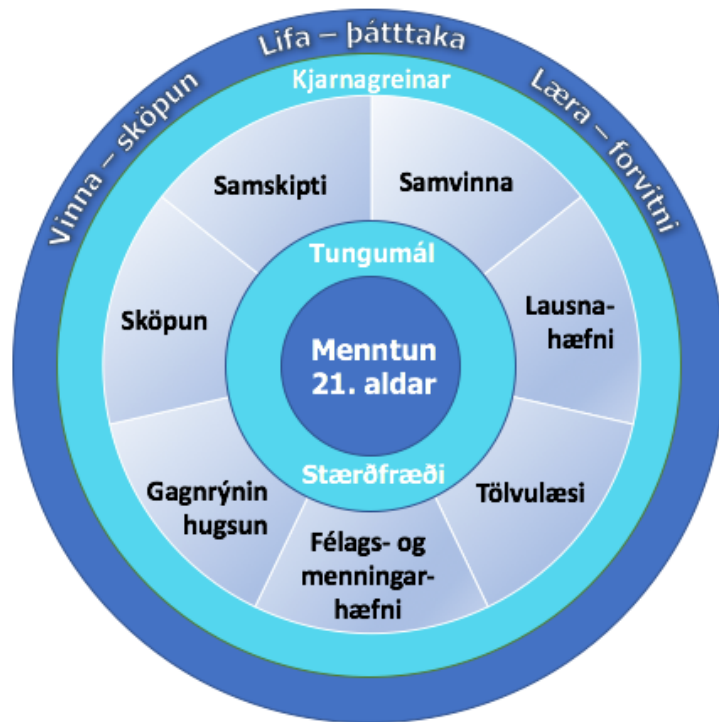
<http://styrkumsoknir.is/tag/rekstraraetlun/>

Eyðublöð og form, m.a. módel fyrir rekstraráætlun:

<http://www.stjornendavefur.is/eydublod-og-form/>

Nú setur þú upp rekstraáætlun fyrir fyrirtækið þitt. Notaður töflureikni (t.d. Excel) og skipulegðu gögnin. Ef þú þarft fjárhagsupplýsingar sem eru byggðar á raunveruleikanum, verður þú að tryggja að þú sért að vinna með kostnað sem fyrirtækið þitt kemur til með að mæta. Hvar færðu þannig upplýsingar?

- Fyrst skalt þú ræða innan hópsins tekjurnar: hvað verða tekjurnar miklar? Sýndu kennaranum/mentorum tölurnar sem reiknaðir.
- Næst einbeitir þú þér að kostnaðarhliðinni: hvaða verða útgjöldin þín mikil (innkaupsverð á vörum eða hráefi meðtalið). Ræddu þetta í hópnum og við kennarann/mentorinn.



	Merktu við þitt val	Dagsetning	Athugasem Mentors
STOP			
GO			

20. Fjárhagsáætlun III - Greiðsluáætlun

Námsáætlun: Fjárhagsáætlun III - Greiðsluáætlun					
Kennari		Dagsetning	Tími	Nýsköpun	Fjöldi nemenda
Efni		Fjárhagsáætlun III - Greiðsluáætlun			
Námsefni		Námsbréf “Fjárhagsáætlun III”			
Byrjunarstaða		Nemendur hafa tilbúna markaðssetningaráætlun fyrir fyrirtæki sitt og þeir hafa útbúið "upphafsefnahagsreikning". Einnig er tilbúin rekstraráætlun.			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur þekki hugtökin "virðisauki", og "framleiðsluferli" (röð af skrefum sem sýna ferlið frá hráefni til vöru sem er keypt af viðskiptavini) og virðisaukaskattur (VSK). Nemendur eru færir um að reikna VSK af því sem þeir þurfa að greiða.			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur læra reiknifærni Nemendur læra samskipti Nemendur læra samstarf			
Tími	Námskeiðs- hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og kennsla	Nemendur læra hvað VSK er. Þeir læra hvenær á að greiða VSK og í hvaða tilvikum er hægt að endurheimta VSK.	Kynning á verkefninu og útskýringar þegar þörf er á.	Nemendur fylgja skýringum um hvenær á að greiða og hvenær á að endurheimta VSK.	Kanna, greina, byggja upp og tilgreina.
	Verkefni	Nemendur vita hvernig á byggja upp greiðsluáætlun í því skyni að meta þörf á fjármögnun.	Þjálfun og leiðbeiningar til hópanna.	Nemendur gera yfirlit um sjóðstreymi fyrirtækja þeirra: inn og útsreymi fjármagns.	Tilgreina, beita aðferðum.
	Mat	Nemendur eru færir um að setja fram áætlun um greiðslustöðu og að meta fjármögnunarpörf sína.	Ræða hvernig greiðsluáætlunin var smíðuð (bakgrunnsbreytur)	Skila inn greiðsluáætlun.	Meta, greina, aðlaga.

20. Bréf - Fjármál III: Greiðsluáætlun

Nú er þetta farið að ganga hjá okkur. Þú hefur nú gert byrjunarfjárhagsáætlun og rekstraráætlun, en ennþá þarf að búa til nýjan hluta fjárhagsáætlunarinnar: greiðsluáætlunina.

Markmið: nemendur geta sett upp greiðsluáætlun fyrir fyrirtækið sitt.

Tilgangur greiðsluáætlunar er að sýna hve miklum peningum fyrirtækið mun eyða og hve mikið af peningum mun renna inn á bankareiknina þess.

Greiðsluáætlun er ekki síst mikilvæg vegna þess að þar ert þú að vinnan með upphæðir með virðisaukaskatti, VSK, sem þú þarft að skila reglulegar til ríkisskattstjóra. Hvernig virkar að? Skoðaðu eftirfarandi hugmyndir.

Framleiðsluferli: vegurinn frá fyrstu aðgerð í framleiðslunni (hráefni) til afhendingar til endanlegs viðskiptavinar, móttakanda fullbúinnar vöru. Viðskiptavinnurinn eykur ekki virði vörunnar og er þess vegna ekki hluti af framleiðsluferlinu.

Framleiðsluferli fyrir leðurskó.



Neytandi

Allir hlekkir í keðjunni standa fyrir vissan geira atvinnulífsins. Allir aðilar í framleiðsluferlinu, nema viðskiptavinurinn, auka virði vörunnar. Allir hlekkir keðjunnar gera vöruna dýrari.

Hér fyrir neðan verður hugtakið “virðisauki” útskýrt með öðru framleiðsluferli. Hugtakið virðisaukaskattur (VSK) er auðvitað nátengt hugtakinu virðisauki.

Kaupverð		Söluverð
	Bóndi	2500 kr;
2500 kr;	Spunaverksmiðja	3000 kr;
3000 kr;	Vefnaðarverksmiðja	3700 kr;
3700 kr;	Fatabúð	4900 kr;
4900 kr;	Neytandi	

Þegar fyrirtæki kaupir vörur eða þjónustu, getur það fengið VSK endurgreiddan frá “Skattinum” (ríkisskattstjóra). Þegar fyrirtæki selur vörur eða þjónustu, fær það VSK sem hefur verið greiddur til “Skattsins”. Mismunurinn á VSK sem er greiddur og fenginn er hin raunverulega upphæð sem þarf að greiða “skattinum”.

Við munum nú reikna VSK fyrir hvern hluta keðjunnar (virðis-keðjunnar):

Bóndi

Kaupverð	0 kr;	Söluverð	2500 kr
VSK 24%	0 kr;	VSK 24%	600 kr
Kaup	0 kr;	Sala	3100 kr

Innskattur, VSK sem kemur til frádráttar, er 0 kr; Útskattur, VSK sem þarf að skila, er 600 kr. Þá upphæð þarf bóndinn að borga 600 kr til ríkisskattstjóra (RSK).

Spunaverksmiðja

Kaupverð	2500 kr;	Söluverð	3000 kr
VSK 24%	600 kr	VSK 24%	720 kr
Kaup	3100 kr	Sala	3720 kr

Innskattur sem kemur til frádráttar er 600 kr; Útskattur sem varan var seld með var 720 kr. Þá þarf Spunaverksmiðjan að borga 120 kr til ríkisskattstjóra.

Vefnaðarverksmiðja

Kaupverð	3000 kr;	Söluverð	3700 kr
VSK 24%	720 kr	VSK 24%	888 kr
Kaup	3720 kr	Sala	4588 kr

Innskattur sem kemur til frádráttar er 720 kr; Útskattur sem varan var seld með var 888 kr. Þá þarf Vefnaðarverksmiðjan að borga 168 kr til ríkisskattstjóra.

Fatabúð

Kaupverð	3700 kr;	Söluverð	4900 kr
VSK 24%	888 kr	VSK 24%	1176 kr
Kaup	4588 kr	Sala	6076 kr

Innskattur sem kemur til frádráttar er 888 kr; Útskattur sem varan var seld með var 1176 kr. Þá þarf Vefnaðarverksmiðjan að borga 288 kr til ríkisskattstjóra.

Neytandinn er sá síðasti í röðinni og verður að borga allan virðisaukaskattinn; upphæðina 1176 kr. Við getum sannreynt þessa upphæð, 1176 kr, á tvo mismunandi vegu.

Afstemmingaraðferð I:

Við leggjum saman allar VSK upphæðirnar:

Bóndi 600 kr + Spunaverksmiðja 120 kr + Vefnaðarverksmiðja 168 kr + Fatabúð 288 kr = 1176 kr

Afstemmingaraðferð II:

Við skoðum VSK fyrir hverja hreyfingu í keðjunni:

Bóndi: 2500 kr; svo 24% of 2500 kr; = 600 kr

Spunaverksmiðja: virðisauki er hér 500 kr; Svo 24% af 500 kr; = 120 kr

Vefnaðarverksmiðja: virðisauki er 700 kr; Svo 24% af 700; = 168 kr

Fatabúð: virðisauki er 1200 kr; Svo 24% af 1200 kr; = 288 kr
Samtals gerir þetta 1176 kr

Ef til vill skilurðu núna hvers vegna þetta er kallað virðisaukaskattur, VSK. Fyrirtæki borga skatt af verðmætinu (virðinu) sem þau bæta við vöruna eða þjónustuna.

VSK = Virðisaukaskattur

Það eru þrjú þrep í virðisaukaskatti á Íslandi:

0% VSK; t.d. kennsla í skólum, ýmis þjónusta og flest sem tengis erlendri starfsemi.

11% VSK (lægra skattþrep); gisting, afnotagjöld, blöð og bækur, orka, matvörur, o.fl.

24% VSK (hærra skattþrep); flestar almennar vörur og þjónusta.

<u>Dæmi:</u> kaup á hráefni		10.000 kr; (framleiðandi kaupir)
VSK	24%	2.400 kr;
Sala		30.000 kr; (verslun kaupir)
VSK	24%	7.200 kr;
Sala til neytanda		70.000 kr; (neytandi kaupir)
VSK	24%	16.800 kr;

Hvað þarf framleiðandinn að greiða mikinn VSK til ríkisskattstjóra?

Svar: 4.800 kr; (Útskattur 7.200 kr; mínus Innskattur 2.400 kr)

Hvað þarf verslunin að greiða mikinn VSK til ríkisskattstjóra?

Svar : 9.600 kr; (Útskattur 16.800 kr; mínus Innskattur 7.200 kr)

Hvað þarf neytandinn að greiða mikinn VSK?

Svar: 16.800 kr;

(Afstemming: VSK ; (kaup framleiðanda + 2.400 kr; (kaup verslunar) + 4.800 kr; (borgað af verslun eftir sölu) + 9.600 kr; Neytandinn greiðir 16.800 sem er allur virðisaukaskatturinn.)

Skóðið eftirfarandi vefsíður:

<http://www.ondernemersplein.nl/ondernemen/geldzaken/uw-financien-onder-controle/info-en-advies/uw-financieel-plan/liquiditeitsbegroting/> (about the liquidity budget)

<http://www.ondernemersplein.nl/ondernemen/geldzaken/uw-financien-onder-controle/info-en-advies/uw-financieel-plan/liquiditeitsbegroting/voorbeeld-liquiditeitsbegroting/> (example of a liquidity budget)

<http://www.mkb servicedesk.nl/4311/hoe-maak-liquiditeitsbegroting.htm> (how to set up a liquidity budget)

Greiðsluáætlunin

Vel undirbúin fjármögnun mun hjálpa þér að vera viss um að þú getir staðið við allar greiðslur sem skylt er að greiða. Ekki aðeins til langs tíma, heldur einnig til skamms tíma. Þess vegna er hjálplegt að stilla upp greiðsluáætlun, þar sem tekjur og gjöld verða sýnileg. Þetta á einnig við um upphæðir sem ekki eru tekjur eða framleiðslukostnaður, t.d. endurgreiddur virðisaukaskattur, virðisaukaskattur sem leggja þarf á selda vöru, einkaneysla, afskriftir og skattar.

A Módel fyrir greiðsluáætlun					
Jan	Febr	Mars	Apríl	Maí	
Innkoma:					
a. Upphafsstaða	kr	kr	kr	kr	kr
(peningar, banki)					
sala, staðgeidd	kr	kr	kr	kr	kr
innk. greiddar skuldir	kr	kr	kr	kr	kr
Endurgreiddur VSK	kr	kr	kr	kr	kr
Ný lán tekin	kr	kr	kr	kr	kr
Önnur innkoma	kr	kr	kr	kr	kr
b. Heildarfjárstreymi inn	kr	kr	kr	kr	kr
Útgjöld:					
Fjárfestingar	kr	kr	kr	kr	kr
Innkaup	kr	kr	kr	kr	kr
Rekstrarkostnaður	kr	kr	kr	kr	kr
VSK á fjárfe./innkaup/kostnað	kr	kr	kr	kr	kr
VSK greiddur	kr	kr	kr	kr	kr
Skattar og greiðslur í lífeyrissjóði	kr	kr	kr	kr	kr
Vextir og afskriftir	kr	kr	kr	kr	kr
Persónuleg útgjöld	kr	kr	kr	kr	kr
Annar kostnaður	kr	kr	kr	kr	kr
c. Heildar útstreymi fjár	kr	kr	kr	kr	kr
d. Lokastaða (b mínus c)	kr	kr	kr	kr	kr

Útskýringar.

Upphafsstaða: sú fjárhæð sem er handbær í byrjun mánaðar: peningar eða innistæður á bankareikningum.

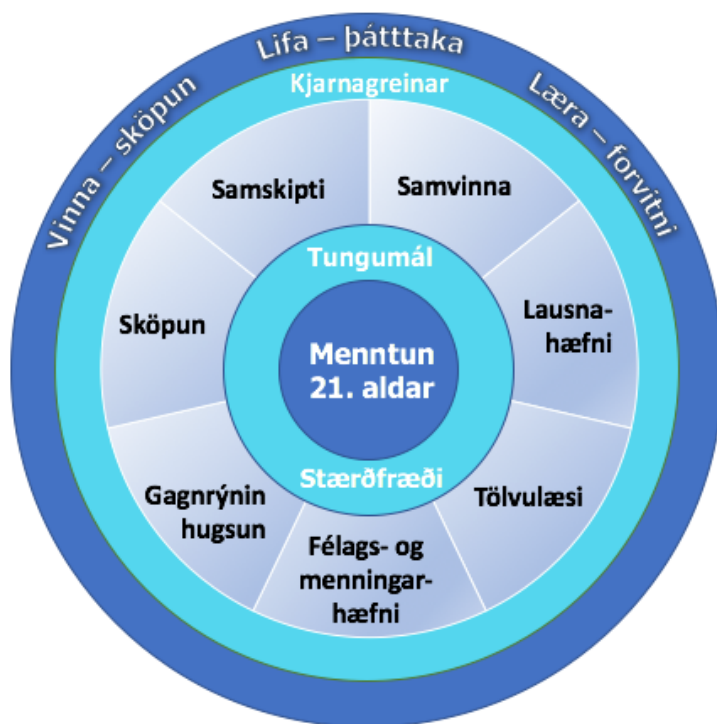
Heildartekjur: Væntanlegum útgjöldum í mánuðinum er bætt við upphafsstöðu þess mánaðar. Athugaðu að árstíðir geta haft áhrif á tekjur þínar og gjöld.

Heildarútgjöld: Þetta er yfirlit yfir allar greiðslur sem inna þarf af hendi í mánuðinum. Reglulegur kostnaður fyrirtækisins verður ekki mjög breytilegur milli mánaða, en VSK greiðslur til ríkisskattstjóra eru greiddar á tveggja mánaða fresti. Þetta gæti líka átt við um vaxtagreiðslur og afskriftir. Persónuleg útgjöld eru einnig hærri um jólin og þegar þú ferð í sumarleyfi. Og eins verða útgjöld fyrirtækisins líklega hærri á sumrin þegar þú þarft að ráða afleysigafólk.

Lokastaða: Heildartekjurnar mínus heildarútgjöldin fyrir hver mánuð. Lokastaða hvers mánaðar er upphafsstaða næsta mánaðar. Upphæðirnar geta verið neikvæðar (í mínus) á tímabilum. Þannig skortur á peningum er oft einfaldlega leystur með yfirdrætti á bankareikningi fyrirtækisins.

Nú er kominn tími til að gera greiðsluáætlun fyrir þitt fyrirtæki. Þú átt að nota töflureikni (t.d. Excel) til að gera það. Vertu viss um að nota raunhæfar tölur sem eru byggðar á staðreyndum eins og kostur er. Ef þú hefur ekki raunverulegar tölur lýstu því þá hvernig þú áætlaðir þær tölur sem þú notaðir.

22. Ræddur fyrst í hópnum um tekjurnar og aðra innkomu. Sýndu kennaranum/mentorum tölurnar.
23. Næst reiknar þú útgjöldin (að meðtöldu innkaupsverði vara sem þú þarft). Ræddu tölurnar í hópnum og við kennarann/mentorinn.



	Mertu við þitt val	Dagsetning	Athugasemd Mentors
STOP			
GO			

21. Fjárhagsáætlun IV

Námsáætlun: Fjárhagsáætlun IV					
Kennari		Dagsetning	Tími	Nýsköpun	Fjöldi nemenda
Efni		Fjárhagsáætlun IV Lykilstærðir			
Námsefni		Námsbréf “Fjárhagsáætlun IV”			
Byrjunarstaða		Nemendur eru með markaðssetningaráætlun, upphafsefnahagsreikning, rekstraráætlun og greiðsluáætlun tilbúna fyrir fyrirtæki sín.			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur þekki hugtök eins og "arðsemi", og "greiðslugetu" (segir fyrir um líkur á því að fá lán, þ.e. "lánstraust") og “núll punkt” sem er jafnvægispunkturinn milli hagnaðar og taps. Nemendur eru færir um að nota þessi hugtök og hugmyndir í útreikningum.			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur þrói reiknifærni sína Nemendur læri um samskipti Nemendur læri um samvinnu			
Tími	Námskeiðs-hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og kennsla	Nemendur læra um hugtökin arðsemi, lánstraust og jafnvægi milli hagnaðar og taps.	Kynning á verkefninu og útskýringar þegar þörf er á.	Nemendur fylgja útskýringum á lykilatriðum í þessu námsbréfi.	Kanna, greina, byggja upp, skipuleggja.
	Verkefni	Nemendur vita hvernig á að nota þessar hugmyndir í útreikningum fyrir fyrirtæki sín.	Þjálfar og leiðbeina í hópvinnum.	Nemendur meta arðsemi, lánstraust og jafnvægi í rekstri fyrirtækja.	Tilgreina, beita aðferðum.
	Mat	Nemendur þekki hugtök eins og arðsemi, lánstraust og rekstrarjafnvægi .	Ræða hvernig útreikningar voru gerðir. Leiðréttar þegar þörf er á.	Skila útreikningum.	Meta, greina, aðlagga.

Hugmynd: Hér er hægt láta nemendur sækja um lán hjá banka (þar sem þeir þurfa að reikna út nákvæmlega það sama og hér). Hægt er að breyta því í hlutverkaleik þar sem mentorinn (leiðbeinandi fyrirtækisins) er í hlutverki þess sérfræðings í bankanum sem þarf að ákveða lánaskilmála. Hópar kynna lánsumsóknir sínar til skiptis. Allir nemendur og mentorar taka þátt í lokamatsskýrslunni: Hver fékk lánið, hver ekki og hvers vegna?

21. Bréf - Fjármál IV: Lykilstærðir

Þú hefur verið upptekin/n að fást við heildar fjárhagsáætlunina, en hvað þýða allar þessar tölur? Þetta námsbréf mun hjálpa þér að skilja endanlega stöðu fyrirtækisins.

Markmið: Nemendurnir geta reiknað lykilstærðir á grundvelli fjárhagslegra upplýsinga um fyrirtækið sitt.

Nemendur verða að geta notað eftirfarandi lykilstærðir:

1. Gjaldþolshlutfall (gjaldhæfi)

Þegar gjaldþolshlutfall er nefnt, eru verið að tala um getu fyrirtækisins til að standa við fjárhagslegar skuldbindingar sínar, til dæmis gagnvart stofnanunum sem útveguðu þeim fjármagn (t.d. lán). Allar eignir fyrirtækisins eru teknar með í reikninginn til að standa á bak við fjármagn sem hefur komið utanfrá. Gjaldþolshlutfall er hlutfallið á milli eigna og skulda í bókhaldinu. Hin endanlega spurning er: Mun fyrirtækið eiga fyrir öllum skuldum allra þeirra sem hafa lánað fyrirtækinu, ef það verður leyst upp?

Formúla fyrir gjaldþolshlutfalli: $\left(\frac{\text{Eignir}}{\text{Skuldir}} \right) \times 100$ (Gefur útkomu í prósentum)

2. Arðsemi heildarfjármagns

Arðsemi heildarfjármagns = Hagnaður plús vaxtageiðslur og skattar / meðaltal heildareigna. Hlutfallið gefur til kynna hversu mikill hagnaður er í hlutfalli við það sem hefur verið fjárfest í fyrirtækinu og sýnir um leið hæfi fyrirtækisins til að stunda starfsemi sína. Arðsemi fjármagns er mikilvægt að skoða þegar ákvarðanir um langtímafjárfestingar eru teknar. Til að tryggja tilveru fyrirtækisins verður hagnaður til lengri tíma litið að vera nægur til að borga lánardrottnum og hluthöfum arð af fjárfestingu sinni samkvæmt væntingum þeirra.

Formúla: Arðsemi heildarfjármagns: $\left(\frac{\text{Hagnaður} + \text{skattar} + \text{vextir}}{\text{Meðaltal heildareigna}} \right) \times 100$ (Gefur útkomu í prósentum)
(AHF)

3. Arðsemi ytra frámagns:

Formúla: Arðsemi ytra frámagns $\left(\frac{\text{Vextir} \dots}{\text{Meðaltal ytra frámagns}} \right) \times 100$ (Gefur útkomu í prósentum)
(AYF)

4. Arðsemi eiginfjár:

Formúla: Arðsemi eiginfjár: $\text{AHF} + (\text{AHF} - \text{AYF}) \times \left(\frac{\text{Ytra fjármagn}}{\text{Eigið fé}} \right)$ (Útkoma %)
(AEF)

5. "0"-punks aðferðin.

"0"-punkturinn er það kallað þegar fyrirtæki er hvorki að tapa eða græða. Þetta er hægt að reikna í peningum eða fjölda eininga af vöru eða þjónustu.

Formúla "0"-punks (fjöldi eininga, vörur/þjónusta):
$$\left(\frac{\text{Heildar fastur kostnaður}}{\text{Söluverð} - \text{breytilegur kostnaður hvers einingar}} \right)$$

Formúla "0"-punks (peningar): Útkoman úr fyrri formúlu x söluverð.

<http://www.ondernemersplein.nl/ondernemen/geldzaken/uw-financien-onder-controle/info-en-advies/uw-financieel-plan/financieringsbegroting/> (budget for financing)

<http://www.ondernemersplein.nl/ondernemen/geldzaken/uw-financien-onder-controle/info-en-advies/financieel-inzicht/> (financial understanding)

<http://www.lancelots.nl/starten/ondernemingsplan/financieel-plan> (financial plan)

Nú skaltu byrja að búa til heildar fjármálaáætlun, með kennaranum/mentornum, þar sem hlutir eins og fjárhagsáætlun, kostnaðaráætlun, greiðsluáætlun og lykilstærðirnar sem eru hér fyrir ofan eru nýttar. Þetta verk er erfitt og þú munt þurfa aðstoð og leiðsögn, en það er mjög mikilvægur þáttur í því að stofna fyrirtækið þitt. Ræddu fjármálaáætlunina þína við kennarann/metorinn.



	Merktu við þitt val	Dagsetning	Athugasemd Mentors
STOP			
GO			

22. Viðskiptaáætlun

Námsáætlun: Viðskiptaáætlun					
Kennari		Dagsetning	Tími	Nýsköpun	Fjöldi nemenda
Efni		Viðskiptaáætlun			
Námsefni		Námsbréf “Viðskipta áætlun”			
Byrjunarstaða		Nú hafa nemendur unnið sig í gegn um 21 námsbréf. Nú er kominn tími til að safna öllu saman í heildstæða viðskiptaáætlun.			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur gera sér grein fyrir undirliggjandi eiginleikum og kröfum til góðrar viðskiptaáætlunar. Á grundvelli reynslu sem nemendur hafa fengið í námskeiðinu, eru þeir nú færir um að byggja upp og skrifa góða viðskiptaáætlun.			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur þroska reiknifærni sína. Nemendur auka við orðaforða sinn. Nemendur læra að eiga samskipti Nemendur læra samvinnu Nemendur læra gagnrýna hugsun			
Tími	Námskeiðs-hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og kennsla	Nemendur vita hvernig góða viðskiptaáætlun þarf að vera.	Kynna verkefnið og útskýra eftir þörfum.	Nemendur skoða vefsíður um gerð viðskipta-áætlana.	Skoða og greina.
	Verkefni	Nemendur læra (með hópnum) að gera viðskiptaáætlun fyrir sitt fyrirtæki.	Þjálfar og leiðbeina hópnum við vinnu þeirra.	Nemendur fullgera viðskipta-áætlun og nota til þess leiðbeiningar og hjálpartæki sem þeir finna á vefnum og fá hjá leiðbeinendum sínum.	Skilgreina og nota.
	Mat	Nemendur geta gert viðskiptaáætlun fyrir sitt fyrirtæki. Þeir eru einnig meðvitaðir um þá hæfni 21. aldar sem þeir hafa verið að þróa með sér í gegn um lausn verkefnisins.	Ræða uppbyggingu viðskipta-áætlunarinnar. Ræða einng vinnuferlið og útkomuna. Leiðrétta eftir þörfum.	Nemendur skila viðskiptaáætlun hópsins. Þeir hugleiða þá hæfni og færni sem þeir hafa náð með verkefninu og gera grein fyrir ferlinu og niðurstöðunum	Meta, greina og stilla.

22. Bréf - Viðskiptaáætlun

Allan þennan tíma hefur þú verið upptekin/n við að semja og skrifa viðskiptaáætlun þína. Þú hefur varðað leiðina í gegnum 21 námsbréf og í hvert skipti tókst þér að fá merki frá leiðbeinanda/kennara um framhald. Nú er kominn tími til að draga allt saman í eina heild í vel útlítandi og skýra viðskiptaáætlun.

Markmið: Nemendur verði færir um að gera viðskiptaáætlun fyrir eigin fyrirtæki.

Skoðaðu eftirfarandi vefsíður:

<http://nmi.is/studningur/ad-hefjast-handa/vidskiptaaaetlun/>

<http://styrkumsoknir.is/vidskiptaaaetlun/>

http://www.mbl.is/vidskipti/frettir/2012/10/06/snidug_lausn_a_vidskiptaaaetlun/

<http://styrkumsoknir.is/bmc-einfalt-model-fyrir-vidskiptaaaetlun/>

<http://www.icelandicstartups.com/>

Nú ertu að fara að skrifa og setja saman með hópnum þínum heildarviðskiptaáætlun fyrir fyrirtæki þitt. Þegar því er lokið þá munt þú bera áætlunina undir leiðbeinanda þinn. Ræddu áætlunina við hann/hana og bentu á hæfnipætti menntunar 21. aldar á skífunni hér fyrir neðan.

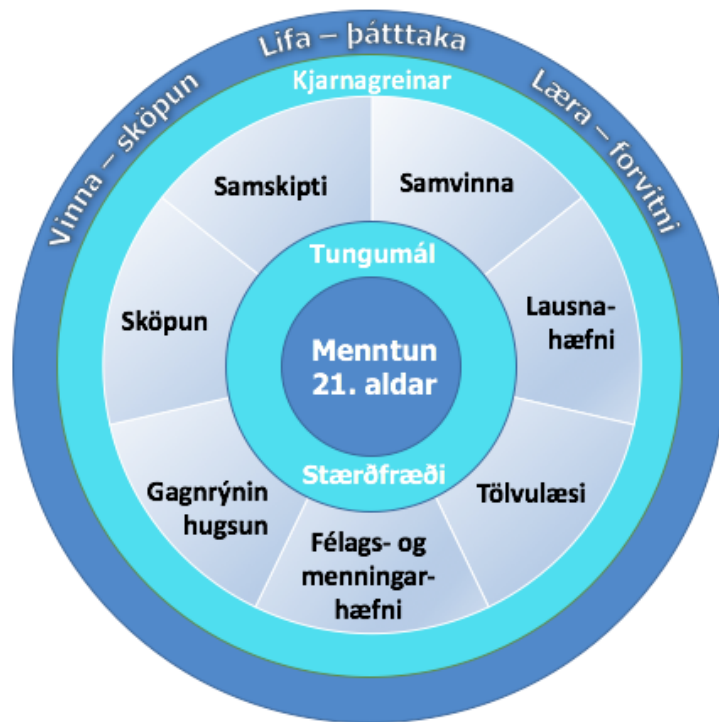
Skífan hér fyrir neðan sýnir hvernig menntakerfið reynir að undirbúa þig fyrir framtíðarhlutverk þitt í samfélaginu. Í þessu verkefni hefur þú nýtt þér á margvíslegan hátt þá færni og þekkingu sem er þar er tilgreind.

Skrifaðu niður fyrir hvert atriði, hvernig þú hefur notað þessa hæfni á meðan á þessu verkefni stóð. Sjö atriði eru skráð og við viljum að þú að skrifa eina síðu um hvern þátt sem þú hefur notað í verkefninu.

Skoðaðu eftirfarandi vefsíðu:

<http://www.kennisnet.nl/themas/21st-century-skills/vaardigheden/benodigde-vaardigheden-voor-de-21ste-eeuw/>

1. Sköpun
2. Gagnrýnin hugsun
3. Samskipti
4. Félags- og menningarhæfni
5. Samvinna
6. Tölvulæsi
7. Lausnahæfni



	Merkstu við val þitt	Dagsetning	Athugasemd mentors
STOP			
GO			

23. Kynning viðskiptaáætlunar

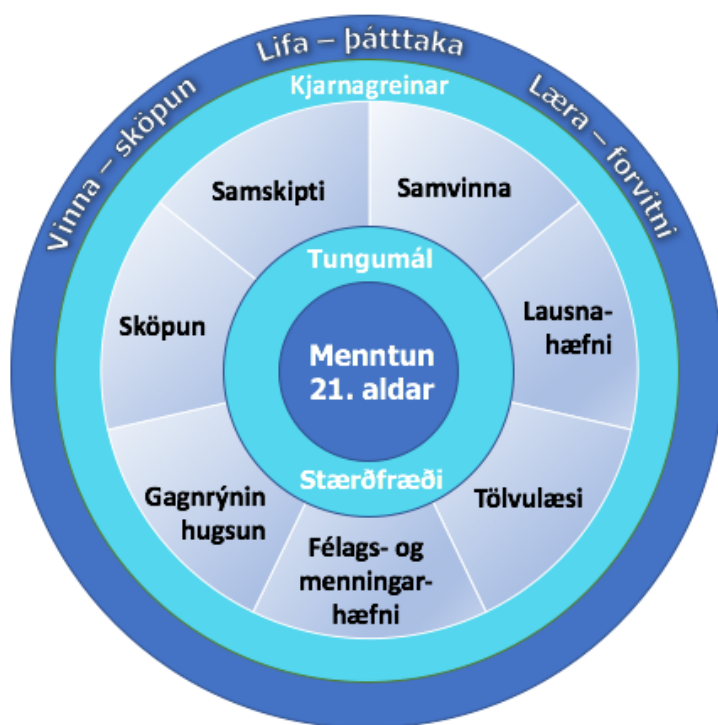
Námsáætlun: Kynning viðskiptaáætlunar					
Kennari		Dags	Tími	Nýsköpun	Fjöldi nemenda
Efni		Kynning viðskiptaáætlunar			
Námsefni		Námsbréf “Kynning viðskiptaáætlunar”			
Byrjunarstaða		Nemendur hafa unnið ítarlega viðskiptaáætlun (hópvinna).			
Námsmarkmið (útkoma)		Nemendur eru færir um að kynna viðskiptaáætlun fyrir framan áheyrendur. Nemendur eru færir um að styðja við kynningun með forritum eins og Powerpoint eða Prezi.			
Námsmarkmið (ferli)		Nemendur þróa og auka færni í upplýsingatækni Nemendur þróa tungumálakunnáttu sína Nemendur læra samskipti Nemendur læra samvinnu Nemendur þróa sköpunargáfu Nemendur þróa félagslega og menningarlega færni			
Tími	Námskeið s-hluti	Námsmarkmið	Verkefni kennara	Verkefni nemanda	Námsferli (nákvæmt)
	Kynning og kennsla	Nemendur eru færir um að undirbúa kynningu með því að nota viðeigandi forrit.	Kynna verkefni og útskýra þau, þegar þörf er á.	Nemendur íhugi leiðir til að kynna viðskipta-áætlun fyrir markhópi og þau hjálpartæki sem þeir vilja nota.	Kanna, greina.
	Verkefni	Nemendur læra að vinna skýra framsetningu á viðskiptaáætlun fyrrir markhóp.	Þjálfun og leiðbeining til hópanna í vinnu þeirra.	Nemendur hanna og gera ítarlega kynningu á viðskiptaáætlun, sem er ætluð fyrir áhorfendur.	Tilgreina, beita
	Mat	Nemendur eru færir um að kynna viðskiptaáætlun fyrirtækisins fyrir áherendum /markhópi.	Gagnrýna og meta kynningar nemenda.	Hver vinnuhópur kynnir eigin viðskiptaáætlanir fyrir áheyrendum	Meta, greina, aðlaga.

23. Bréf - Kynning viðskiptáætlunar

Þú hefur lokið við að skilgreina fyrirtækið þitt. Kennarinn/leiðbeinandi gaf þér merki um að halda áfram! Síðasti hluti af þessu verkefni er að þú munt kynna viðskiptaáætlunina fyrir áheyrendum/markhópi. Áheyrendur samanstanda af samstarfsfélögum, foreldrum, bekkjarfélögum, kennurum og öðru áhugasömu fólki.

Markmið: Nemendur munu kynna viðskiptaáætlun sína fyrir áheyrendum/markhópi.

Þú munt kynna viðskiptaáætlun þína á almannafæri. Það er undir þér komið hvernig þú kynnir viðskiptaáætlunina, til dæmis með því að nota Prezi, PowerPoint eða önnur verkfæri. Samstarfsfélagar og leiðbeinendur í þessu verkefni munu meta kynninguna. Þetta mat verður hluti af endanlegri heildarstigagjöf sem viðskiptaáætlun þín fær.



	Merktu við val þitt	Dagsetning	Athugasemdir mentors
STOP			
GO			

SC2BC Matsblað fyrir kennara og leiðbeinendur úr atvinnulífinu

Hér að neðan sérðu matslíkan fyrir SC2BC verkefnið. Notkun þessa líkans auðveldar þér að meta þátttöku og virkni nemenda í verkefninu.

Þættir sem metnir eru: Ferlið (sem fjallað er um í hópavinnunni), Afurðin(viðskiptaáætlun), Kynningin (kynning á afurðinni fyrir dómnefnd, leiðbeinendum og áhorfendum, ásamt viðhorfi nemendans til nýsköpunar á meðan verkefninu stendur.)

Stigagjöf:

Þættir	Viðmið	Stigagjöf	Mat(stigafjöldi / 3)
Ferli (30 stig)	Viðhengi 1: Mat á ferlinu		
Afurð (30 stig)	Viðhengi 2: Mat á afurðinni		
Kynning (30 stig)	Viðhengi 3: Mat á kynningunni		
Viðhorf til nýsköpunar (30 stig)	Viðhengi 1: Mat á viðhorfum til nýsköpunar (10 stig) og þekkingu (20 stig)		

Þú finnur viðhengin frá og með næstu blaðsíðu.

Viðhengi 1: Mat á ferlinu:

Mat á ferlinu við gerð viðskiptaáætlunarinnar er í tveimur hlutum, ferlið og niðurstaðan. Fyrir hvern hluta eru forsendur fyrir matinu gefnar. Þú getur metið hverja forsendu með tölu (eða stigum) Heildarniðurstaðan samanstendur af gefnum viðbótarstigum. Þú getur sett þessa stigagjöf í heildarstigalíkanið á 1. blaðsíðu. Þú getur sett skýringar á þínum niðurstöðum (hvernig þú styður og útskýrir þína ákvörðun) í reitinn, “aðrar athugasemdir.”

Hluti	Hámarksfjöldi stiga	Einkunn
Vinnuferlið		
Skipulagði nemandinn/hópurinn aðgerðir sínar vel?	Hámark 1 stig	
Kom þekking og reynsla nemendanna skýrt í ljós í hópnum? Var verkefnum skipt í hópnum, á hæfilegan hátt?	Hámark 2 stig	
Komu aðilar/einstaklingar að verkefninu á viðeigandi tíma?	Hámark 2 stig	
Var rétt nálgun valin?	Hámark 1 stig	
Voru innri og ytri samskipti góð?	Hámark 2 stig	
Hefur nemandinn staðið undir skyldum og ábyrgð í verkefninu?	Hámark 2 stig	
Hefur nemandinn tekist á við óvæntar upptakomur með viðeigandi hætti. Hvernig? Hefur nemandinn lært að forðast þetta í framtíðinni?	Hámark 2 stig	
Vann nemandinn vel með öðrum í hópnum?	Hámark 2 stig	
Var samvinna nemandans við ytri hagsmunaaðila góð?	Hámark 2 stig	
Var samvinna nemandans við fyrirtækjamentorinn góð?	Hámark 2 stig	
Notaði og þróaði nemandinn sköpunargáfu sína vel?	Hámark 2 stig	
Nýtti nemandinn getu sína í gagnrýnni hugsun?	Hámark 2 stig	
Notaði og þróaði nemandinn færni sína í upplýsingatækni?	Hámark 2 stig	
Niðurstaða		
Var tilætluðum árangri náð?	Hámark 2 stig	
Er tilætluð niðurstaða/vara nytsamleg	Hámark 1 stig	
Hafa þau gæði sem nemandinn hafði í huga náðst?	Hámark 2 stig	
Er nemandinn ánægður með lokaniðurstöðuna?	Hámark 2 stig	
Hefur nemandinn bætt í ferilmöppuna samkvæmt áætlun?	Hámark 2 stig	
Aðrar athugasemdir		
Stig fyrir ferlið	Hámark 30 stig	

Viðhengi 2: Mat og stigagjöf á afurðinni:

Mat og stigagjöf á viðskiptaáætluninni, samanstendur af sex þáttum: persónulegum upplýsingum eigenda, SVÓT greiningu, aðgerðaráætlun, markaðssetningaráætlun, fjárhagsáætlun og niðurstöðu. Þú sérð forsendur hvers þáttar hér að neðan. Þú getur gefið hverjum þætti stig. Heildarstigafjöldi samanstendur af öllum samanlögðum stigum. Þú getur sett þessar niðurstöður í heildarstigatöfluna á bls. 1. Þú getur sett útskýringar á stigagjöf þinni (rökstuðning fyrir ákvörðun þinni) í reitinn “aðrar athugasemdir”.

Þættir	Hámarks stigafjöldi	Einkunn
Persónuupplýsingar eigenda		
Persónuupplýsingar allra í hópnum meðtaldar	Hámark 5 stig	
Persónuupplýsingum frumkvöðla eru vel lýst.	Hámark 5 stig	
SVÓT greining		
Fyrir liggur skýr SVÓT greining um fyrirtækið. Öllum hlutum hefur verið lýst vel og allir þættir SVÓT greiningar eru í samræmi við viðskiptaáætlun og markaðssetningaráætlun.	Hámark 10 stig	
Framkvæmdaáætlun (fyrirtækisins)		
Lögaðili er valinn á réttan hátt, valið er vel og nákvæmlega útskýrt.	Hámark 10 stig	
Heiti fyrirtækisins er lýst og útskýrt á réttan hátt	Hámark 10 stig	
Markmiði fyrirtækisins er útskýrt með stuttum og hnitmiðiuðum hætti.	Hámark 10 stig	
Lýsing á markhópnum er afmörkuð og skýr.	Hámark 10 stig	
Keppinautar hafa verið rannsakaðir og niðurstöðunum er lýst greinilega, þar á meðal hvers vegna fyrirtækið er einstakt í samanburði við samkeppnisaðila.	Hámark 10 stig	
Viðskiptahugmyndinni hefur verið lýst með hnitmiðuðum og afgerandi hætti: "hvaða vara / þjónusta er í boði fyrir viðskiptavinum og hvernig?"	Hámark 10 stig	
Framtíðarsýn fyrirtækisins er lýst fullkomlega og á viðeigandi hátt; hún hentar fyrirtækinu, er raunhæft og er í samræmi við fjárhagsáætlun þess.	Hámark 10 stig	
Markaðssetningaráætlun		
Hugmyndinni um afurðina/vöruna hefur verið lýst nákvæmlega (vörulýsing, uppbyggingu á vöruúrvali, hlutverki, eiginleikum, þjónustu, bæklingum og tengslum við félagslega nýsköpun).	Hámark 20 stig	
Hugmyndinni um staðsetningu hefur verið lýst til fulls (sérstakar vísbendingar um staðsetningu, leigu eða kaup, mat á kostnaði osfrv.).	Hámark 10 stig	
Hugmyndinni um verð/kostnað hefur verið lýst. (Útreikningar á kostnaði og söluverði hafa verið gerðir og verðlagið er í samræmi við viðskiptahugmyndina).	Hámark 10 stig	

Hugmyndin um kynningu hefur verið útskýrð í þaula. (Þar á meðal ýmsar kynningaraðgerðir og virk vefsíða).	Hámark 20 stig	
Hugmyndin um starfsfólk hefur verið útskýrð í þaula. (Þar á meðal þrjú laus störf ásamt fjölda starfa og starfsmanna).	Hámark 20 stig	
Hugmyndinni um kynningu hefur verið lýst vandlega (lýsing á fyrirkomulagi verslunar, útliti, byggingarstíl, auðkenni, ytri og innri kynningu osfrv.)	Hámark 20 stig	
Eru gögn varðandi verð og þjónustu nýtt með réttum hætti á vefsíðunni?	Hámark 10 stig	
Fjármál		
Er upphafsreikningur í jafnvægi og raunsær? Er hann í samræmi við markaðssetningaráætlun?	Hámark 10 stig	
Er fjárfestingaráætlun rétt og raunsæ? Er hún í samræmi við markaðssetningaráætlun?	Hámark 10 stig	
Er rekstraráætlun raunhæf og í samræmi við markaðssetningaráætlun?	Hámark 10 stig	
Er greiðsluáætlun, raunsæ og í samræmi við markaðsáætlun.	max. 10 pnts	
Niðurstaða og kynning á viðskiptaáætlun		
Er viðskiptaáætlunin raunhæf?	Hámark 20 stig	
Hefur fyrirtækið sérstaka eiginleika? (Getur það talist einstakt?)	Hámark 20 stig	
Er kynningin á áætluninni aðlaðandi? (hvað varðar sköpun)	Hámark 20 stig	
Er viðskiptaáætlunin vænleg til árangurs?	Hámark 10 stig	
Myndir þú (byggt á dómgreind þinni) fjárfesta í fyrirtækinu?	Hámark 10 stig	
Aðrar athugasemdir		
Heildarstig	Hámark 30 stig	

Viðhengi 3: Mat og stigagjöf á kynningunni

Matið og stigagjöfin á kynningunni samanstendur af sex þáttum: Inngangi, innihaldi, viðskiptaáætlun, niðurstöðu, framsetningu/framkomu þess sem kynnir. Þú sérð forsendur matsins hér að neðan í hverjum þætti fyrir sig. Þú getur gefið hverjum þætti/forsendu stig. Heildarniðurstaðan samanstendur af gefnum stigum. Þú getur niðurstöðuna í heildarstigatöfluna á fyrstu blaðsíðu. Þú getur sett útskýringar á stigagjöfinni (röksemdir fyrir ákvörðun þinni) í reitinn “aðrar athugasemdir”.

Þættir	Hámarks stigafjöldi	Einkunn
Inngangur		
Fulltrúi hópsins kynnir sig	Hámark 1 stig	
Við upphaf er gerð grein fyrir kynningunni og innihald hennar	Hámark 10 stig	
Innihald		
Meginatriði efnisins, “að stofna fyrirtæki”, eru útskýrð án þess að fara út í smáatriði.	Hámark 1 stig	
Kynningin er vel hugsuð og rökstudd.	Hámark 2 stig	
Kynningin gefur vísbendingar um nægilega þekkingu á efninu sem fjallað er um.	Hámark 2 stig	
Lokaniðurstaðan er vel rökstudd og gerir mjög vel grein fyrir öllum spurningum um verkefnið.	Hámark 2 stig	
Viðskiptaáætlun		
Viðskiptaáætlun er útskýrð á skýran hátt.	Hámark 2 stig	
Lok/niðurstaða		
Kynningin inniheldur skýrar skoðanir, með traustum rökum frumkvöðlanna.	Hámark 2 stig	
Fulltrúi hópsins gefur áheyrendum tækifæri til að spyrja spurninga og er fær um að svara þeim á réttan hátt.	Hámark 2 stig	
Ásýnd kynningar		
Kynningin er frumleg (skapandi) og aðlaðandi	Hámark 2 stig	
Við kynninguna voru nokkrir möguleikar nýtir til að gera hana skilvirkari (viðbótartexti birtist á skjá, gagnlegar myndir, hljóð osfrv.).	Hámark 2 stig	
Power Point kynning er skýr (ekki of mikill texti).	Hámark 2 stig	
Framsögumaður		
Framsögumaður er sannfærandi (líkamstjáning).	Hámark 2 stig	
Framsögumaður er öruggur með sig.	Hámark 2 stig	
Framsögumaður fylgir (virðir) umsömdum tímamörkum; að lágmarki 10 mínútur og að hámarki 15 mínútur.	Hámark 2 stig	

Framsögumaður ávarpar áheyrundur.	Hámark 2 stig	
Framsögumaður talar hátt og skýrt.	Hámark 1 stig	
Framsögumaður notar fleiri ólíka miðla.	Hámark 2 stig	
Aðrar athugasemdir:		
Heildarstig fyrir kynninguna	Hámark 30 stig	

Viðhengi 4: Mat og stigagjöf á nýsköpuninni

Mat og stigagjöf á nýsköpuninni samanstendur af tíu þáttum: áræði til að taka áhættu, þrautsegu, sköpunargáfu, sannfæringarkrafti, árangursmiðun, fjárhagslegur skýrleiki (gegnisæi), frumleiki, raunsæi, samfélagslega nýsköpun og vænleiki fyrirtækisins. Í hverjum þætti hér að neðan, sérð þú forsendur matsins. Þú getur gefið hverjum þætti stig. Heildarniðurstaðan samanstendur af gefnum stigum. Þú getur sett niðurstöðuna í heildarstigatöfluna á fyrstu blaðsíðu. Þú getur sett útskýringar á stigagjöfinni (röksemdir fyrir ákvörðun þinni) í reitinn “aðrar athugasemdir”.

Þættir	Hámarks stigafjöldi	Einkunn
Felur áætlunin í sér áræði til að taka áhættu?	Hámark 1 stig	
Sýnir hópurinn þrautsegu?	Hámark 1 stig	
Endurspeglar áætlunin sköpunargáfu?	Hámark 1 stig	
Endurspeglar áætlunin sannfæringarkraft?	Hámark 1 stig	
Er hópurinn árangursmiðaður?	Hámark 1 stig	
Endurspeglar áætlunin fjárhagslegan skýrleika?	Hámark 1 stig	
Endurspeglar áætlunin frumleika?	Hámark 1 stig	
Endurspeglar áætlunin raunsæi?	Hámark 1 stig	
Endurspeglar áætlunin samfélagslega nýsköpun?	Hámark 1 stig	
Sýnir áætlunin vænleika fyrirtækisins?	Hámark 1 stig	
Fræðileg prófun á frumkvöðlaþekkingu?	Hámark 20 stig	
Aðrar athugasemdir		
Heildarstig fyrir nýsköpun	Hámark 30 stig	