

# QUEST: PODNIKEJ

**METODICKÁ OPORA  
PRO UČITELE STŘEDNÍCH ŠKOL**



Tato publikace „Quest: Podnikej“, vznikla v rámci aktivity **Asistenčního centra Impuls pro kariéru a praxi při Jihočeské hospodářské komoře** díky realizaci projektu „Implementace Krajského akčního plánu Jihočeského kraje III“, který je spolufinancován Evropskou unií. Registrační číslo projektu CZ.02.3.68/0.0/0.0/19\_078/0018246.

Elektronická verze publikace je k dispozici na [www.impulsprokarieru.cz](http://www.impulsprokarieru.cz)

Publikaci připravil:  
tým společnosti Týmová akademie s.r.o.,  
Hůrka 64, Hradiště, 397 01 Písek

Grafický design: Čestmír Sukdol, brandi.cz  
Ilustrace: Aleš Jiráček

Vydala: Jihočeská hospodářská komora

2021

# PROČ PODNIKAVOST

**Čeho chceme společně dosáhnout?**

**Proč rozvoj podnikavosti?**

**Proč spolu-tvoříme PODNIKAVÉ ČESKO?**

- je to naše společenská zodpovědnost, příprava společnosti na budoucnost, výchova mladé generace pro budoucnost
- spolu chceme vést mladé lidi k samostatnosti, zodpovědnosti, vnímání souvislostí, spolupráci s druhými a proaktivitě
- střední škola je ideální věk formulovat a začít realizovat své sny

## JAK JSME NA TOM V JIHOČESKÉM KRAJI?

### 1. Zájem o podnikání

- Je srovnatelný s většinou krajů, pokud pomineme Prahu.

### 2. Znalosti

- V jiných krajích mají žáci více zkušeností a znají pojmy z oblasti podnikání.

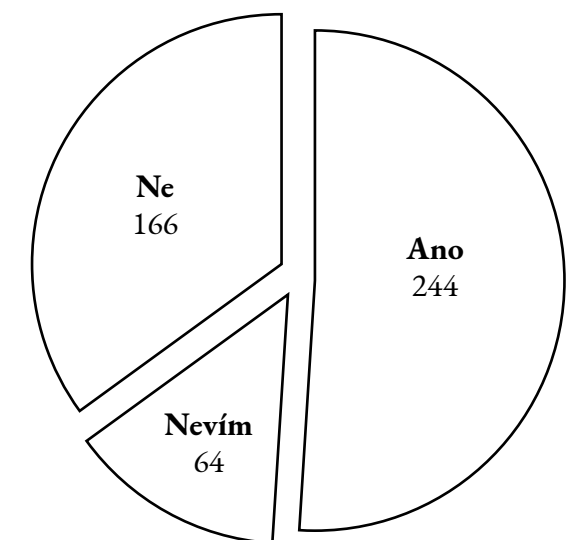
### 3. Obavy

- Jihočeši se znatelně, více než žáci z jiných krajů, bojí neúspěchu či bankrotu.

### 4. Četba

- Jihočeští žáci patří ke krajům, kde je největší podíl aktivně se zajímajících žáků o ekonomicky zaměřené časopisy a články.

Anketa  
Chtěl/a bys  
v budoucnu  
podnikat?



Zdroj: Nadační fond  
vzdělávání a podnikání

## CÍLE METODIKY PRO UČITELE

- vědět jak na to, vzájemně se inspirovat, sdílet zkušenosti, hledat cesty, jak využít existující a osvědčené.

## DEFINICE PODNIKAVOSTI

- Kompetencí k podnikavosti se rozumí schopnost využívat příležitosti a nápady a vytvářet z nich hodnoty pro ostatní.
- Její podstatou je tvořivost, kritické myšlení a řešení problémů. Iniciativa a vytrvalost a schopnost spolupracovat s ostatními s cílem plánovat a řídit projekty, které mají kulturní, společenskou nebo komerční hodnotu.

## CO NAJDETE V TOMTO MANUÁLU

- sdílení a inspirace od kolegů (vytvoříme „knihu“ tipů a triků)
- materiály od Jihočeské hospodářské komory (pracovní listy, brožury, příběh, videa)

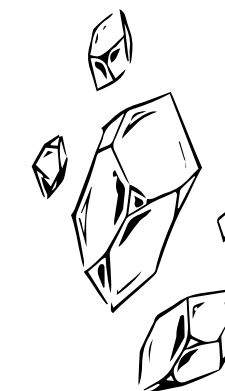


## PŘEDSTAVENÍ MATERIÁLU NA VÝUKU PODNIKAVOSTI

S jakými materiály se v manuálu potkáte? Jak se materiály budou v praxi používat?

### Připravili jsme pro Vás na výuku podnikavosti tyto materiály:

- pracovní listy pro práci v rámci vyučování (ideálně pro práci ve skupinách)
- brožury pro žáky s vysvětlením tematiky dané lekce, možné využít pro samostudium, stejně tak v průběhu vyučování
- inspirativní příběh členěný pro každou lekci
- podpůrná výuková videa



## Obsah jednotlivých lekcí

Vymyšlení a popis nápadu, zjištění informací o podobných projektech a jeho inovace, komu je produkt/ služba určen/a a charakteristika cílové osoby, pro kterou je produkt určen. Ověření nápadu, zda dává smysl a je funkční – ověřování formou rozhovorů s cílovou skupinou, doporučení, jak vést rozhovor (online/ prezenčně).

- Tvorba produktu či služby – hlavní parametry.
- Náklady projektu (vstupní; fixní a variabilní) a finanční zdroje.
- Vytvoření business modelu (plán tržeb) – mistr podnikatelského záměru.
- Legislativa – Jak založit firmu? Jaké dokumenty k tomu jsou potřeba. Plán, harmonogram.
- Marketing – oslovení zákazníků, komunikace, branding a další.
- Jak správně prezentovat svůj záměr před lidmi, nácvik sebeprezentace – představení projektu, simulace obhajoby před komisí.
- Nezáleží na tom, zda v případě studentů půjde o přípravu na podnikání nebo o rozvoj podnikavosti. I v případě, že chtějí zorganizovat výlet pro skupinu spolužáků, potřebují pracovat s celou řadou bodů:
  - zjistit/vyvolat potřebu kamarádů
  - připravit výlet „na míru“ včetně stravování apod.
  - vypočítat kolik výlet bude stát, co vše budeme muset platit (vlak, společné opékání špekáčků...)
  - rozmyslet si kolik kdo, kdy a za co za výlet zaplatí, jak se nám investice vrátí
  - připravit plán výletu, časový harmonogram, zjistit možnost koupě hromadné jízdenky, podmínky pro přepravu kol nebo zvířat apod.

- koho dalšího na výlet pozvat a jak ho oslovit, aby se opravdu zúčastnil, čím ho zaujmout
- Potkat se s ním nebo mu zavolat? Jak a čím rozhovor začít? Jak být přesvědčivý?

## JAK MATERIÁLY NEJLÉPE VYUŽÍT

„Průvodce jednotlivými lekcemi“ je návodem a doporučením, jak jednotlivé materiály v rámci výuky použít. Vše najdete zařazené pod sebou podle časového harmonogramu práce s každou z lekcí, tzn. jak návody, tak konkrétní materiály.

Výuku podnikavosti můžete zařadit do Vašich vyučovacích hodin po jednotlivých lekcích nebo menších částech, nebo v rámci projektového dne. Záleží na Vašem rozhodnutí a časových možnostech.

## PRŮVODCE JEDNOTLIVÝMI LEKCEMI

**Studijní a motivační opora pro učitele středních škol** – obecné informace ke všem lekcím:

Každá lekce (level) je součástí komplexního studijního materiálu pro podnikavost a kreativitu.

**Autoři:** Martin Vítek, Tadeáš Kapic, Barbora Senicheva, Jaroslav Chroňák

**Časová náročnost každé lekce:** 2× 45 minut

**Ročník:** SŠ, 1.–4. ročník

### Doporučené metody výuky:

- Organizační formy: Pro celou práci se využívá výuka individuální, resp. týmová i skupinová. Skupinová výuka převažuje, při vysvětlování učiva, pojmů, hromadné diskuse. Individuální výuka či práce v týmu je využita při všech samostatných úkolech.
- Metody výuky: V rámci této aktivity se uplatňuje několik metod výuky:
  - Metoda diskusní (komunikace mezi učitelem a žákem)
  - Metoda dovednostní – praktická (vyplňování...)

**Pomůcky:** pracovní list, projektor, stopky / internetová aplikace se stopkami

**Odkazy na doporučené zdroje:** výukový spot, metodika Soutěž a Podnikej

## PŘÍBĚH

- součástí balíku materiálu je „Příběh“
- Příběh je rozdělen do jednotlivých lekcí, můžete jej využít několika způsoby:
  - nechat studenty přečíst vždy dopředu před konkrétní hodinou část příběhu, který se k dané hodině váže. Následně se s nimi v úvodu o příběhu pohovořit a rozebrat inspirace z příběhu pro náplň dané hodiny,
  - sám/a odvyprávět příběh nebo promítnout a vést se studenty spontánní diskusi na dané téma,
  - příběh využít jako shrnutí a inspiraci na závěr konkrétního tématu.

## Hlavní principy výuky podnikavosti

1. Učitel se stává mentorem.
2. Neshazovat nápady studentům.
3. Snažit se nasměrovat a motivovat.
4. Nedělat práci za ně. Na vše si musí přijít sami.

Učitel by se měl stát mentorem. Každý studentský nápad bude jiný a na nic nebude existovat stejný metr. Vaším úkolem bude provést žáky společnými aktivitami a podpořit je, když budou ztraceni. Pokud jim nepředáte každý detail, nic se neděje. V této fázi je důležitější motivace než poznání.

Úkolem studentů je volně komunikovat a zformovat týmy. Vaším úkolem je vytvořit pro to co nejbezpečnější podmínky, kde nikdo nebude upozadován a každý bude vyslyšen.

### Před výukou vždy u každé lekce:

1. Seznámení se s tématem a osvojení si pojmosloví a teorie + zhlédnutí výukového videa.
2. Zadání samostatné práce na doma studentům – zhlédnutí videa a prostudování materiálů = brožura + pracovní listy na dané téma/lekcí/ výukovou hodinu.



# Příběh podnikavců

## Předmluva

*Odeslat před první hodinou, případně přečíst na začátku první hodiny*

*Jirka a Kačka jsou spolužáci a dobří kamarádi. Oba bydlí v Českém Krumlově.*

*Jirka jezdí na kole, chodí do posilky, hraje Counter Strike a je největší zásobárnou memů ze třídy. Jako mladší natáčil na YouTube Let's Playe z Minecraftu. Jirka je gamer už odmala, a tak se brzy naučil anglicky z her. Jirkovi je 16 let.*

*Kačka je odborníkem na seriály a vášnivou čtenářkou. Má brigádu v obchodě s oblečením. Ráda má ve všem pořádek a zbožňuje barevné zvýrazňovače. Se všemi si rozumí a nikdy nezavře pusou. Umí skvěle anglicky (díky seriálům). Kačce je 17 let.*

*Blížilo se léto a Jirka už druhým rokem jezdí o prázdninách jako dobrovolník pomáhat na hudební festivaly. Princip takového dobrovolničení spočívá v tom, že vám přidělí práci, která vám bude sedět. Vy na oplátku dostanete občerstvení, ubytování a lístky zdarma na některý ze dnů festivalu. Jirka jezdí na velké festivaly do Anglie a Německa. Cestu si platí sám, ale takové peníze nejsou nic proti tomu, co by zaplatil za lístky.*

*Letos se rozhodl naverbovat Kačku a dva další spolužáky, protože nechtěl jet sám. Jirka lehce přemluvil dva nejlepší kamarády, ale Kačka se zdráhala, protože jí přišel takový nápad absolutně šílený. Nakonec ale uznala, že to bude skvělá zkušenost a kývla na Jirkův návrh. Oba vysvětlili rodičům o co přesně půjde a mohli začít zařizovat.*

*Jirka za ně komunikoval s vedením festivalu a zajistil letenky s dopravou. Kačka mu vše doplatila a jejich čtyřčlenná skupina mohla vyjet.*

# LEVEL I

## NÁPAD

### Cíl lekce

Každý student by měl načerpat inspiraci k podnikání. Studentský tým by měl mít na konci prvního Levelu jednoduše formulovaný nápad na produkt / službu, se kterým bude dále pracovat.

### Dovednosti, které student získá

1. Pochopení principu podnikání.
2. Jak přijít na nápad.
3. Brainstorming a brainwriting.
4. Práce v týmu.

## Příběh podnikavců – první dějství Inspirace

*Jak přijít na nápad? To je otázka, která trápí všechny podnikavce. Trápilo to i Jirku a Kačku. Projekt, na kterém pracujete, by měl být srdcovkou. Pokud vůbec nerozumíte řešení, které přinášíte svým hrdinům, daleko to nedotáhnete. Buď vás zaduře konkurence, nebo vy sami, protože vám bude buřt, co s projektem bude dál.*

### Jirka

*Jirka už od začátku věděl, proč na festival jede. Každý rok ho zde bavila jedna věc - stavba pódii. On a jeho dva nejlepší kamarádi se ucházeli o tuto práci vždy rádi. Jirka se neskutečně bojí výšek a tímto cvičením se strachu zbavuje. Také je to moc bezká práce, při které si vyčistíte hlavu. Kolem pódii se kumulovali všichni, a tak Jirka mohl pořádně pokecat se všemi dobrovolníky na festivalu.*

*Jirka měl tu čest poznat většinu dobrovolníků. Zjistil od nich, že měli největší problém s komunikací s festivaly. Jirka o tom věděl své, protože mu ze začátku zabralo spoustu času vůbec najít kontakt na vedení festivalu. Teď už má více zkušeností a trvá mu to kratší dobu.*

*Jirka se rozhodl, že zkusí řešit za dobrovolníky komunikaci a dopravu. Dopravu i Jirkův čas zaplatí dobrovolníci. Byl přesvědčen, že na tom postaví byznys.*

### Kačka

*Kačka pro svou výřečnost dostala na starost krizovou komunikaci s účinkujícími a s návštěvníky festivalu. Měla na starost, aby se všechny problémy na obou stranách vyřešily. Nebylo to nic lehkého, ale po pár dnech se začaly problémy opakovat. Kačka pořádně poznala národu návštěvníků, ale i vystupujících.*

*Kačka si vyslechla spoustu naštvaných návštěvníků a účinkujících. Pochopila, že je v řešení těchto problémů dobrá a poznala, že i na takto velkých festivalech jsou chyby, které by šly vylepšit.*

*Kačka v hlavě začala vymýšlet, jak by mohl vypadat takový festival v Českém Krumlově. Má v plánu uspořádat nejlepší festival, jaký kdy, kdo viděl.*

Než žákům rozdáte pracovní listy, pusťte jim ještě jednou krátké video, které shrnuje první lekci. Následně s žáky svižně prodiskutujte význam podnikavosti a jak ji chápou oni – Kde všude se dá využít? Jak je dnes podnikavost důležitá? (5 min)

## PŘÍPRAVA / POJMOSLOVÍ / ROLE

Zadat úkol studentům (+- den předem)

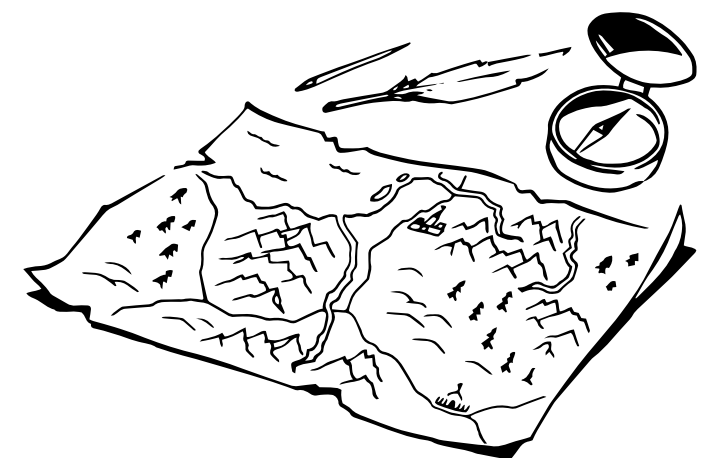
1. Zhlédnout video
2. Prohlédnutí materiálů = Brožura + pracovní listy na příště

**Závěr aktivity:** Studenti jsou motivovaní, rozdělení do týmů a seznámení s tím, co je bude čekat.

1. Teorie
2. Rekapitulace formou diskuze o hlavních bodech materiálu
  1. Důležitost nápadu (Nápad vs. Potřeba, Úžasná poutí internetem, Podoba potřeby)
  2. Podnikatelský příběh (Kdo je hrdina - zákazník?, Kdo je rádce - student?)
  3. Hledání řešení (brainstorming, brainwriting)

## POJMOSLOVÍ

- **Podnikavost** – Schopnost vytrvale využívat nových příležitostí, které ostatní nevidí.
- **Brainstorming**
- **Brainwriting**



## PRAXE PRO UČITELE

### PRÁCE S PRACOVNÍMI LISTY

#### LIST 1

V prvním listu je třeba, aby si žáci uvědomili pravidlo jakéhokoliv vymyšlení nápadu. Před tvorbou řešení je vždy potřeba, která určuje směr. Nemá smysl nejdříve tvořit řešení bez jasné potřeby svých hrdinů. Studenti se zamyslí nad svými problémy / potřebami, kterým dále mohou vymyslet řešení.

1. Shrnutí cíle a obsahu listu.
2. Hledání problému / potřeby (5 min)
  - Nechte je se odvázat. Ze začátku určitě budou vymýšlet nesmysly. Můžete čas rozdělit na minutu nejšílenějších problémů a na 4 minuty reálných problémů.
3. 5x Proč (3 min)
  - Každý ve skupině by měl být někým vyslechnut. Každý by měl mít možnost prosadit svůj vlastní nápad.
4. Po uplynutí časového limitu rozdejte studentům **List 2**.



#### LIST 2

Ve druhém listu se tým dohodne, kterému z navržených potřeb začne tým tvořit řešení.

1. Shrnutí obsahu a cíle listu.
2. Definice potřeby (3 min)
  - Každý vyplní papír o své potřebě.
3. Skupiny si vzájemně vymění papíry.
4. Hlasování (2 min)
  - Každá skupina bude hlasovat o popsání potřeby jiné skupiny. Předjdeme tím malé průbojnosti tichých jedinců.
  - Každý má tři hlasy, které může rozdělit libovolně. Může hlasovat i vícekrát pro jednu potřebu.
  - Hlasování probíhá formou dosazování hlasů na pracovní list. Může se jednat o samolepky, lepicí papírky nebo prosté čárky propiskou.
5. Vrácení papírů zpět. Soustředění na jednu potřebu.
  - Zde je třeba pomoci s emocemi studentům, kterým se vyřadila jejich potřeba. Bude to pro ně cenná lekce, kde se dozví, že ne vždy se vybere jejich nápad. Svou kreativitu ale mohou prosadit do nového nápadu a vložit i do něj něco ze sebe.
6. Rozdat **List 3** a **List 4**.



#### LIST 3

Ve třetím listu se tým blíže zaměří na hrdinu, který má danou potřebu. Blíže se popíše člen / členové týmu, který má danou potřebu. List má studenty naučit to, jak hrdina teď řeší potřebu, jaká řešení už zkoušel a jak by si přál potřebu vyřešit.

1. Shrnutí obsahu a cíle listu.
2. Popsání hrdiny (5 min)
  - Hrdina obvykle bude jeden ze členů skupiny. Měli by se společně pokusit o jeho popsání. Pokud bude jedinec, který se stal hrdinou, plaché povahy, můžete asistovat v rozhovoru.





**PROSTOR PRO POZNÁMKY**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

# LEVEL 2

## NASLOUCHÁNÍ

**Cíl lekce**  
Každý student by měl pochopit principy naslouchání a naučit se pracovat se zpětnou vazbou na jejich projekt.

- Dovednosti, které student získá**
1. Umění naslouchat.
  2. Pochopení termínu „hypotéza“.
  3. Tvoření dotazníku.
  4. Vystoupení ze své komfortní zóny.

## Příběh podnikavců – druhé dějství Naslouchání

*Přes prázdniny si oba srovnali své myšlenky. Prozkoumali, kdo je jejich konkurence a kdo jejich hrdina. Mluvili o tom se svými kamarády a všem řekli své plány. Jirku a Kačku teď čeká nelehký úkol. Být zticha a poslouchat o potřebách svých hrdinů.*

### Jirka

*Jirka svého hrdinu definoval jako 16 až 18 letého kluka, který nemá peníze na to, aby se dostal na vystoupení svého oblíbeného interpreta. Zároveň by ocenil zábavné prázdniny, při kterých by se mohl něco naučit.*

*Své potenciální hrdiny obcházel při pauzách na oběd se svým nejlepším kamarádem Honzou. Jirka i Honza jsou introverti, a tak se museli dostat ze své komfortní zóny. Vypyčovali se lidí na to, jestli o festivalech v zahraničí ví, jestli na některých byli a jestli by se na některý chtěli podívat. Dokola všem prezentovali svůj nápad, ale nikdo jim za něj nechtěl platit.*

*Až nakonec změnili způsob pokládání otázek a využili metodu 5x Proč a zjistili, že by spolužáci s nimi byli schopni jet, pokud by měli dostatečnou záruku pro své rodiče.*

### Kačka

*Kačka svého hrdinu definovala jednoduše. Cílí na holky, jako je ona a její kamarádky.*

*S pořádáním festivalu jí pomáhá její kamarádka Anička. Nejdříve obě mluví se svými kamarádkami a vypytávají se jich na oblíbené interprety, na koncerty na kterých byly, kolik platily za lístky, jak to bylo s občerstvením...*

*Na základě nasbíraných odpovědí se rozhodly posunout festivaly o krok dál. Rozhodly se vystoupení interpretů živě vysílat a přizpůsobit to tak své cílové skupině, která je na onlinu jako doma.*

*Největší zájem byl o rapové a popové interprety a přesně ty chtěly Kačka s Aničkou získat.*

Než žákům rozdáte pracovní listy, pusťte jim ještě jednou krátké video, které shrnuje druhou lekci. Následně s žáky svižně prodiskutujte význam naslouchání a jak ji chápou oni – Kde všude se dá využít? Opravdu naslouchání každý z nás ovládá? (5 min)

## PŘÍPRAVA

Zadat úkol studentům (+- den předem)

1. Zhlédnout video
2. Prohlédnutí materiálů

**Závěr aktivity:** Studenti jsou motivovaní a seznámení s tím, co je bude čekat.

## TEORIE

1. Rekapitulace formou diskuze o hlavních bodech materiálu
  - Práce s hypotézou (Kde se s hypotézou setkávají? Proč je důležitá? Jak může asi pomáhat podnikavcům?)
  - Prototyp (Proč se tvoří prototypy? Příklady prototypů pro jejich řešení?)
  - Naslouchání (V jakých situacích je naslouchání důležité?)

## POJMOSLOVÍ

- **Hypotéza** – Předpoklad, který je třeba ověřit
- **MVP** – Minimum viable product
- **Template** – Hotová šablona pro další využití



## PRAXE PRO UČITELE

### PRÁCE S PRACOVNÍMI LISTY

#### LIST 1

V tomto listu si studenti odpoví na otázky týkající se jejich řešení. Vytvoří tím pádem hypotézy, které mohou v dalších listech ověřovat.

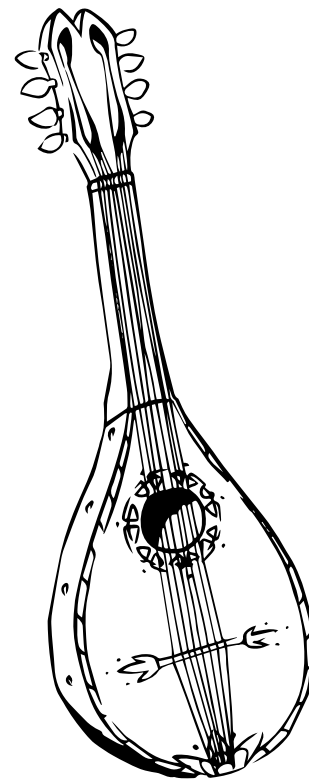
1. Shrnout obsah listu
2. Připomenout důležitost hypotézy
3. Odpověď na otázky (5 minut)
4. Rozdat **List 2**

#### LIST 2

Principem druhého listu je vytvořit otázky, které budou pokládat lidem v rozhovoru.

V tomto úkolu by měli vystoupit ze své komfortní zóny a zeptat se méně známých spolužáků na zpětnou vazbu. Bylo by vhodné, kdyby se o přestávce ptali spolužáků na chodbách nebo ve frontě na oběd. Zkuste je dostat mimo svůj nejbližší okruh přátel.

1. Shrnout obsah a cíl listu (interpretovat úvodní tři odstavce, zmínit důležitost zpětné vazby a otevřených otázek při jejím získávání).
2. Skupiny si vzájemně vymění papíry.
3. Rozdělení rolí ve skupině (2 min)
  - Každá skupina si rozdělí tři role – 1 mluvčí, 1 zapisovatel a zbylí jsou pozorovatelé.
  - Pokud vyhodnotíte, že je třeba s rozdělením rolí pomoci, můžete losovat i náhodně.
4. Získávání zpětné vazby (10 min)
  - Každý tým by měl absolvovat alespoň 2 rozhovory, ze kterých si odnese zpětnou vazbu, díky které musí změnit (zlepšit) své řešení.
5. Rozdat **List 3**.



#### LIST 3

V tomto listu studenti vytvoří “úvodní stránku” svého řešení. Dají mu tak jasnou formu a zjednoduší si tak budoucí získávání zpětné vazby - dotazovaný jedinec bude mít větší představu o jejich projektu.

1. Shrnout obsah a cíl listu.
2. Tvoření úvodní stránky. (15 min)
  - Zjistit, jestli jsou všechny body jasné.
  - Je třeba motivovat je do týmové práce. Každý by měl dělat část, co ho baví.
3. Prohození listů v týmech.
4. Vzájemné doplnění papírů. (7 min)
5. Zadání domácího úkolu. (5 min)
6. Možná diskuze o naučených dovednostech.



## PROSTOR PRO POZNÁMKY

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

# LEVEL 3

## 0 PENĚZÍCH

### Cíl lekce

Každý student by měl základně pochopit princip peněz. Hodina by měla mít filozofický a praktický nádech. Student by měl poznat nové cesty k penězům, umět spočítat své příjmy a náklady, bod zvratu, návratnost investic a pracovat s rezervou.

### Dovednosti, které student získá

1. Podnikavost není jen o penězích.
2. Jak fungují daně.
3. Výpočet základních ekonomických příkladů z reálného života.

## Příběh podnikavců – třetí dějství Má to smysl?

*O několik týdnů později Jirka s Honzou zapracovali zpětnou vazbu do svého projektu a rozhodli se konzultovat svůj nápad s rodiči zájemců.*

*Kačka a Anička si jasně vymezily svůj obchodní vztah. Ani jedné nešlo o peníze, obě chtěly jen uspořádat skvělý festival, který jim přinese zkušenosti.*

### **Jirka & Honza**

*Jirka má na starost výpočet všech nákladů a stanovení ceny, za kterou svůj projekt budou nabízet. Honza se ujal oslovování prvních zákazníků, kteří by mohli za takovou službu zaplatit.*

*Spousta lidí Jirku s Honzou odmítala, a tak udělali logický krok - slevili z ceny.*

*Po výrazné slevě jim už na to prvních pár lidí kývlo. Jirka s Honzou měli obrovskou radost. Ani jedna cena jim ale nepokryje náklady na jejich vlastní čas.*

*Jirka spočítal, že když osloví za takovou cenu 100 dalších lidí, moc si nevydělají. Neřekl to ale Honzovi, protože nechtěl kazit jejich nadšení. Nutně potřebovali upravit svůj byznys plán.*

### **Kačka & Anička**

*Hlavní rozhodnutí, které přijaly, bylo to, že za veškerý výtěžek nakoupí hudební nástroje pro nadané děti z dětských domovů. Kačka i Anička celé dny jen psaly a volaly českým i zahraničním interpretům. Byly velice překvapené, jaké částky většina z nich požaduje.*

*Poradili se s pořadatelkou Majálesu v Českých Budějovicích a zjistily, že budou potřebovat partnera, který jim poskytne peníze výměnou za reklamu.*

*Spočítaly si, že by potřebovaly několik stovek tisíc, aby mohly obsadit kapely a interprety, které lákají je a jejich kamarádky. Oslovily několik lokálních firem, ale dohromady získaly několik desítek tisíc, za které si nakoupily a vypůjčily techniku na živé vysílání. Potřebovaly změnit svůj plán.*

Než žákům rozdáte pracovní listy, pusťte jim ještě jednou krátké video, které shrnuje třetí lekci. Následně s žáky svižně prodiskutujte význam peněz a jak je vnímají. Jak jsou peníze v životě důležité? (5 min)

## TEORIE

1. Rekapitulace formou diskuze o hlavních bodech materiálu
  - Příjmy a náklady
  - Jak fungují daně?
  - Bod zvratu, návratnost a rezerva
  - Kde vzít zlatáky? (Nápady, kde by studenti mohli sehnat peníze na svůj projekt)

## POJMOSLOVÍ

- **Marže** – Rozdíl mezi prodejní a nákupní cenou.
- **Crowdfunding** – způsob financování, při kterém větší počet jednotlivců přispívá menším obnosem k cílové částce požadované pro realizaci předmětu financování.
- **Template** – Hotová šablona pro další využití.





**PROSTOR PRO POZNÁMKY**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# LEVEL 4

## MODELING BYZNYSOVÝ

**Cíl lekce**

Každý student by měl poznat princip byznys modelů. Budou si umět zvolit obchodní model a zjistit, jak nahlížet na svou konkurenci. Studenti si budou umět nacenit vlastní řešení.

**Dovednosti, které student získá**

1. Co je to byznys model a jaký zvolit.
2. Jaké nejčastější obchodní vztahy existují.
3. Kdo je má konkurence, jak komunikuje a na koho cílí.
4. Jak vykouzlit cenu svému řešení.

## Příběh podnikavců – čtvrté dějství Přesměrování

*Jirka a Honza poprvé domluvili víkendové dobrovolnění na českém festivalu pro 5 lidí ze školy bez žádného zisku. Uzavřeli spolupráci dokonce i s Kačkou a Aničkou, kterým přislíbili posily do týmu.*

*Kačka a Anička razantně změnilu cílovou skupinu. Po konzultaci se svou třídní učitelkou vyšlo najevo, že její vrstevnice zbožňují vážnou hudbu a rády by přišly na kvalitní představení. Vše si ověřily a paní učitelka měla pravdu. Jde se dělat vážný festival.*

### **Jirka & Honza**

*Brzy vyčerpali svůj trh na škole. Oslovili všechny už alespoň 2x. Museli jít o dům dál. Prozkoumali internet a prověřili si, jestli existuje nějaká pořádná konkurence a kdo je její cílová skupina. Inspirovali se v zahraničních projektech, které cílí na středoškoláky a vysokoškoláky, a rozhodli se vytvořit online komunitu, kterou budou udržovat, informovat ji o blížících se festivalech a zájemcům pomáhat se na ně dostat.*

*Jirka měl na starost řízení komunity a Honza sháněl nové zákazníky a uživatele do komunity. Brzy ale zjistili, že s tímto projektem velké peníze nevydělají. Jirka chtěl v projektu pokračovat neziskově, ale Honza chtěl jít dělat jiné věci. Pohádali se a ukončili svou spolupráci.*

*Jirka dál spravoval komunitu dobrovolníků, která rostla. Honza se začal dívat po nových příležitostech.*

### **Kačka & Anička**

*Na svůj vážný festival sehnaly umělce z celého jihočeského kraje. Každý z nich byl ochotný vystoupit zdarma. Do týmu přibraly pořadatelku Majálesu, která jim pomohla sehnat partnery. Jediným problémem bylo to, že když nakupovaly techniku a designové prvky, vše bylo laděné do stylu popových a rapových kapel. Musely tedy zakomponovat tento netradiční a drzý styl do vystoupení orchestrů, houslistů a klavíristů.*

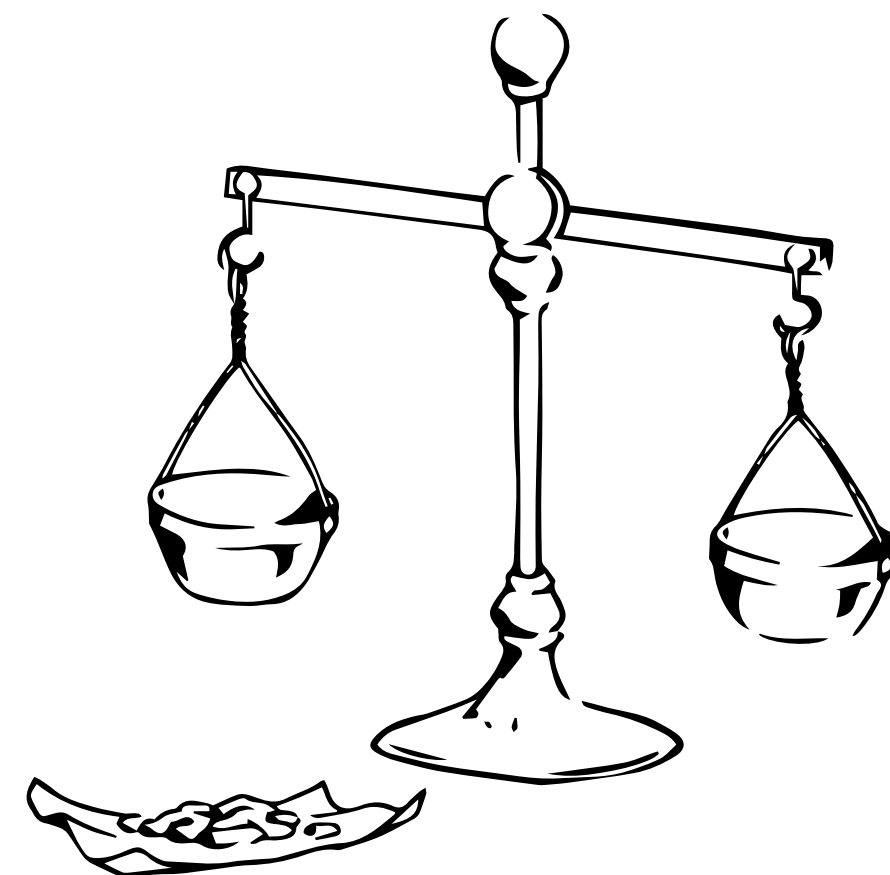
*Pomocí tržního formování ceny nastavily ceny lístků a vše připravily na živé vysílání. Po konzultaci s týmem otevřely možnost přijít se podívat i offline.*

## TEORIE

1. Rekapitulace formou diskuze o hlavních bodech materiálu
  - Obchodní vztahy (Hlavní rozdíly mezi obchodními vztahy? Jak se liší jednání s firmou a s individuálním podnikatelem?)
  - Formy byznys modelu
  - Konkurence
  - Cenotvorba a velikost trhu

## POJMOSLOVÍ

- Všechny cizí pojmy jsou v textu objasněny.





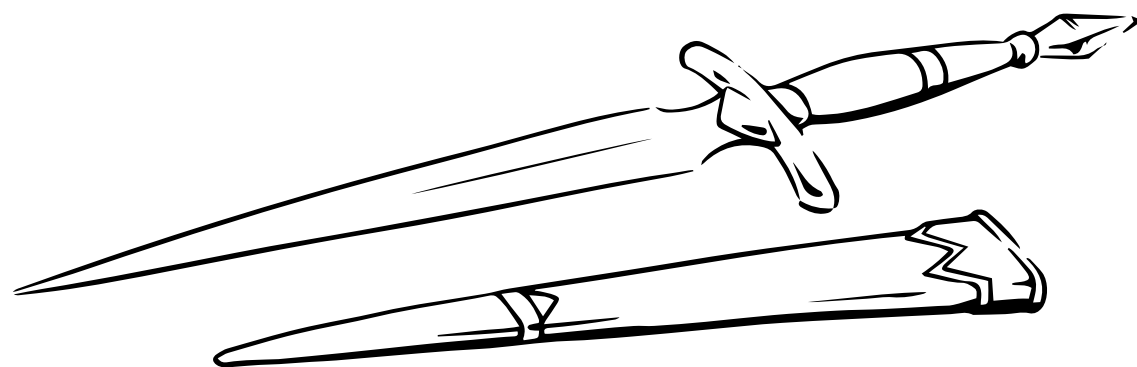
## PRAXE PRO UČITELE

### PRÁCE S PRACOVNÍMI LISTY

#### LIST 1

Týmy si zvolí svůj byznys model a určí vhodný obchodní vztah.

1. Stručně shrnout cíl a obsah listu.
2. Týmová diskuze - Výběr druhu obchodních vztahů (5 min)
  - Krátká rekapitulace všech obchodních vztahů
  - Nechte týmy diskutovat nad tím, který vztah zvolit. Neexistuje špatná odpověď.
3. Týmová diskuze - Výběr byznys modelu (5 min)
  - Připomeňte si, co který byznys model znamená.
  - Nechte týmy diskutovat nad tím, který model zvolit. Neexistuje špatná odpověď.
4. Zástupce každého týmu řekne co a proč si vybrali. (30 s / tým)
5. Rozdejte pracovní **List 2**.



#### LIST 2

V tomto listu každý tým najde svou konkurenci. Hledat ji budou pomocí vyhledávače Google. Naučit by se měli to, že ať mají sebe jedinečnější řešení, vždy se pro ně najde konkurence. Konkurenci následně budou zkoumat a učit se od ní, jak komunikuje s hrdiny.

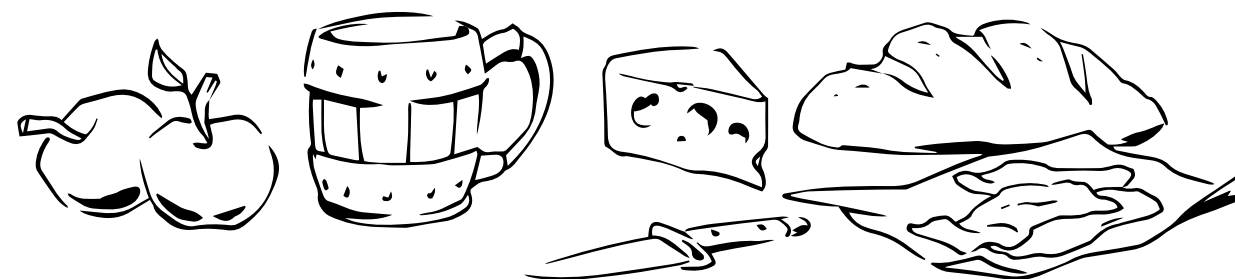
1. Interpretovat první dva odstavce a vysvětlit schéma (Možnost promítnout na tabuli)
2. Googlení konkurence (10 min)
  - Použijte jeden tým jako ukázkou a na jejich řešení názorně vyhledejte alespoň 3 konkurence.
  - Nechte studenty volně využívat telefony.
  - Stanovte výzvu - Kdo do konce časového limitu nalezne co nejvíce konkurencí.
3. „Pitva“ konkurence - Analýza jejich komunikace (10 min)
  - Ujistěte se, že studenti rozumí zadání.
  - Poradte studentům, co ke každé otázce mohou psát. Jde o to sepsat si co nejvíce indicií, které naleznou. Každý detail nebo naopak obecný poznatek se může hodit.
4. Každý tým zprezentuje své objevy (1 min / tým)
5. Rozdejte pracovní **List 3**.

#### LIST 3

Tým bude určovat cenu několika způsoby. Cílem je naučit studenty to, že odhadnout cenu podle pocitu není správná cesta. Zároveň by se měli naučit, že vše má svou cenu a není možné prodávat svůj produkt pod cenou.

1. Stručně shrnout cíl a obsah listu.
2. Připomeňte jim jejich úkol z minulého levelu, se kterým nyní budou pracovat.
3. Nákladová tvorba ceny (3 min)
4. Konkurenční tvorba ceny (5 min)

Zadejte domácí úkol na příští hodinu. Zadejte optimální počet zpětných vazeb na dotazník (mezi 10 a 50).



PROSTOR PRO POZNÁMKY

Dotted lines for notes.

# LEVEL 5

## MARKETING & TVORBA IDENTITY

### Cíl lekce

Každý student by měl poznat princip marketingu a branding. Poznají základy o komunikačních kanálech, pochopí teorii brandových archetypů a jsou schopní vytvořit základní identitu s první reklamní komunikací.

### Dovednosti, které student získá

1. Pochopení principu marketingu.
2. Rozdíl mezi marketingem a brandingem.
3. Vyhodnocení vhodné komunikační strategie.
4. Vytvoření základní identity značky.
5. Vytvoření první reklamy.

## Příběh podnikavců – páté dějství S kůží na trh

Jirkova komunita dobrovolníků rostla velice rychle. S Honzou se usmířili a vymysleli Honzovi novou výzvu. Kačka a Anička finišují přípravy na festival vážné hudby.

### Jirka

Pokus o oslovení několika zahraničních i českých influencerů se podařil. Jeho komunity dobrovolníků teď využívá široká veřejnost k informacím o událostech, které přijdou, a kvůli sdílení fotek a zážitků. Jirka oslovil velký belgický festival, se kterým navázal oficiální spolupráci.

### Honza

Honza zjistil, že ho nejvíce ze všeho na projektu bavila marketingová část, kdy vymýšlel způsoby, jak najít a oslovit co nejvíce zákazníků. S Jirkou se domluvili, že může využívat jeho komunitu jako první úspěšnou referenci pro další zákazníky. Honza začal budovat marketingovou agenturu.

### Kačka & Anička

Nastala chvíle, na kterou čekali všichni fanoušci vážné hudby ve městě. Díky připravenému livestreamu a marketingové kampani, se kterou jim pomohl Honza, si na jejich událost pořídilo lístek několik stovek lidí.

Přenos se vydařil. Až na malé výpadky v průběhu vysílání se vše povedlo. Obě středoškolačky vstoupily do povědomí veřejnosti, jako skvělé organizátorky.

Nyní bylo těžké látku dále zvyšovat. Holky už se nechtěly opakovat a zkoušet stejný formát znovu. Kačka a Anička se v dobrém rozloučily. Obě zůstaly kamarádkami a navzájem se podporovaly. Obě si díky této zkušenosti našly oblast, která je baví.

Než žákům rozdáte pracovní listy, pusťte jim ještě jednou krátké video, které shrnuje pátou lekci. Následně s žáky svižně prodiskutujte význam tématu této lekce a jak téma vnímají (5 min).

## TEORIE

1. Rekapitulace formou diskuze o hlavních bodech materiálu
  - Co je marketing. (Kde se s marketingem setkávají? Co je segmentace? Jak fungují archetypy?)
  - Jak je důležité stanovení cílů.
  - Komunikace.
  - Druhy reklamy.

## POJMOSLOVÍ

- **Marketing** – Nástroj, pomocí kterého dostanete něčeho více. (Seth Godin)
- **Branding** – Esence značky, kterou si časem vybuduje. Není to pouze logo.
- **Marketingová strategie** – Jasný plán, který říká, jak dosáhneme našich cílů.
- **Marketingová taktika** – Jednotlivé body našeho řešení, které dobře známe a víme, jak působí na uživatele. Můžeme je upravit a vylepšit podle marketingové strategie.
- **Touchpoints** – Místa střetu uživatele s řešením. (Reklama, plakát, word of mouth...)



## PRAXE PRO UČITELE

### PRÁCE S PRACOVNÍMI LISTY

#### LIST 1

Studenti tvoří svou identitu na základě inspirace od své konkurence. Jedná se o kreativní část, které slouží k tomu, aby si každý student vybudoval vztah ke svému projektu.

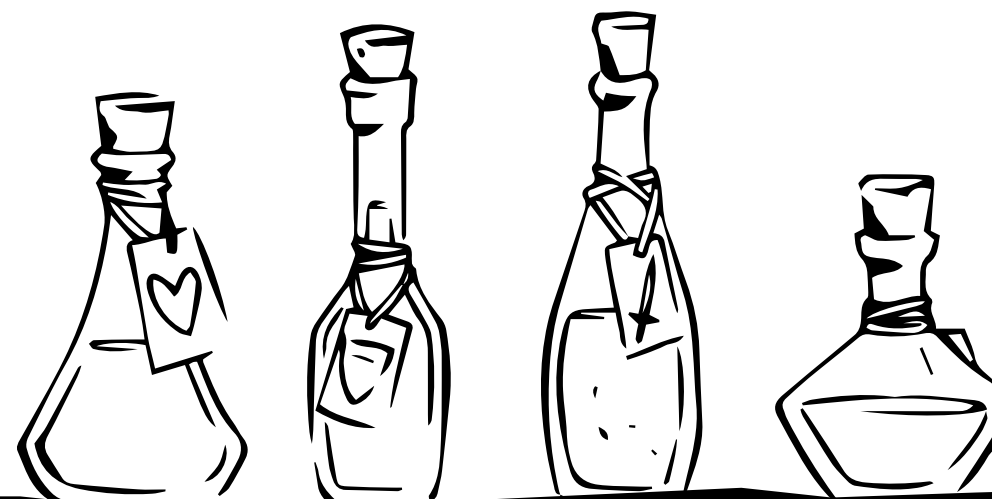
1. Stručně shrnout cíl a obsah listu.
2. Připomenout rozdíl mezi brandingem a marketingem. Nyní je čeká brandingová část.
3. Studenti budou potřebovat k ruce minulý level, kde plnili informace o konkurenci.
4. Tvorba názvu (5 min)
  - Studenti mohou použít znovu formu brainstormingu nebo brainwritingu. Není to ovšem povinné.
5. Tvorba sloganu (5 minut)
  - Nechte týmy volně diskutovat.
6. Presentace jména a sloganu
  - Každý tým řekne svůj název a slogan. Popíše proces, jak na ně přišel.
  - Ostatní by měli mít možnost reagovat a hodnotit název podle doporučených předpokladů pro dobrý název.
7. Vizuální identita (10 min)
  - Nechte týmy volně diskutovat a používat telefony pro dohledávání inspirací.
8. Rozdejte **List 2**.



#### LIST 2

V tomto listu budou studenti tvořit textové reklamy. Cílem je naučit každý tým, že není důležité, že se to někomu nelíbí. Důležité je, že se to líbí jejich cílové skupině a text funguje. Měli by se také naučit to, že ne každá reklama musí prodávat a je třeba myslet na oba druhy reklamy.

1. Shrnout cíl a obsah listu.
2. Stručně interpretovat důležité prvky reklamy.
3. Tvorba reklamy – Brand building (7 min)
  - Připomeňte si, co brand building znamená.
  - Nechte studenty volně diskutovat a používat telefony pro inspiraci.
4. Presentace textů (1 min / tým)
  - Texty se nehodnotí. Pouze se přečtou.
5. Tvorba reklamy – Sales activation (7 min)
  - Připomeňte si, co sales activation znamená.
  - Nechte studenty volně diskutovat a používat telefony pro inspiraci.
6. Presentace textů (1 min / tým)
  - Texty se nehodnotí. Pouze se přečtou.
7. Zadejte domácí úkol.



## PROSTOR PRO POZNÁMKY

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

# LEVEL 6

## PRAVIDLA HRY

### Cíl lekce

Každý student by měl pochopit základy legislativy, která se týká podnikavců a jejich projektů. Všem by mělo být vysvětleno, kde informace dohledávat.

### Dovednosti, které student získá

1. Poznání a vhodné zvolení právních forem.
2. Rozdíl mezi ziskovými a neziskovými projekty.
3. Co je to účetnictví? Proč se vede?
4. Důležitost pojištění.

## Příběh podnikavců – epilog

# Alobomora

*Podnikavost se dá jednoduše vyjádřit jako klíč do místností, kde je spousta dveří, které vedou do zajímavějších a větších místností. Když otevřete jedny, dostanete se dál. Nikdy už nemůžete jít zpátky. Otevření může být složité a namáhavé. Vždy je to ale lepší, než zůstat v místnosti.*

### **Jirka**

*Díky své komunitě navázal oficiální spolupráci s celosvětově známým festivalem. Jeho komunitu festival odkoupil a Jirku zaměstnal organizační tým. Od festivalu dostává stálý plat. Jeho zkušenosti s projektem na střední škole mu pomohly nastartovat kariéru jako podnikavého zaměstnance.*

### **Honza**

*Honza sbíral zkušenosti z projektů přátel a rodinných příbuzných jako marketák. Honza je zarytým filmovým fanouškem. Když nabyl dostatek zkušeností, oslovil kino v Českém Krumlově a nabídl mu, že mu může dělat lepší marketing na sociálních sítích a vytvořit kampaně, které by lákaly lidi do kin. Jeho nabídka byla přijata a on se svou agenturou dostal první velkou zakázku.*

### **Kačka**

*Kačka po neúspěšném streamu nechtěla přestat s tím, co ji baví. Zkušenost jako zkušenost. Shromáždila svou kuráž a oslovila Českou filharmonii. Byla překvapena, protože je nadchl design a celkové pojetí živého vysílání živé hudby, který předvedla. Kačka se stala součástí týmu pro zařizování všech zahraničních vystoupení.*

### **Anička**

*Anička se rozhodla, že se dá na dráhu podnikatelky. Začala stavět designová pódia pro zajímavá hudební vystoupení. Propojila se s Jirkou, který jí poskytl své kontakty na festivaly, s Honzou, který jí pomohl rozjet marketing a s Kačkou, která jí mohla poradit díky zkušenostem s Českou filharmonii.*

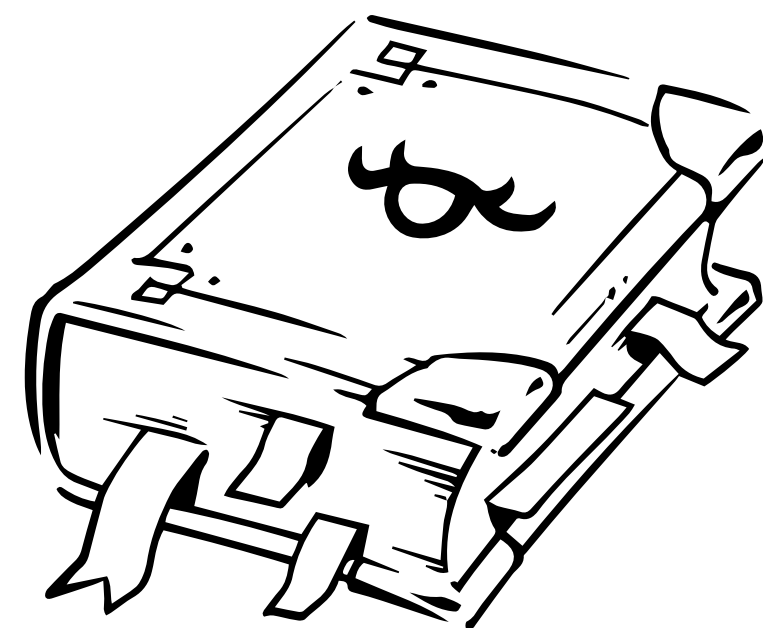
**Nečekejte dlouho v jedné místnosti. Otvírejte si své dveře do budoucnosti.**

## TEORIE

1. Rekapitulace formou diskuze o hlavních bodech materiálu
  - Ziskovky a neziskovky (Pro a proti různých právních forem, charakteristika jednotlivých forem)
  - Pojištění
  - Účetnictví

## POJMOSLOVÍ

- Všechny pojmy jsou v textu vysvětleny.



**PROSTOR PRO POZNÁMKY**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

# LEVEL 7

## VELKÉ FINÁLE

### Cíl lekce

Každý tým by měl veřejně odprezentovat svůj projekt.  
Studentům je vysvětleno, proč a jak se prodat.

### Dovednosti, které student získá

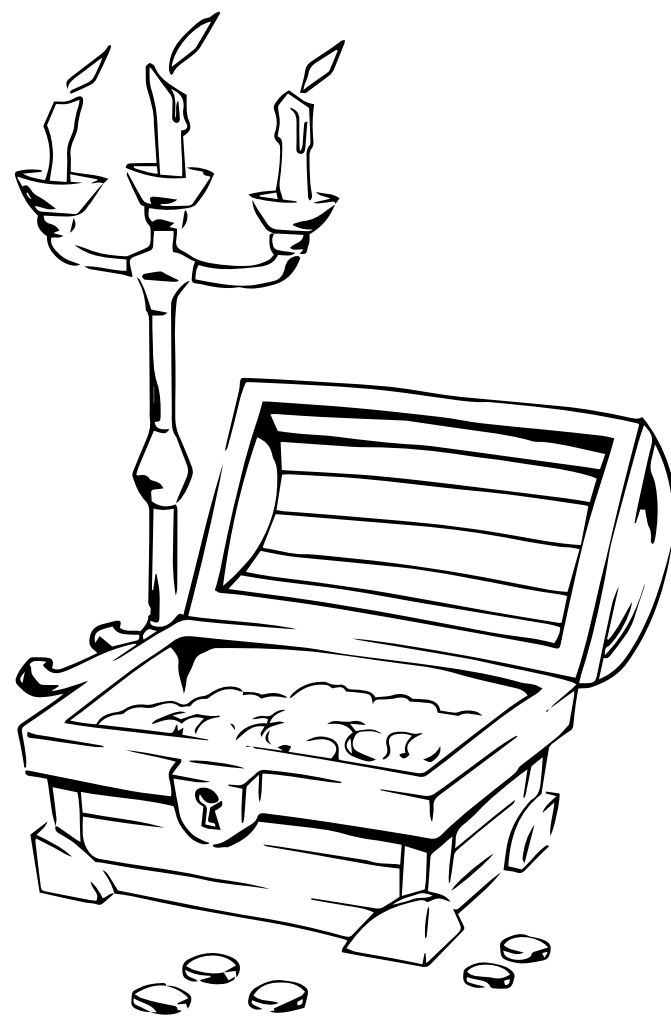
1. Umění odprezentovat vlastní projekt.
2. Umění se postavit za svou dlouhodobou práci.
3. Poznání nových nástrojů na prezentace.

## TEORIE

1. Rekapitulace formou diskuze o hlavních bodech materiálu
  - Základní prvky prezentace
  - Jak se odlišit?
  - Jaké nástroje využít?

## POJMOSLOVÍ

- Všechny pojmy jsou v textu vysvětleny.



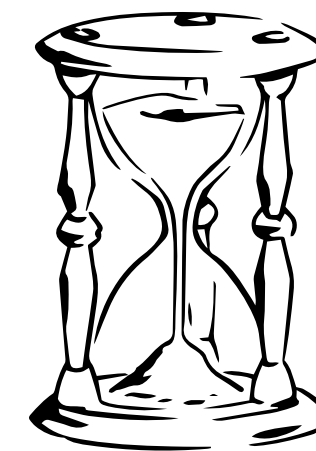
## PRAXE PRO UČITELE PRÁCE S PRACOVNÍMI LISTY

### LIST 1

Tento pracovní list slouží jako opora pro studenty v tvoření pitchu – krátké, minutové prezentace.

Model pitchu je důležitý pro fungování v normálním životě. Před velkou prezentací, kterou si připraví za domácí úkol, většinou bývá tento krátký pitch, který nadchne k tomu, aby se posluchač dozvěděl více.

1. Stručně shrnout cíl a obsah listu.
2. Vysvětlit principy elevator pitchu. Ukázat příklady (Elevator pitch show, Den D, ...)
3. Tvorba prezentace (15 min)
  - Doporučte, že prezentace může být pouze slovní. Není třeba si k ní připravovat opravdovou prezentaci, ani shánět rekvizity. Nechte je ale přicházet s nápady na oživení, které uznají za vhodné.
4. Prezentace jednotlivých týmů (2 min / tým)
  - Nechte prezentovat tým přesně 1 minutu.
  - Vy a ostatní týmy máte pak možnost pokládat otázky a dávat zpětnou vazbu.
  - Zadejte domácí úkol. (Rozdejte **List 2**)





**PROSTOR PRO POZNÁMKY**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**SOUČÁST PROGRAMU  
PODNIKAVÝ UČITEL**

# PROBUĎME SPOLEČNĚ V ŽÁCÍCH TALENT

[WWW.IMPULSPROKARIERU.CZ](http://WWW.IMPULSPROKARIERU.CZ)

#IMPULSPROKARIERU

