

# PODNIKATELSKÁ AKADEMIE TIC

Metodický nástroj pro podporu výuky  
podnikání na středních školách

Zlínský kraj  
Kraj bez hranic

TIC  
TECHNOLOGICKÉ  
INOVAČNÍ CENTRUM

*„Chcete-li vybudovat velký podnik, vybudujte nejdříve sebe.“*

Tomáš Baťa



## ZPRACOVATEL

Technologické inovační centrum s.r.o.

## AUTORSKÝ TÝM

Ing. Petr KONEČNÝ – vedoucí autorského týmu

Petr ELIÁŠ, DBA

Mgr. Olesja LANCEVSKÁ

Doc. Ing. Petr NOVÁK, Ph.D.

Jan PODHORNÝ

JUDr. Lukáš REZEK

## VSTUPY ZA ZAPOJENÉ STŘEDNÍ ŠKOLY

Mgr. Dalibor MARUNA

Ing. Bc. Marcela MRÁZKOVÁ

Mgr. Františka VYŠKOVSKÁ

*Tento dokument vznikl v rámci projektu Smart Akcelerátor Zlínského kraje II jako výstup klíčové aktivity „pilotní ověření“. Dokument obsahuje závěrečnou zprávu z průběhu aktivity pilotní ověření, popisuje průběh výuky včetně hodnocení ze strany zapojených aktérů a závěrů kulatého stolu. Dokument ve své návrhové části obsahuje doporučená témata, profily vhodných lektorů, požadavky na žáky, návrhy implementace kurzu podnikání do výuky včetně případových studií škol zapojených do pilotního ověření. V přílohové části jsou uvedeny vzorové pracovní listy, podklady a prezentace. Současně byla zpracována propagační videa, která lze využívat v rámci promování výuky podnikání a podnikavosti na středních školách.*



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

**Název projektu:** Smart Akcelerátor Zlínského kraje II  
**Registrační číslo projektu:** CZ.02.2.69/0.0/0.0/18\_055/0016072

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	7
<b>1. VÝZNAM PODNIKÁNÍ A PODNIKAVOSTI</b> .....	9
<b>2. PILOTNÍ OVĚŘENÍ A PRŮBĚH</b> .....	13
2.1 Projekt Smart Akcelerátor Zlínského kraje II .....	13
2.2 Technologické inovační centrum s.r.o. ....	14
2.3 Průběh .....	14
2.4 Zapojení partneri a lektori .....	16
2.5 Zapojené školy.....	16
<b>3. JAK S METODIKOU PRACOVAT</b> .....	20
<b>4. IMPLEMENTACE KURZU</b> .....	22
4.1 Zařazení do výuky .....	22
4.2 Pro koho je kurz určen.....	22
4.3 Personální požadavky .....	23
4.4 Komunikace kurzu .....	26
4.5 Klasifikace žáků .....	27
4.6 Technické a prostorové požadavky .....	27
4.7 Synergické aktivity .....	27
4.8 Distanční vzdělávání.....	28
4.9 Případové studie.....	28
<b>5. ZÁKLADNÍ PARAMETRY KURZU</b> .....	32
5.1 Cíl kurzu.....	33
5.2 Výstup.....	33
5.3 Metody a formy výuky.....	33
5.4 Harmonogram a zaměření jednotlivých workshopů.....	33
5.5 Úkoly a domácí příprava.....	36
5.6 Pracovní listy a slovníček pojmů.....	36
5.7 Podrobný průběh kurzu .....	39
<b>6. HODNOCENÍ KURZU</b> .....	68
6.1 Hodnocení ze strany žáků .....	68

6.2	Hodnocení ze strany pedagogů.....	71
6.3	Hodnocení ze strany firemního sektoru.....	74
7.	<b>ZÁVĚRY KULATÉHO STOLU</b> .....	77
8.	<b>DOPORUČENÁ LITERATURA A KDE HLEDAT POMOC</b> .....	78
8.1	Inovační ekosystém Zlínského kraje.....	78
8.2	Doporučená literatura a další odkazy.....	81
9.	<b>PŘÍLOHY</b> .....	83
10.	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY</b> .....	84

# ÚVOD

Vážené čtenářky, vážení čtenáři,

podpoře podnikání a práci se začínajícími podnikateli se v Technologickém inovačním centru s.r.o. věnujeme již od roku 2005. V průběhu let jsme naše podpůrné činnosti rozšířili i do oblasti výchovy k podnikání, začali jsme aktivně působit na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně a postupně jsme rozvíjeli spolupráci s řadou středních škol ve Zlínském kraji.

Na základě našich zkušeností, rozhovorů s pedagogickými pracovníky, účasti v různých pracovních skupinách, syntézy dostupných analytických výstupů realizovaných ve Zlínském kraji, a také na základě vlastní analýzy u více než 30 středních škol Zlínského kraje jsme dospěli k následujícímu zjištění.

***U žáků středních škol je rostoucí zájem o téma podnikání, řada středních škol se tímto tématem aktivně zabývá a rozvíjí vlastní aktivity a spolupráci s vhodnými partnery. Jedná se také o jednu z priorit krajských strategických dokumentů v oblasti školství, současně v regionu působí řada dalších subjektů, které rozvoj podnikavosti podporují. Na regionální úrovni však chybí systematický nástroj, který by středním školám v oblasti podpory podnikavosti, iniciativy a kreativity pomáhal. Jako možnou formu pomoci školy opakovaně uvádějí např. metodickou a realizační pomoc, metodické podklady, metodické konzultace, výukové materiály, inspirativní příklady dobré praxe, zajištění odborníků z praxe pro výuku tématu a pro workshopy či inspirativní setkání, výukový portál, školení a kurzy pro pedagogy apod.***

Jako reakci na tato zjištění jsme se rozhodli vytvořit tento metodický nástroj, který si klade za cíl pomáhat středním školám implementovat nové přístupy výuky podnikání, a tím i do určité míry podnikavosti, iniciativy a kreativity, a to prostřednictvím realizace kurzu Podnikatelská akademie na středních školách.

Tento dokument vznikl jako jeden z výstupů projektu Smart Akcelerátor Zlínského kraje II, žadatelem Zlínský kraj, partnerem Technologické inovační centrum s.r.o. V rámci tohoto projektu probíhala v období červenec 2019 až červen 2021 klíčová aktivita „pilotní ověření“. Během této aktivity byl za účasti řady expertů zpracován podrobný koncept výuky podnikání na středních školách prostřednictvím kurzu Podnikatelská akademie na středních školách ve Zlínském kraji. Tento kurz byl pilotně otestován na třech vybraných středních školách a následně proběhlo jeho vyhodnocení.

Na základě získaných poznatků byl zpracován tento metodický nástroj, který ve své úvodní části obsahuje stručný průběh pilotního ověření a následně se zaměřuje na podrobný popis celého kurzu. Dokument dále obsahuje doporučení, jak tento kurz do škol implementovat, podrobné popisy zaměření a průběhu jednotlivých workshopů, požadavky na žáky, pedagogy, zapojené lektory apod. Přílohou část obsahuje vzorové pracovní

listy, prezentace a materiály (primárně pro pedagogy), které mohou sloužit pro samotné zajištění výuky nebo jako zadání pro lektory z praxe.

Tento metodický nástroj (dále také i jako „metodika“) je určen pro všechny střední školy, které mají zájem zavádět nové, moderní přístupy výuky podnikání a podnikavosti. Mohou jej využít jak školy, které se touto problematikou doposud aktivně nezabývaly a nemají s tímto tématem velké zkušenosti, tak i školy, které se v této oblasti již pohybují. Dokument může sloužit jako návod na kompletní implementaci výuky podnikání a podnikavosti do vzdělávacích aktivit školy, může však sloužit také pouze jako inspirace pro případnou aktualizaci a revizi stávajících přístupů.

Samotní žáci – absolventi kurzu - získají kromě přímých benefitů (jako jsou např. kontakty, praktické zkušenosti, aktuální informace ze světa podnikání, konkrétní dovednosti, start-upové techniky, doporučené návody a šablony atd.), především určitou formu mentorování svých prvních kroků při rozpracování podnikatelského nápadu. Žáci v průběhu kurzu také rozvíjejí dílčí kompetence a schopnosti (dovednosti), které jsou klíčové nejen pro podnikání samotné, ale i pro další uplatnění na trhu práce.

Při implementaci a realizaci kurzu nebo jeho částí je řešitelský tým připraven školám poskytnout další metodickou podporu.

Závěrem bychom rádi poděkovali za skvělou spolupráci našim expertům a lektorům a také zapojeným středním školám, jejich pedagogům a žákům.

Za řešitelský tým

Petr Konečný

Technologické inovační centrum s.r.o.



# 1. VÝZNAM PODNIKÁNÍ A PODNIKAVOSTI

S ohledem na celosvětový trend rostoucí dynamiky změn a zrychlující se technologický pokrok rostou i požadavky na větší flexibilitu trhu práce. Aby byli lidé schopni na tyto změny reagovat, je nezbytné, aby rozvíjeli své klíčové kompetence. Jednou z nich je kompetence k podnikavosti. Potřeba jejího rozvíjení je akcentována v řadě evropských, národních i krajských koncepčních dokumentů. Jedním z takových dokumentů je např. Doporučení Evropského parlamentu a Rady o klíčových schopnostech pro celoživotní učení. Podle uvedeného Doporučení Evropského parlamentu a Rady je kompetence k podnikavosti chápána jako **„schopnost využívat příležitosti a nápady a vytvářet z nich hodnoty pro ostatní. Jejich 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.“**

Rozvoj kompetencí k podnikavosti, iniciativě a kreativitě představuje jednu z povinných intervencí, které jsou řešeny také v rámci Krajských akčních plánů rozvoje vzdělávání. V rámci projektu Podpora krajského akčního plánování (P-KAP), realizovaného Národním pedagogickým institutem České republiky, který je zaměřen na zajištění metodické podpory akčního plánování na středních a vyšších odborných školách na úrovni krajů a škol, je chápána kompetence k podnikavosti v nejširším slova smyslu jako **„proaktivní přístup jedince ke svému uplatnění na trhu práce i v rámci občanského života.“**

Kompetenci k podnikavosti může člověk dobře využít jak z pozice podnikatele, tak i z pozice kvalitního zaměstnance. Výchova k podnikavosti se uskutečňuje rozvojem dílčích kompetencí či schopností (dovedností), kterými jsou:

- kritické myšlení – tj. schopnost orientovat se v informacích a vyhodnocovat je,
- vidění příležitostí, iniciativa a proaktivita – tj. schopnost aktivně vyhledávat vhodné příležitosti a využívat je,
- kreativní myšlení a tvořivost – tj. schopnost přicházet s nápady a dále je rozvíjet,
- strategické myšlení a plánování – tj. kombinační schopnosti, schopnost zpracovat nápady do podoby záměrů, schopnost předvídat a dlouhodobě plánovat,
- leadership a týmová práce – tj. vedení lidí a schopnost práce v týmu,
- seberealizace a sebehodnocení s důrazem na rozvíjení silných stránek – tj. identifikace silných (a slabých) stránek jedince a práce s nimi,
- flexibilita – tj. schopnost přizpůsobovat se změnám,
- vytrvalost a smysl pro zodpovědnost,
- přijímání rizika – tj. schopnost vyhodnocovat a akceptovat přiměřené riziko,
- finanční a ekonomická gramotnost – tj. schopnost vidět věci ve finančních souvislostech.

Z hlediska sektorových strategických dokumentů Zlínského kraje je podpora kompetencí k podnikavosti akcentována zejména v těchto následujících:

- *Dlouhodobý záměr vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy Zlínského kraje 2016 – tento dokument byl aktuální v době příprav projektu Smart Akcelerátor Zlínského kraje II a klíčové aktivity „pilotní ověření,*
- *Dlouhodobý záměr vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy Zlínského kraje 2020,*
- *Krajský akční plán rozvoje vzdělávání pro území Zlínského kraje (Klíčové téma Podpora kompetencí k podnikavosti, iniciativě a kreativitě),*
- *Regionální inovační strategie Zlínského kraje.*

Význam těchto témat akcentuje řada analytických dokumentů, které souvisejí nejen s vedením žáků k samotnému podnikání, ale pokrývají celé téma podnikavost, iniciativa a kreativita. Tyto analýzy byly zpracovány zejména v souvislosti s takzvanými Krajskými akčními plány, které představují významný prvek implementace Kohezní politiky Evropské unie v České republice v oblasti vzdělávání. Při přípravě této intervence (Pilotní ověření v rámci projektu Smart Akcelerátor Zlínského kraje II) jsme vycházeli zejména z *Krajského akčního plánu rozvoje vzdělávání pro území Zlínského kraje – část Analýza potřeb škol (Zlínský kraj – Krajský úřad Zlínského kraje, zpracováno: 2016, aktualizace: 2019).*

**Z uvedených dokumentů vyplynulo, že nejčastěji uváděným opatřením (74 % škol), které by školám pomohlo v rozvoji intervencí v oblasti podnikavosti žáků, je účast mladého podnikatele či jiného odborníka z praxe ve výuce. O metodickou podporu k rozvoji podnikavosti a kreativity ve formě materiálů a kurzů by mělo zájem 65 % škol. Oproti I. vlně šetření došlo k růstu poptávky po zapojení odborníka z praxe (+14 %) a po metodických materiálech a kurzech pro pedagogy k tématu (+7 %).**



Zdroj: Krajský akční plán rozvoje vzdělávání pro území Zlínského kraje – část Analýza potřeb škol (Zlínský kraj – Krajský úřad Zlínského kraje, zpracováno: 2016, aktualizace: 2019)

V roce 2019 zrealizovalo Technologické inovační centrum s.r.o. analýzu vzdělávání žáků středních škol Zlínského kraje v oblasti podnikání. Jedním z výzkumných témat bylo, jak školy podnikavost a zejména výchovu k podnikání vnímají a jak k tomuto tématu přistupují. Níže uvádíme hlavní zjištění, se kterými jsme dále v rámci přípravy a realizace této intervence pracovali. Kompletní informace lze dohledat v závěrečné zprávě z tohoto šetření.

„Vnímání tématu vedení žáků k podnikání se mezi jednotlivými školami značně různí. Celkově však lze shrnout, že se k němu téměř všechny školy z výzkumného vzorku staví pozitivně, v řadě případů respondenti také zdůraznili, že se jedná o prioritní téma. V jednotkách případů zaznělo neutrální vyjádření. Žádný z respondentů nevyjádřil zásadně odmítavý postoj školy k tomuto tématu.“

„Pokud jde o terminologické chápání tématu vedení žáků k podnikání a jeho odlišení od širěji pojatého tématu vedení žáků k podnikavosti, iniciativě a kreativitě, byly zaznamenány značně odlišné pohledy respondentů. Vymezení tématu vedení žáků k podnikání tedy nemá mezi respondenty jednoznačně přijímanou definici. Vyskytují se jak širší pohledy zahrnující aspekty, jako jsou důraz na posílení aktivity žáků, samostatnost a iniciativu, všímavost a otevřenost, rozvíjení ducha podnikavosti a schopnost se o sebe postarat, tak i užší chápání, které směřuje k systematické přípravě žáka jako osoby budoucího podnikatele, kdy respondenti mimo jiné zdůrazňovali potřebu vysvětlit žákům důležitost a smysl podnikání a připravit je na podnikání po praktické stránce.“

*„Z hlediska přípravy na budoucí povolání respondenti převážně uváděli, že jejich školy připravují jak budoucí zaměstnance, tak i podnikatele. S ohledem na oborové zaměření škol se však důraz na tyto kategorie různí, pro některé školy je více relevantní kategorie zaměstnanec, pro jiné mají obě kategorie stejný význam a v některých případech převažuje důraz na kategorii podnikatel. Několik respondentů uvedlo, že podnikání je alternativou k zaměstnaneckému poměru, jde o možnost volby. Úlohou školy je ukázat žákům obě možné cesty.“*

Jako významnou formu poptávané pomoci v této oblasti uvedly školy mimo jiné:

- *metodická a realizační pomoc – metodické podklady, metodické konzultace, výukové materiály, inspirativní příklady dobré praxe, zajištění odborníků z praxe pro výuku tématu a pro workshopy či inspirativní setkání, výukový portál,*
- *školení a kurzy pro pedagogy – teorie k tématu, moderní metody výuky.*

## 2. PILOTNÍ OVĚŘENÍ A PRŮBĚH

V návaznosti na koncepční a strategické dokumenty Zlínského kraje byla v roce 2019 do připravovaného krajského projektu Smart Akcelerátor Zlínského kraje II zahrnuta aktivita „pilotní ověření“ kurzu Podnikatelské akademie na středních školách ve Zlínském kraji. Ve vztahu k tématu rozvíjení kompetencí k podnikání a podnikavosti je tento kurz zaměřen primárně na vedení žáků k podnikání s cílem připravit zájemce z řad aktivních a podnikavých žáků na úspěšné uplatnění jejich schopností v reálném podnikání. Navržený koncept vychází z již fungujícího kurzu Podnikatelská akademie, vyučovaného na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně, jehož výuka je realizována Technologickým inovačním centrem s.r.o.

Cílem pilotního ověření bylo vytvořit a na vybraných středních školách otestovat podobný nástroj, který je již řadu let úspěšně implementován na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně. Výstupem pilotního ověření je tento metodický nástroj popisující průběh výuky, doporučená témata, profily vhodných lektorů, požadavky na žáky, zasazení do výuky a případně vhodné učební podklady. Tato intervence tak přímo reaguje na poptávané aktivity ze strany středních škol v oblasti podnikavosti žáků.

### 2.1 Projekt Smart Akcelerátor Zlínského kraje II

Projekt Smart Akcelerátor Zlínského kraje II je zaměřen na podporu inovačního prostředí ve Zlínském kraji v souladu s Národní výzkumnou a inovační strategií pro inteligentní specializaci České republiky a její krajskou přílohou za Zlínský kraj. Projekt je realizován v rámci Operačního programu Výzkum, vývoj a vzdělávání v období 07/2019 – 12/2022, žadatelem je Zlínský kraj, partnerem a výkonnou jednotkou je Technologické inovační centrum s.r.o. Projekt navazuje na projekt „Smart Akcelerátor Zlínského kraje“, realizovaný v období 1. 1. 2016 až 30. 6. 2019.

Hlavním cílem projektu je napomoci přípravě a realizaci strategických projektů rozvíjejících inovační prostředí firem ve Zlínském kraji (naplňujících strategické a specifické cíle krajské přílohy Národní RIS3 za Zlínský kraj) a přispět k řešení identifikovaných problémů, které brání zvyšování konkurenceschopnosti Zlínského kraje v oblasti podnikatelských inovací, a umožnit kvalitní řízení procesu podnikatelského objevování („entrepreneurial discovery process“).

Jednou z klíčových aktivit projektu je tzv. „pilotní ověření“. Cílem je ověřit, zda intervence/podpůrný nástroj a související nastavení podmínek a pravidel bude funkční, včetně ověření rolí jednotlivých subjektů zapojených do realizace intervence/podpůrného nástroje.

V našem případě byla zvolena právě aktivita přípravy a ověření nového kurzu Podnikatelská akademie na středních školách s návazným zpracováním metodického nástroje, který bude zpřístupněn ostatním školám Zlínského kraje jako určitá forma metodické podpory a souvisejících doporučení, jak podobné aktivity implementovat v podmínkách středních škol.

## 2.2 Technologické inovační centrum s.r.o.

Technologické inovační centrum s.r.o. (dále také jako „TIC“ nebo „TIC Zlín“) je podpůrná organizace, která byla založena v roce 2005 Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně a Zlínským krajem. Jedná se o podpůrnou organizaci typu „inovační centrum“, která se spolupodílí na tvorbě a implementaci Regionální inovační strategie Zlínského kraje a promuje kvalitu života ve Zlínském kraji s akcentem na studium, podnikání a profesní růst. Prostřednictvím vlastních či sdílených programů a národních i evropských projektů realizuje rozvojové aktivity v oblastech:

- kreativita a podnikavost u žáků a studentů,
- akcelerace podnikatelských záměrů včetně provozu podnikatelského inkubátoru,
- služby pro malé a střední podniky zejména v odvětvích domén specializace Zlínského kraje,
- podpora výzkumu a vývoje ve firmách s účinnou spoluprací s výzkumnými organizacemi,
- služby pro zefektivnění řízení lidských zdrojů včetně kariérového poradenství a profesního směřování,
- podpora expanze endogenních firem ve Zlínském kraji.

TIC dlouhodobě spolupracuje s vybranými středními školami, je aktivní v podpoře podnikavosti a kreativity na středních školách, organizuje informační, inspirativní a tematické workshopy a semináře pro žáky středních škol, organizuje soutěž a akcelerační program Můj první milion. Zástupci TIC se účastní souvisejících pracovních skupin (Regionální stálá konference, KAP, Pracovní skupina pro podporu podnikavosti, iniciativy a kreativity). Lektori TIC se podíleli na přípravě metodiky výuky podnikání na UTB ve Zlíně, designu kurzu Podnikatelská akademie na UTB ve Zlíně, zajišťují jeho organizaci, obsahovou náplň a průběžné vyhodnocování a aktualizace.

## 2.3 Průběh

Aktivita pilotního ověření probíhala v několika etapách. Byl formulován koncept kurzu, který je postaven na principu zapojení odborníků a podnikatelů do výuky. Žáci se namísto konzervativního přístupu nezaměřují pouze na zpracování fiktivního podnikatelského plánu, který bude po formální stránce dokonalý, avšak z pohledu obsahu mnohdy nepoužitelný. V rámci výuky dochází k práci na vlastním nápadu, priorita je věnována detailní formulaci obchodního modelu a jeho rozpracování prostřednictvím moderních přístupů, jeho validaci, pivotování a prezentaci s následným propojením na akcelerační program pro ty, kteří mají zájem o další posun směrem k realizaci. Současně mají žáci možnost konzultovat svá témata s odborníky z praxe, získávají zpětnou vazbu, kontakty a případně další podporu ze strany zapojených partnerů. Žáci dostávají aktuální informace ze start-upového prostředí, poznávají rozdíl mezi standardním a start-upovým podnikáním, získávají nové dovednosti a kompetence včetně schopnosti odprezentovat a obhájit si své projekty a názory.

Tento koncept byl následně validován v rámci analýzy vzdělávání žáků středních škol Zlínského kraje v oblasti podnikání, která proběhla v období od září do listopadu 2019 formou osobních rozhovorů na více než 30 středních školách. Kromě zjišťování informací o přístupu školy k tématu podnikání a podnikavost bylo také diskutováno navrhované řešení formou kurzu Podnikatelská akademie na středních školách včetně souvisejícího metodického nástroje, zájem škol o účast v pilotním ověření a také zájem škol o tento nástroj a jeho případné využití v budoucnu po ukončení pilotáže.

Zájem škol byl potvrzen, ať už v podobě implementace uceleného konceptu včetně využití externí pomoci (ze strany TIC), nebo ve formě podkladů pro uskutečnění vlastního pojetí kurzu. Současně byly získány důležité informace k nastavení celkové koncepce kurzu. Pro potřebu pilotního ověření kurzu byl získán dostatečný počet zájemců z řad škol včetně relevantních informací o těchto zájemcích. Bylo tak možné je posoudit a vybrat nejvhodnější kandidáty pro realizaci pilotního ověření.

Na základě těchto výstupů byl Řídicím výborem Regionální inovační strategie Zlínského kraje schválen posun do **realizační fáze**. Na úrovni TIC byl sestaven expertní tým ve složení:

- zástupci TIC s odborným zaměřením na zahájení podnikání, podporu podnikání a podnikavosti u žáků a studentů, konzultační činnosti pro start-upy, lektorské činnosti,
- zástupce podnikatelského sektoru s přesahem do oblasti mentorování start-upů, investování do začínajících firem a lektorské činnosti,
- zástupce UTB ve Zlíně, garant předmětu Podnikatelská akademie na UTB ve Zlíně,
- zástupce střední školy se zkušenostmi v oblasti podpory podnikavosti, iniciativy a kreativity, s přesahem do výuky ekonomických předmětů,
- zástupci Odboru školství, mládeže a sportu Zlínského kraje.

V rámci expertního týmu proběhlo v období 02/2020–08/2020 detailní rozpracování konceptu, vytipování vhodných lektorů, upřesnění a modifikace témat pro potřeby středních škol, formulace požadavků na žáky apod. Současně byly vybrány a osloveny střední školy, na kterých pilotní ověření probíhalo, a byly vypracovány podrobné harmonogramy pro každou zapojenou školu a nastavena spolupráce.

Realizace kurzu na školách probíhala v období 09/2020–03/2021, během tohoto období byly na zapojených školách uskutečňovány jednotlivé workshopy a průběžně probíhalo se zapojením žáků, pedagogů a lektorů i vyhodnocování průběhu. Po skončení kurzu proběhlo na každé škole vyhodnocení celého kurzu, a to formou diskuze (kulatých stolů) se žáky, dále formou anonymního dotazníku u žáků a rozhovory a hodnocením ze strany zapojených pedagogů.

Na základě průběhu realizace kurzu a získané zpětné vazby proběhla aktualizace celého konceptu a následně byly zpracovány výstupy aktivity „pilotní ověření“, tj. tento metodický nástroj na výuku podnikání na středních školách, přílohová část a další související marketingové výstupy.

## 2.4 Zapojení partnerů a lektorů

Do pilotního ověření, resp. do přípravy a realizace jednotlivých workshopů včetně zpracování souvisejících vstupů do tohoto dokumentu a přílohové části byla zapojena řada partnerů a lektorů. To umožnilo vnést do celého konceptu praktický přesah a aktuální trendy. Níže uvádíme přehled zapojených lektorů včetně jejich zaměření. Přehled může sloužit také jako inspirace pro jednotlivé školy při vytváření vlastní sítě spolupracujících expertů a lektorů.

**Petr Eliáš, DBA (Inspectum a.s.)** garant pro oblast leadershipu, inspirace a podnikatelské příběhy, člen (předseda) komise v rámci závěrečných prezentací, <http://inspectum.cz/>.

**Jan Podhorný (MIUZA s.r.o.)** garant pro oblast marketingu a komunikace, <https://www.miuza.cz/>.

**JUDr. Lukáš Rezek (Advokátní kancelář Petráš Rezek s.r.o.)** garant pro oblast práva a právních aspektů podnikání, <https://www.petraszerek.cz/>.

**Doc. Ing. Petr Novák, Ph.D. (Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky)** garant pro oblast ekonomiky a financí, spoluautor metodiky „Výuka podnikání na vysokých školách“ (a souvisejícího kurzu Podnikatelské akademie na UTB ve Zlíně), člen komise v rámci závěrečných prezentací, <https://fame.utb.cz/>.

**David Bail, Jakub Josef Forman, David Derka, Martin Kancner (mladí podnikatelé)** sdílení zkušeností v rámci témat inspirace a podnikatelské příběhy.

**Mgr. Olesja Lancevská (Technologické inovační centrum s.r.o.)** organizátor a facilitátor kurzu, garant pro oblast hledání podnikatelských nápadů a tvorba týmů, člen komise v rámci závěrečných prezentací, <https://www.ticzlin.cz/>.

**Ing. Petr Konečný (Technologické inovační centrum s.r.o.)** garant pro oblast lean start-up a zdroje financování start-upů, spoluautor metodiky „Výuka podnikání na vysokých školách“ (a souvisejícího kurzu Podnikatelské akademie na UTB ve Zlíně), člen komise v rámci závěrečných prezentací, autor myšlenky Podnikatelské akademie na středních školách, <https://www.ticzlin.cz/>.

## 2.5 Zapojené školy

Do pilotního ověření byly zapojeny tři střední školy – Masarykovo gymnázium, Střední zdravotnická škola a Vyšší odborná škola zdravotnická Vsetín, MESIT střední škola, o.p.s. a Střední odborná škola Josefa Sousedíka Vsetín. Níže jsou kromě základních údajů o zapojených školách uvedeny také



informace, jakým způsobem škola vnímá téma podnikavost, iniciativa, kreativita a jakým způsobem k tomuto tématu přistupuje.

### **Masarykovo gymnázium, Střední zdravotnická škola a Vyšší odborná škola zdravotnická Vsetín**

„Masarykovo gymnázium nabízí vzdělání s důrazem na všeobecný přehled, osobnostní rozvoj a přípravu na studium na vysokých školách. V průběhu 3. a 4. ročníku mají žáci možnost výběru volitelných předmětů, kdy ve čtvrtém ročníku celková dotace seminářů dosahuje 14 hodin týdně.

Tematiku podnikání žáci probírají ve společenských vědách a získávají obecné znalosti. Žáci 4. ročníku si mohou zvolit Seminář aplikované ekonomie, kde v menším počtu mají příležitost rozvíjet další dovednosti – kreativitu, kritické myšlení, komunikaci. Zařazením pilotního ověření do zmíněného semináře očekáváme, že jeho absolventi získají podrobnější, praktické informace, obohatí se novými zkušenostmi a vytvoří si ucelený obraz

o podnikání. Obdržené metodické a obsahové materiály chceme ve výuce dále využívat.“

#### **Zapojený pedagog**

*Mgr. Dalibor Maruna, aprobace dějepis, společenské vědy. Od roku 2005 učím Seminář aplikované ekonomie, dříve ve spolupráci s organizací Junior Achievement. V semináři se snažíme rozvíjet základní učivo ekonomie s důrazem na praktické využití. V tomto semináři se nabízí prostor k zařazení problematiky podnikání, čehož naše škola využila v rámci pilotního ověření.*

### **MESIT střední škola, o.p.s.**

„MESIT střední škola, o.p.s. v Uherském Hradišti je největší soukromá střední škola v regionu, která díky svému předchůdci, Učňovskému středisku n.p. Mikrotechna, patří mezi nejstarší odborné školy v regionu. Z široké škály nabídky školy je kladen důraz nejen na obory elektrotechnické a strojírenské, ale i na obory pro žáky se speciálními vzdělávacími potřebami. Nástavbové studium pak nabízí absolventům tříletých učebních oborů možnost získat vzdělání zakončené maturitní zkouškou. Na propojení teoretické přípravy s praxí se značnou měrou podílí zřizovatel školy skupina MESIT, společnost s dlouholetou tradicí, která umožňuje realizovat praktickou část výuky ve svých dceřiných společnostech.

Vedení školy a samotní učitelé považují rozvoj kompetencí k podnikavosti, iniciativě a kreativitě za velmi důležitý pro budoucí pracovní uplatnění žáků. V rámci školy byla vytvořena pozice koordinátorky podpory kompetencí k podnikavosti, iniciativě a kreativitě, která zajišťuje aktivity na podporu podnikavosti žáků, a informování, rozvoj a koordinování učitelů v této oblasti. Tyto aktivity jsou realizovány v rámci Školního akčního plánu rozvoje vzdělávání na období 2019 až 2022.

Žáci na škole studují převážně technické obory a v nástavbovém studiu také obor Podnikání. V průběhu výuky se žáci učí kriticky myslet a analyzovat modelové situace. Diskutují o problémech, se kterými se setkávají ve svém okolí, a hledají možné způsoby řešení těchto problémů. V rámci projektového vyučování vytvářejí žáci

svůj vlastní podnikatelský záměr, s nímž se účastní soutěže „Můj první milion“, kterou pořádá TIC Zlín. Na škole byl také zařazen do výuky předmět Studentský minipodnik, v rámci něhož se žáci seznámili s fungováním reálného podniku. Cílem zařazení tohoto předmětu do výuky bylo žákům přiblížit provozování podnikatelské činnosti a seznámit je se základními principy chodu podniku. Ve škole jsou organizovány přednášky podnikatelů, kteří žákům popisují své pracovní zkušenosti. Pro žáky jsou tyto přednášky inspirativní pro jejich další profesní život. Žáci znalosti a dovednosti získané při výuce uplatňují v rámci praxe ve firmách, kde si prakticky ověřují, jaké kompetence pracovníci firem pro svou práci potřebují. Ve škole vyučují také učitelé, kteří mají praktické zkušenosti s podnikáním a jako zaměstnanci firem. Ve výuce se žáky diskutují o tom, jak mohou žáci své znalosti uplatnit na různých pracovních pozicích. Velkou výhodou pro žáky školy je to, že velkou část hodin odborného výcviku absolvují přímo ve firmách v regionu. Zde, přímo v praxi, se učí kritickému myšlení, vyhodnocují informace, procvičují kombinační schopnosti, předvídají a plánují. Pobyt přímo na pracovišti, v reálném prostředí, podporuje u žáků vytrvalost a smysl pro zodpovědnost.“

#### Zapojený pedagog

*Ing. Bc. Marcela Mrázková, koordinátorka podpory kompetencí k podnikavosti, iniciativě a kreativitě, učitelka odborných předmětů ekonomie, účetnictví, marketing a management, chod podniku, písemná elektronická komunikace. Pracovní zkušenosti: manažerka pobočky RK STING Brno, 15 let podnikání v oboru realitní činnosti, státní správa (odbor investic), účetní.*

#### **Střední odborná škola Josefa Sousedíka Vsetín**

„Střední odborná škola Josefa Sousedíka Vsetín, jako centrum celoživotního učení má zaměřenou širokou nabídku jak na účastníky počátečního vzdělávání, tak i na dospělou populaci, zcela korespondující s potřebami regionu. Oborová struktura školy v sobě zahrnuje čtyři různá zaměření – gastronomii, stavebnictví, strojírenství, obory obchodu a služeb. V oblasti dalšího profesního vzdělávání vedoucího k získání kvalifikace se škola podílí na systému uznávání dalšího vzdělání vycházejícího z NSK. Je autorizovanou osobou pro 19 profesních kvalifikací. Škola aktivně spolupracuje s 18 firmami vsetínského regionu a část z nich jsou také smluvní pracoviště, která škole pomáhají především se zajištěním odborného výcviku žáků pod novým názvem Aliance pro podporu strojírenství a řemesel. Škola spolupracuje s okresní a krajskou hospodářskou komorou, Úřadem práce ve Vsetíně, dalšími sociálními partnery města a kraje a je držitelem oficiální pečeti – Škola doporučená zaměstnavateli.

Jedním z cílů školy je zavedení systematické výchovy k podnikavosti a kreativitě, kdy škola umožňuje pravidelná setkávání žáků s odborníky z praxe a prohlubuje zapojení žáků do různých iniciativ, mezi něž patří například soutěže, projektové dny či prezentace žákovských projektů. Účelem vzdělávací oblasti je poskytnout žákům také základní praktické znalosti jak zvládat množství činností, které souvisí se správným plánováním osobních financí, nastavením cílů a předcházení finančním rizikům. Posílení finanční gramotnosti u žáků oboru Podnikání umožňuje nově zavedený vyučovací předmět Osobní finance.

Mezi vzdělávací aktivity určené žákům oboru Podnikání patří například exkurze do Baťovy vily a Baťova institutu ve Zlíně, návštěva Okresního soudu ve Vsetíně s jejich přítomností při soudním jednání a další aktivity. Pro podporu podnikatelského myšlení žáků nástavbového studia Podnikání a ve spolupráci s TIC Zlín jsou ve škole každoročně organizovány vzdělávací workshopy, kde si žáci vyzkouší techniky, které jim umožní uspořádat si myšlenky začínajícího podnikatele. V minulosti se také vybraní žáci úspěšně účastnili kreativní soutěže Innovation Camp Praha. Žáci se rovněž několik let úspěšně zapojují do podnikatelské soutěže Můj první milion (kategorie Středních škol), ve které dosahují výborných výsledků. Soutěžící získávají jedinečnou možnost zpětné vazby jak nasměrovat svůj reálný byznys. Kromě samotných žáků získala i škola opakovaně řadu ocenění, např. Cena za podporu podnikatelského myšlení u žáků středních škol nebo Cenu pro nejaktivnějšího pedagoga.“

#### Zapojený pedagog

*Mgr. Františka Vyškovská, učitelka odborných ekonomických předmětů, spatřuje smysl své práce především v tom, že žáka je potřeba správně nasměrovat, a pro jeho větší motivaci k učení využívá všech příležitosti tak, aby žáci získali během studia ucelený obraz o podnikání, daných tématech z mnoha úhlů pohledu. Je stále optimistická a připravená se i nadstandardně věnovat vzdělávání žáků při mimoškolních aktivitách, projektech, mobilitách či přípravách na různé soutěže.*

### 3. JAK S METODIKOU PRACOVAT

Metodika je určena pro všechny střední školy, které mají zájem zavádět nové, moderní přístupy výuky podnikání a podnikavosti. Mohou ji využít jak školy, které se touto problematikou doposud aktivně nezabývaly a nemají s tímto tématem velké zkušenosti, tak i školy, které se v této oblasti již pohybují. Metodika může sloužit jako návod na kompletní implementaci výuky podnikání a podnikavosti do vzdělávacích aktivit školy, může však sloužit také pouze jako inspirace pro případnou aktualizaci a revizi stávajících přístupů.

Na úrovni školy je tento dokument určen primárně pro koordinátory podnikavosti, resp. pozice, které vykonávají tuto činnost, případně pro pedagogy, kteří se tímto tématem ve výuce zabývají.

Metodika představuje do jisté míry ucelenou „kuchařku“, jak v podmínkách školy realizovat navržený kurz Podnikatelská akademie jakožto nástroj na rozvoj nejen podnikatelských kompetencí žáků. Samotný kurz Podnikatelská akademie se opírá o následující přístupy:

- **akce** – v celém kurzu nejde jen o to říct „mám nápad“, ale také udělat první kroky směrem k jeho validaci přístupem, který je běžně ve start-upovém prostředí využíván,
- **rozvoj (podnikatelských) kompetencí** – v kurzu rozvíjíme dílčí kompetence a schopnosti (dovednosti), které jsou klíčové nejen pro podnikání samotné, ale i pro další uplatnění na trhu práce,
- **motivace a postoje** – v kurzu si ukazujeme, co nás motivuje, hledáme vlastní postoje k podnikání jako alternativě k zaměstnaneckému poměru (i zjištění, že podnikání není pro mě to pravé, je přínosné),
- **poznat prostředí** – v kurzu ukazujeme podnikatelské prostředí, předáváme kontakty, představujeme související podnikatelský ekosystém a příležitosti, v rámci validace podnikatelské myšlenky je nezbytné jít za zákazníkem, u reálných projektů umíme na kurz navázat dalšími aktivitami,
- **zážitek** – zkusíme, zda dokážeme podnikatelský nápad proměnit v promyšlený obchodní model, zda dokážeme udělat průzkum trhu a získat zpětnou vazbu a zda dokážeme nejen o produktu mluvit, ale i jej vizualizovat. Zažíváme tak první kroky budování vlastního start-upu, a to bez iniciativy a kreativity není možné.

Kurz a přístupy, které jsou v této metodice popsány vycházejí z mnohaletých zkušeností realizace obdobného kurzu na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně, z více než čtrnáctileté realizace akceleračního programu se zaměřením na studenty vysokých škol i žáky středních škol a v neposlední řadě také z pilotního ověření tohoto přístupu na vybraných středních školách Zlínského kraje.

V metodice uvádíme **doporučené postupy**, které je však potřeba aplikovat do podmínek každé školy. Kurz v rámci vnitřní logiky a provázanosti postupuje od sebepoznání, inspirace, přes objevování podnikatelských příležitostí až po formulaci prvních návrhů obchodního modelu, vizualizaci produktu nebo služby, průzkumu trhu a následnou (investorskou) prezentaci. Navržené přístupy a kurz lze použít v kompletním rozsahu jako ucelený blok workshopů a témat. Jednotlivé workshopy jsou však koncipovány také jako samostatná témata a lze je zařadit do probíhající výuky podle potřeby. V takovém případě je však přerušena vnitřní návaznost a postup „od hledání myšlenky k závěrečné prezentaci“ a je potřeba vhodným způsobem upravit průběh, zejména s ohledem na případné dlouhodobé úkoly a návaznosti. Jsou však i nadále zachovány přínosy každého dílčího tématu.

V metodice se zaměřujeme na dvě zásadní témata – **jak kurz v plném rozsahu ve škole implementovat** a také podrobně popisujeme doporučenou **obsahovou náplň a průběh jednotlivých workshopů**. V případě samotné implementace je potřeba samozřejmě zohlednit charakter školy. Toto téma je také doplněno o případové studie a zkušenosti ze škol, které byly zapojeny do pilotního ověření.

Obsahovou náplň a průběh kurzu je vhodné také konzultovat se zapojenými lektory a konzultanty z praxe a do jisté míry může sloužit jako určitá forma zadání pro lektory, co se od nich očekává. Klíčovou roli bude hrát organizátor a facilitátor celého kurzu, který by měl s metodikou dále pracovat a na základě vyhodnocování průběhu kurzu, zpětné vazby od žáků a lektorů, postupně upravovat celý koncept tak, aby co nejvíce vyhovoval podmínkám školy a samotným žákům. **Jedná se o živý dokument!**

Součástí metodiky jsou i podpůrné prezentace a komentáře k vybraným tématům, tyto slouží primárně pro vyučující a lektory jako inspirace a upřesnění rozsahu probírané látky, lze je však použít i ve výuce (v takovém případě je vhodné si podle potřeby upravit). Důležitým nástrojem jsou tzv. pracovní listy určené pro samotné žáky, kteří si do nich zaznamenávají informace, domácí přípravu a další výstupy z kurzu. Jedná se o vzorový dokument, který je možno upravit podle potřeb školy a vyučujících.

**Při implementaci a realizaci kurzu nebo jeho částí doporučujeme obrátit se na Technologické inovační centrum s.r.o. pro další metodickou podporu.** Dále je vhodné využívat různých možností sdílení zkušeností s dalšími školami, vzdělávání pedagogů v této oblasti apod. Současně doporučujeme navázat spolupráci s lokálními inkubátory, firemním sektorem, absolventy školy atd. a **vytvářet vlastní síť spolupracujících osob a partnerů.**

## 4. IMPLEMENTACE KURZU

### 4.1 Zařazení do výuky

Celý kurz je koncipován jako třináct workshopů v délce cca devadesát minut včetně závěrečného workshopu, ve kterém žáci prezentují výsledky své práce. Kurz je možné do výuky zařadit v plném rozsahu, je však také možné zařadit pouze vybrané workshopy, které vhodným způsobem doplní výuku (záleží na stávající výuce, rozsahu vhodných předmětů, časových možnostech a celkovém konceptu a přístupu školy a pedagoga k tématu).

V případě, že se škola rozhodne zařadit do výuky pouze dílčí část, lze předpokládat, že se bude jednat zpravidla o rozhodnutí vyučujícího, který probíraná témata doplní o vstupy z tohoto kurzu.

V případě, že se škola rozhodne implementovat kurz jako celek nebo jeho větší část, mělo by toto rozhodnutí **korespondovat s celkovou strategií školy** a činnostmi v oblasti podpory podnikavosti, iniciativy a kreativity. Vzhledem k tomu, že se jedná o specifickou aktivitu, je vhodné si na úrovni školy stanovit **očekávání od kurzu** a způsoby vyhodnocení. Dále je nezbytné **určit odpovědného pedagoga, obor (ročník) a předmět**, ve kterém bude kurz realizován. Zpravidla se může jednat o ekonomické předměty, případně společenské vědy, projektové řízení apod., do kterých kurz svým obsahem zapadne. V takovém případě je nezbytné zvážit, do jaké míry bude realizací kurzu v rozsahu 13 týdnů ovlivněna další výuka. Lze také využít volitelné předměty a semináře. V rámci harmonogramu a tvorby rozvrhu je vhodné nastavit vždy **dvě výukové hodiny za sebou** (2x45 minut), v rámci kterých budou jednotlivé workshopy probíhat (logistické důvody, zapojení externistů, kombinace výkladu a praktických cvičení) a to **jedenkrát týdně** (nepřetěžování žáků vzhledem k nutnosti domácí přípravy).

### 4.2 Pro koho je kurz určen

Kurz doporučujeme nabídnout žákům třetích nebo čtvrtých ročníků maturitních oborů, případně v rámci nástavbového studia. U mnohých nástavbových oborů lze předpokládat, že žáci navážou na předcházející studium, kde už zvládli základní odborné znalosti z oblasti ekonomiky a přípravy na možnost samostatného podnikání, u maturitních oborů a gymnázií mohou žáci navazovat na znalosti z předmětů typu společenské vědy a kurzem si budou dále rozvíjet svůj ekonomický způsob myšlení.

Kromě přímých benefitů, jako jsou např. kontakty, praktické zkušenosti, aktuální informace ze světa podnikání, konkrétní dovednosti, start-upové techniky, doporučené návody a šablony atd., získávají žáci určitou formu mentorování svých prvních kroků při rozpracování podnikatelského nápadu. Účastníci kurzu si také rozvíjí dílčí

kompetence a schopnosti (dovednosti), které jsou klíčové nejen pro podnikání samotné, ale i pro další uplatnění na trhu práce. Jedná se zejména o následující:

- kritické myšlení – tj. schopnost orientovat se v informacích a vyhodnocovat je,
- vidění příležitostí, iniciativa a proaktivita – tj. schopnost aktivně vyhledávat vhodné příležitosti a využívat je,
- kreativní myšlení a tvořivost – tj. schopnost přicházet s nápady a dále je rozvíjet,
- strategické myšlení a plánování – tj. kombinační schopnosti, schopnost zpracovat nápady do podoby záměrů, schopnost předvídat a dlouhodobě plánovat,
- leadership a týmová práce – tj. vedení lidí a schopnost práce v týmu,
- seberealizace a sebehodnocení s důrazem na rozvíjení silných stránek – tj. identifikace silných (a slabých) stránek jedince a práce s nimi,
- flexibilita – tj. schopnost přizpůsobovat se změnám,
- vytrvalost a smysl pro zodpovědnost,
- přijímání rizika – tj. schopnost vyhodnocovat a akceptovat přiměřené riziko,
- finanční a ekonomická gramotnost- tj. schopnost vidět věci ve finančních souvislostech,
- prezentační a argumentační dovednosti.

## 4.3 Personální požadavky

V rámci implementace kurzu do výuky je vhodné určit pedagoga, který má organizaci kurzu na starosti. Může se jednat o „koordinátora podnikavosti“ (pokud je na dané škole tato pozice zřízena), případně pedagoga, který má k danému tématu odborně blízko (např. vyučuje související předměty). Dále je vhodné ustanovit tzv. facilitátora kurzu, tj. osobu, která zajišťuje celý průběh kurzu po odborné a obsahové stránce, řídí průběh jednotlivých workshopů, moderuje diskuze, zajišťuje kontinuitu a návaznost jednotlivých workshopů a současně je hlavní kontaktní osoba pro žáky. Kurz předpokládá, že postupem času přebere facilitátor i lektorování řady workshopů. Doporučujeme tuto funkci spojit rovněž s funkcí organizátora kurzu a pověřit tak osobu, která výuku předmětu běžně zajišťuje.

Obsahová stránka kurzu je postavena na kombinaci výkladu, případových studií, praktických cvičení a konzultací. Benefitem pro žáky je také zapojení dalších hostů, kteří se na daná témata specializují nebo mohou přinést do tématu praktický vhled. V rámci kurzu tak pracujeme s pozicí „lektora“ – tj. osoba, která se specializuje na dané téma (může se jednat jak o zaměstnance školy, tak i externího lektora) a s pozicí konzultanta z praxe (tj. osoba, která dané téma konzultuje, vykonává probíranou činnost v praxi). V případě externích osob se zpravidla bude jednat vždy o kombinaci lektor / konzultant.

Organizátor	Zodpovídá za kompletní organizaci a implementaci kurzu v podmínkách školy, komunikuje kurz směrem k žákům, vedení školy, ve spolupráci s PR oddělením školy koordinuje komunikaci kurzu navenek, vede databázi vhodných lektorů a konzultantů, komunikuje s nimi a domlouvá termíny výuky atd.
Facilitátor	Zajišťuje průběh kurzu po odborné a obsahové stránce, facilituje průběh jednotlivých workshopů a kurzu jako celku, moderuje diskuse, řídí práci v týmech, dohlíží nad zadáním a plněním úkolů, upřesňuje zadání na vstupy ze strany lektorů a konzultantů po obsahové stránce, provádí evaluaci workshopů a kurzu jako celku, upravuje a aktualizuje koncept kurzu pro další období, podílí se na lektorské činnosti u vybraných témat. Doporučujeme spojit s pozicí organizátora.
Lektor	Zajišťuje odbornou část jednotlivých workshopů, provádí výklad daného tématu, může se jednat o interní kapacity školy (osoba, který se na dané téma specializuje a je přizvána na konkrétní workshop), v ideálním případě propojit s pozicí facilitátora, případně se může jednat o externího lektora (v takovém případě se zpravidla bude jednat o kombinaci lektor / konzultant z praxe).
Konzultant z praxe	Jedná se o externí osobu, která je přizvána na konkrétní workshop (workshopy), kromě odborného výkladu daného tématu (lektorská činnost) poskytuje také praktické příklady, případové studie a pomáhá žákům konzultovat danou oblast ve vztahu k jejich podnikatelským záměrům. Jedná se zpravidla o podnikatele, konzultanty se specializací na daná témata, advokáty, zástupce bankovního sektoru, konzultanty z podnikatelských inkubátorů a akceleratorů apod.

Zapojení externích lektorů a konzultantů z praxe může být mnohdy problematické a finančně náročné. Na druhou stranu každá škola spolupracuje s řadou institucí a odborníků podílejících se na běžných činnostech školy (bankovní poradci, advokátní kanceláře, spolupracuje s firemním sektorem na zajištění odborné praxe a stáží – tyto firmy mají např. své marketéry, ekonomy), má řadu úspěšných absolventů, kteří působí na vhodných pozicích, případně rozjeli vlastní podnikání. A v takovém případě je jistě možné zkoušet vyjednat výhodnější podmínky spolupráce. Současně doporučujeme sledovat také aktivity žáků ve vyšších ročnících, řada z nich již může mít nějaké první podnikatelské zkušenosti a mohou tak být zajímavou inspirací pro ostatní. Významnou pomoc mohou sehrát podnikatelské inkubátory a akceleratorů, se kterými je vhodné navázat spolupráci. **Doporučujeme proto vytvořit si a průběžně aktualizovat síť potenciálních lektorů a konzultantů.**

Jednotlivá témata kurzu a harmonogram jsou podrobně popsány v následující kapitole. Níže uvádíme základní přehled workshopů v rámci kurzu s doporučením na možné zapojení lektorů a konzultantů.



<b>Workshop/hodina</b>	<b>Doporučené personální zajištění</b>
Úvodní hodina	Facilitátor, případně další lektori, kteří se budou účastnit pravidelně.
Co potřebuji k podnikání?	Facilitátor, konzultant z praxe (konzultant z podnikatelského inkubátoru / akcelérátoru), tento workshop by postupně mohl převzít kompletně facilitátor.
Interview s podnikatelem	Facilitátor, konzultant z praxe (podnikatelé, ideálně věkové blízcí žákům, snaha je poukázat na podobné startovací podmínky) – možno zapojit více osob.
Kde vzít nápad na podnikání	Facilitátor, lektor/ konzultant z praxe (konzultant z podnikatelského inkubátoru / akcelérátoru), s ohledem na sebezpůsobovací aktivity a zadání souvisejících úkolů je možné zapojit také kariérového / výchovného poradce školy, tento workshop by postupně mohl převzít kompletně facilitátor.
Týmy a projekty	Facilitátor, lektor / konzultant z praxe (konzultant z podnikatelského inkubátoru / akcelérátoru případně podnikatel – cílem je poskytnout rozvojovou zpětnou vazbu k uvažovaným podnikatelským nápadům, tento workshop by postupně mohl převzít kompletně facilitátor.
Obchodní model I	Facilitátor, lektor / konzultant z praxe (konzultant z podnikatelského inkubátoru / akcelérátoru nebo podnikatel – startupista, který tyto přístupy aktivně využívá a může ukázat vlastní případové studie), tento workshop by postupně mohl převzít kompletně facilitátor.
Obchodní model II	Facilitátor, lektor / konzultant z praxe (konzultant z podnikatelského inkubátoru / akcelérátoru nebo podnikatel – startupista, který tyto přístupy aktivně využívá, tento workshop by postupně mohl převzít kompletně facilitátor.
Validace a průzkum trhu	Facilitátor, lektor / konzultant z praxe (konzultant z podnikatelského inkubátoru / akcelérátoru nebo odborník na marketing a průzkumy trhu nebo podnikatel – start-upista, který tyto přístupy aktivně využívá), tento workshop by postupně mohl převzít kompletně facilitátor.
Marketing	Facilitátor, lektor / konzultant z praxe (marketér z firemního sektoru, podnikatel poskytující služby marketingových a digitálních agentur).
Finance	Facilitátor, lektor / konzultant z praxe (ekonom z firemního sektoru, bankéř, finanční poradce, specialista pro finanční trhy), po konzultaci lze zapojit také interního pedagoga se zaměřením na toto téma).
Právo	Facilitátor, lektor / konzultant z praxe (konzultant z podnikatelského inkubátoru / akcelérátoru se zaměřením na proces zakládání firem, v ideálním případě advokát).

Kde na to vezmu a jak „pitchovat“	Facilitátor, lektor / konzultant z praxe (konzultant z podnikatelského inkubátoru / akcelérátoru nebo bankéř, investor, podnikatel se zkušeností s hledáním investora, v ideálním případě kombinace).
Pitch day	Facilitátor, lektor / konzultant z praxe (konzultant z podnikatelského inkubátoru / akcelérátoru, bankéř, investor, podnikatel) – ideálně vytvořit panel / hodnotitelskou komisi. Doporučujeme přizvat zástupce vedení školy.

**Vzhledem k tomu, že na jednotlivých školách mohou být využívány různé přístupy, v dalším textu používáme také souhrnné označení „vyučující“, tím je myšlena osoba/osoby, kteří se daného workshopu účastní (bez ohledu na to, zda se jedná o facilitátora, lektora, konzultanta).**

## 4.4 Komunikace kurzu

Komunikaci kurzu lze rozdělit do tří oblastí. První oblast je předání informací žákům o tom, že takovýto kurz bude probíhat. Zde záleží na tom, zda bude kurz začleněn do běžné výuky. V takovém případě je cílem komunikace vysvětlit žákům, co bude obsahem kurzu, co se od nich očekává, co získají, proč se to dělá, jak to bude probíhat (pravidla hry). Podrobné informace o průběhu kurzu lze poskytnout před zahájením kurzu, resp. jako součást úvodního workshopu. Je však vhodné je již předem informovat, že tento kurz bude součástí předmětu a pokusit se v nich vzbudit pocit zájmu a těšení se (viz doporučení níže).

V případě, že je kurz realizován formou volitelného předmětu nebo semináře, je cílem zaujmout žáky již během volby předmětu a vhodným způsobem je motivovat. Záleží na zvyklostech dané školy, doporučujeme:

- osobní angažovanost pedagoga / kariérového poradce (osobní doporučení na základě znalosti zájmů žáků, osobnostních předpokladů, talentů),
- atraktivní popis předmětu (zdůraznění praktického přístupu, zažití si prvních kroků budování vlastního start-upu, možnost práce na vlastních nápadech, vstupy z praxe včetně možnosti konzultovat své nápady, zdůraznění možné synergie a pokračování v podnikatelských soutěžích a akcelérátorech...),
- v dalších letech využít reference absolventů kurzu, doporučujeme v průběhu pořizovat videomateriál, udělat rozhovory s žáky, lektory, pedagogem, získávat reference,
- průběžně vytvářet případové studie absolventů školy, kteří úspěšně podnikají nebo reprezentují školu v podnikatelských soutěžích apod.,
- komunikaci provádět také s využitím sociálních sítí,
- zapojit žáky do samotné komunikace včetně přípravy, hledat mezi žáky tzv. ambasadory podnikání.

Druhá oblast je komunikace školy navenek, směrem k veřejnosti, absolventům, rodičům, médiím, zřizovatelům, potenciálním novým žákům apod. Doporučujeme zařadit informace o realizaci kurzu do komunikační strategie školy, stejně tak případné navazující aktivity žáků a v souladu s komunikačním plánem informovat o průběhu.

Třetí oblastí je komunikace s žáky během kurzu. Lze očekávat další dotazy k diskutovanému tématu, potřebu upřesnit zadání úkolů, případně dílčí konzultace při vypracování domácích úkolů. Ponecháváme na zvyklostech každé školy, je vhodné zařadit konzultační hodiny.

## 4.5 Klasifikace žáků

Kurz je součástí výuky a v rámci školního roku bude doplněn dalším učivem souvisejícím s předmětem, do kterého je kurz zakomponován. Není proto nezbytné (a ani žádoucí) přímo v kurzu provádět dílčí klasifikaci, testovat nebo zkoušet žáky z probírané látky. Způsob klasifikace ponecháváme na zvyklostech dané školy a pedagoga. Hlavním výstupem však je závěrečná prezentace, proto doporučujeme se v rámci případné klasifikace zaměřit na tento výstup. Současně doporučujeme sledovat aktivitu žáků v hodinách, plnění domácích úkolů, přístup k týmu a týmovou práci. **Po skončení kurzu doporučujeme předat žákům osvědčení o absolvování, které si mohou přidat do svých životopisů.**

## 4.6 Technické a prostorové požadavky

Na výukové prostory nejsou kladeny žádné speciální požadavky. S ohledem na práci v týmech a náslechy vyučujících, doporučujeme výuku realizovat v učebnách s možným variabilním uspořádáním lavic a židlí. V ideálním případě také s možností dočasně umístit velkoformátové podklady (papíry, plátna Lean Canvas) např. na zed'.

K dispozici postačí běžná prezentační technika – plátno, projektor, ozvučení, přístup k internetu, flipchart. Doporučujeme předem připravit dostatečné množství kancelářských potřeb – papíry, fixy, barevné papíry a lepitka. Připravte také v potřebném množství plátna Lean Canvas (ideálně větší formát, např. A0, aby žáci mohli pracovat v týmech).

Pokud je to technicky možné, umožněte žákům přístup z jejich mobilních zařízení k internetu během výuky, lze využít např. v hromadné interakci, pokládání dotazů, vyhledávání informací, ad-hoc úkoly během výkladu apod.

## 4.7 Synergické aktivity

Kurz je svým obsahem synergický k řadě dalších předmětů ve škole a bude mít jistě přesahy do jiné výuky. Je proto vhodné předem provést možnou analýzu synergických předmětů a následně žáky na tyto přesahy upozornit, např. že dané téma se v teoretické rovině řešilo i v jiném předmětu a je tak vhodné dát si vše do souvislosti (může se jednat např. o problematiku právních aspektů, marketingu, ekonomiky, průzkumu trhu, prezentačních dovedností apod.).

Významnou synergií nabízí možnost zapojit se do mimoškolních aktivit, v rámci kterých mohou žáci reprezentovat školu a na svých projektech dále pracovat, případně zvolit jiné záměry a využít zkušenosti, které v průběhu kurzu získali. Příkladem mohou být různé podnikatelské soutěže a akcelerátory (např. Můj první milion - <https://www.muoprvnimilion.cz/>, Technologické inovační centrum s.r.o.), účast na konferencích, workshopech a networkingových aktivitách, využití konzultační podpory spolupracujících inkubátorů atd.

## 4.8 Distanční vzdělávání

Kurz předpokládá prezenční formu výuky. Žáci a vyučující se aktivně účastní výkladu a diskuze, probíhá práce v týmech při náslechu vyučujících, průběžně probíhají konzultace k vybraným tématům, a to zejména na úrovni jednotlivých týmů. Žáci v hodinách prezentují své názory a výstupy své práce.

Realizace pilotního ověření byla bohužel poznamenána epidemií COVID-19 a přechodem na distanční výuku v průběhu kurzu. Tento formát výuky s ohledem na potřebnou interakci se ukázal ne zcela vhodný. Nicméně i přes tato omezení lze kurz realizovat. Při pilotním ověření byl využit nástroj pro on-line výuku MS TEAMS. V případě on-line výuky doporučujeme vytvořit kromě hlavní výukové „místnosti“ také dílčí místnosti pro jednotlivé týmy, ve kterých probíhá následná skupinová práce a do kterých se vyučující postupně připojují k náslechu a konzultacím. Současně je vhodné do výuky zapojit další on-line nástroje pro zvýšení interaktivity (např. [mentimeter.com](https://www.mentimeter.com), [jamboard.google.com](https://jamboard.google.com) apod.). Tento přístup klade větší nároky také na facilitátora, který se musí do výuky více zapojovat a snažit se podpořit interakci posluchačů.

Přechod na distanční výuku ale také ukázal možná pozitiva a potenciál této formy výuky. Za zvážení stojí vyzkoušení určitého hybridního modelu, kdy do běžné výuky budou streamovány spíše kratší vstupy externích lektorů a konzultantů z praxe. Zapojení některých osobností do výuky by tak mohlo být logisticky jednodušší a umožnilo by rozšířit portfolio expertů.

## 4.9 Případové studie

Pro dokreslení implementace kurzu do výuky a inspiraci uvádíme slovy pedagogů také případové studie, jak k tomu přistoupily školy zapojené do pilotního ověření.

### **Masarykovo gymnázium, Střední zdravotnická škola a Vyšší odborná škola zdravotnická Vsetín**

*„Na naší škole doposud chyběla koncepčně ucelená výuka spojená s podnikáním. Spolupráci jsme vnímali jako vhodný impulz, pomoc k zavádění systematické výuky cílené na podnikání. Od kurzu jsme očekávali, kromě samotného přínosu tématu pro žáky (nové informace, kontakty, zpětná vazba), také možnost seznámit se s uceleným systémem výuky podnikání a zjistit, jak naši žáci toto téma vnímají a jak na novou tematiku reagují. Tato očekávání byla naplněna.*

Po úvodní nabídce spolupráce ze strany TIC Zlín došlo k bezprostřední shodě vedení školy a vyučujícího zařadit kurz do výuky semináře Aplikované ekonomie. Jedná se o tradiční seminář ve 4. ročníku a jak již z názvu vyplývá, cílem je maximální přesah výuky do reálného prostředí. Vybírají si jej žáci se zájmem o ekonomickou oblast. S nastavením rozvrhu žáků, úvazků nebylo třeba hýbat. S ohledem na částečnou změnu zaměření semináře proběhla aktivní komunikace směrem k žákům. Ve srovnání s předchozími lety jsme se setkali s celými třídami a následně s případnými zájemci o seminář a zaměření semináře jsme vysvětlovali, zjišťovali zájem, zodpovídali dotazy. Vše bylo završeno uzavřením memoranda o spolupráci s TIC Zlín.

Kurz vnímáme synergický především se společenskými vědami (psychologie, právo, sociologie, ekonomie), v rámci kterých probíhalo aplikování poznatků, rozšiřování a usouvztažňování informací. Rozsah kurzu (13x90 minut) zásadně nijak neovlivnil obsahový ani formální průběh výuky semináře. V důsledku zhoršené epidemiologické situace (COVID-19) a související změně harmonogramu a formy výuky, jsme byli nuceni dát méně prostoru „tradiční“ výuce semináře Aplikované ekonomie. V následujících obdobích budeme zařazovat vybrané poznatky z kurzu také v rámci povinné výuky společenských věd.“

#### **Jak jsme komunikovali....**

„Vzhledem k tomu, že byl kurz zařazen do semináře Aplikovaná ekonomie, který je určen pro žáky 4. ročníků, probíhala především osobní komunikace a návštěvy jednotlivých tříd 3. ročníku, žákům byl představen obsahový a formální popis náplně semináře, probíhalo motivační působení a osobní konzultace dotazů ze strany zájemců. Žáci také měli k dispozici anotaci semináře v písemném provedení, prioritou však byl osobní kontakt. Podrobné informace o samotném průběhu kurzu byly žákům poskytnuty v rámci úvodní hodiny.

Informace o kurzu byla také součástí pravidelných souhrnných zpráv ředitele školy rodičům, informace budou také zařazeny na webové stránky školy. Mezi jednotlivými workshopy byly žákům ze strany vyučujícího poskytovány učební podklady a organizační informace. Konzultace k obsahu nebyly ze strany žáků vyžadovány.“

#### **Jak jsme hodnotili...**

„S přihlédnutím k průběhu výuky prvního pololetí 2020/2021 a po dohodě s lektory byly známky za pololetí udělovány na základě aktivity, přístupu a průběžně odevzdávaných úkolů.“

#### **Případová studie MESIT střední škola, o.p.s.**

„Na škole je zřízena pozice koordinátorky podpory kompetencí k podnikavosti, iniciativě a kreativě. Jedním z úkolů koordinátorky je vyhledávat vhodné projekty a iniciativy, které by umožňovaly žákům poznat sami sebe, práci v týmu, realizaci vlastního nápadu – prostě zkusit něco nového a jinak. Spolupráce s TIC Zlín probíhá již

delší dobu (workshopy, zapojování žáků do soutěže *Můj první milion*). O implementaci kurzu rozhodl ředitel školy na základě doporučení koordinátorky podpory kompetencí k podnikavosti, iniciativě a kreativitě. Kurz zcela naplnil očekávání.

Kurz *Podnikatelská akademie* byl určen pro žáky 2. ročníku nástavbového studia oboru *Podnikání* a byl implementován do předmětu *chod podniku*. Účast na kurzu byla nabídnuta také žákům 1. ročníku, pro které byl kurz dobrovolný. V rámci předmětu *chod podniku* je jedno z témat tvorba podnikatelského záměru. Zařazením kurzu do toho předmětu tak v zásadě nedošlo k ovlivnění výuky, obsah kurzu se prolíná se ŠVP předmětu *chod podniku*.

### **Jak jsme komunikovali....**

„Žákům byl kurz *Podnikatelská akademie* představen na začátku výuky předmětu *chod podniku*. Žáci se seznámili s průběhem a hlavními tématy kurzu, jako motivaci vnímali možnost získání nových znalostí a dovedností, které po absolvování kurzu budou mít.

Koordinátorka podpory kompetencí k podnikavosti, iniciativě a kreativitě průběžně informovala vedení školy i ostatní učitele o probíhajících aktivitách, PR manažerka školy následně o této aktivitě informovala veřejnost prostřednictvím sociálních sítí.

Po absolvování každého workshopu proběhla diskuse mezi pedagogem a žáky, byly zodpovězeny případné dotazy a dovysvětleny některé pojmy.

### **Jak jsme hodnotili...**

„Žáci byli průběžně hodnoceni vyučující za plnění úkolů v rámci kurzu *Podnikatelská akademie*, vyučující žákům průběžně dávala zpětnou vazbu. Také byly některé úkoly klasifikovány v rámci předmětu *chod podniku*.“

### **Případová studie – SOŠ Josefa Sousedíka Vsetín**

„Strategickým cílem školy je připravit budoucího absolventa oboru *Podnikání* tak, aby se lépe realizoval na trhu práce, případně sám zahájil úspěšnou činnost v samotném podnikání. Od kurzu *Podnikatelská akademie* škola očekávala, že absolventi projektu získají klíčové dovednosti pro svoji podnikavost, dostanou možnost konzultací s mentory jednotlivých bloků, vyzkouší si modelové studie, na nichž si procvičí různé techniky, a získají praktické dovednosti pro svoje další projektové myšlení, což v konečném dopadu u nich podpoří jejich iniciativu a kreativitu. Kurz obsahově i jako celek splnil naše očekávání.

Od nabídky spolupráce s TIC Zlín a jejím přijetí školou došlo k podepsání Deklarace o spolupráci mezi zapojenými stranami. Následně bylo potřeba zajistit a určit:

- zapojeného pedagoga (koordinátora),
- obor/třídu, ve které bude kurz pilotován,
- předměty do kterých se workshopy zakomponují (dvouhodinovky),
- časový rozvrh,
- učebnu se základním ICT vybavením (v souvislosti s pandemií COVID-19 se průběh kurzu částečně realizoval přes Microsoft Teams),
- souhlasy zapojených osob s GDPR.

Workshopy byly začleněny do dvou odborných předmětů – projektové řízení a podnikatelská praxe jako tzv. „dvouhodinovka“, neboť obsahově korespondují se Školním vzdělávacím plánem tohoto oboru a následně jsou provázány s dalšími odbornými předměty 1. ročníku nástavbového studia oboru Podnikání.

Vzhledem k délce kurzu (13x90 minut) bylo potřeba pouze částečně upravit a přeorganizovat pořadí témat vzdělávacích plánů pro daný školní rok. V konečném dopadu celková délka kurzu nijak výrazně neovlivnila vyučovací předměty, neboť obsahově workshopy korespondují se školním obsahem, kdy předměty Podnikatelská praxe a Projektové řízení poskytují a rozvíjí především dovednosti vedoucí k podnikání, obchodní dovednosti, personální i interpersonální komunikaci, včetně pracovně právních vztahů.“

#### **Jak jsme komunikovali....**

„Žákům byl kurz oznámen ihned po zahájení školního roku v září s tím, že kurz Podnikatelská akademie jim bude zakomponován v konkrétní den, do dvou vyučovacích odborných předmětů. Žákům bylo vysvětleno, jak uplatní získané znalosti a zkušenosti po absolvování kurzu, jak využijí znalosti i během svého studia a následně ve svém osobním životě.

Zapojení školy do pilotního ověření bude zaznamenáno ve výroční zprávě školy, zveřejněno na webových stránkách školy a využito při náborových akcích školy. Na regionální úrovni je tento kurz dobrým příkladem pro další střední školy, které Podnikatelskou akademii, resp. kurzy obdobných parametrů zatím nerealizují.

Mezi jednotlivými workshopy bylo potřeba s žáky komunikovat. Žáci chtěli prodiskutovat probírané téma, potřebovali upřesnit úkoly, které měli plnit, a také poskytovali realizátorům kurzu prostřednictvím pedagoga zpětnou vazbu.“

#### **Jak jsme hodnotili...**

„Žáci během absolvování kurzu nebyli hodnoceni známkou, započtena jim byla však jejich aktivita během workshopů. Zpětná vazba byla poskytována jednotlivým žákům průběžně včetně závěrečného hodnocení jednotlivých podnikatelských záměrů, kde se žáci setkali s uznáním a oceněním výsledků odvedené práce.“

## 5. ZÁKLADNÍ PARAMETRY KURZU

Žáci si během kurzu zažijí první kroky budování vlastního start-upu. Pro tuto první etapu není zásadní finanční náročnost záměru, neboť první kroky jsou zpravidla zaměřeny na detailní formulaci obchodního modelu a vlastních hypotéz, jak by uvažovaný záměr mohl fungovat, a jeho následnou validaci na reálných zákaznících. Tímto procesem by si měl projít každý, kdo uvažuje o zahájení podnikání (zejména pak se start-upovými prvky). Žáci si tak mohou volit jakékoliv vlastní nápady a na těchto si vyzkoušet moderní techniky rozpracování obchodního modelu.

Pro řadu žáků to bude zajímavá zkušenost, v rámci které si otestují kritické a logické myšlení, komunikační a prezentační schopnosti, získávání a vyhodnocování informací, práci s rozvojovou zpětnou vazbou nebo práci v týmu. Tyto zkušenosti jistě ocení i v dalším studiu a případném zaměstnání a také se možná utvrdí v tom, že podnikání pro ně „zatím“ není. A i to je hodnotným výstupem.

Kurz je do určité míry exkurzí do prvních etap budování vlastní firmy ještě před jejím samotným založením. Samozřejmě, že témata jako je personální řízení, management, účetnictví a daně, prodej apod. jsou důležitá a na řadě škol se bude jednat o synergické informace a znalosti z další výuky. Tyto kompetence však jsou zpravidla uplatňovány v etapě, kdy již dochází k formálnímu zahájení podnikání nebo již podnikatelský subjekt funguje. V rámci kurzu tak chceme odstranit možné bariéry a obavy žáků, že podnikání je náročné a vyžaduje značné zkušenosti a dovednosti. Ano, podnikání je náročné a je potřeba k němu přistupovat s uvážlivostí. Nicméně v rámci kurzu je žákům ukázáno, jak nízkonákladovým způsobem postupovat krok za krokem, postupně rozvíjet svůj nápad a utvrzovat se v tom, zda má smysl se do realizace nápadu pustit, nebo ne. Pro řadu žáků se kurz stává prvním impulsem k tomu, že podnikání může být alternativa k zaměstnání a časem se k tomu tématu mohou vrátit.

A pak zde máme skupinu žáků, kteří již tuší, že vlastní podnikání je jejich sen, a chtějí se mu věnovat nebo si vyzkoušet na něčem pracovat. A pro tyto žáky je to ideální první vstup do světa podnikání, kdy díky kurzu získají řadu benefitů a možná i první „facku“, která je nebude nic stát. Navíc pro tyto „podnikavé“ žáky je k dispozici řada dalších nástrojů inovačního ekosystému, které mohou při své cestě za vlastním podnikáním využít už mimo školní půdu.

Celý kurz je koncipován jako třináct workshopů v délce cca devadesát minut včetně závěrečného workshopu, ve kterém žáci prezentují výsledky své práce. Je proto vhodné spojit dvě vyučující hodiny (pokud bude v textu dále použito workshop nebo hodina, má se na mysli totéž – 90 minut). Tento koncept je doporučen zejména z důvodu charakteru a rozsahu témat, kdy jednotlivé workshopy obsahují jak frontální výklad, tak i společný rozbor případových studií, práci v týmu a případné dílčí prezentace výstupů včetně diskuse. Další důvody jsou logistické a organizační, do jednotlivých hodin se zapojují odborníci z praxe, pro které by účast např. dva týdny za sebou mohla být časovou komplikací. Celý kurz je zakončen závěrečnou prezentací formou elevator pitch.



## 5.1 Cíl kurzu

Cílem kurzu je pomoci žákům rozvíjet kreativitu, iniciativu a podnikavost – klíčové kompetence pro 21. století. Žáci si prožijí první kroky budování svého vlastního start-upu. Žáci budou v kurzu hledat náměty na vlastní podnikání, které si následně propíší do obchodního modelu a tento „zvalidují“ u reálných zákazníků. Současně budou mít možnost konzultovat jednotlivé oblasti svého záměru a získají zpětnou vazbu od konzultantů z praxe.

## 5.2 Výstup

Žáci se naučí identifikovat příležitosti k zahájení vlastního podnikání, seznámí se s aktuálními trendy, pochopí problematiku tzv. start-upového podnikání a konceptu „lean start-up“ a zažijí proces „od myšlenky k tvorbě minimum viable product a prezentaci před investory“. Výstupy své práce následně odprezentují a obhájí na závěrečné prezentaci.

## 5.3 Metody a formy výuky

V rámci kurzu dochází k práci na vlastním nápadu, prioritou je věnována detailní formulaci obchodního modelu a jeho rozpracování prostřednictvím moderních přístupů (Business Model Canvas, Lean Canvas), jeho validaci (využití nástrojů Validation Board), pivotování a následně propojení s akceleračním programem pro ty, kteří mají zájem o další posun směrem k realizaci. Žáci mají možnost konzultovat svá témata s odborníky z praxe, získávají zpětnou vazbu, kontakty a případně další podporu ze strany zapojených partnerů. Současně dostávají aktuální informace o start-upovém prostředí, poznávají rozdíl mezi standardním a start-upovým podnikáním, získávají nové dovednosti a kompetence, včetně schopnosti odprezentovat a obhájit si své projekty a názory.

Žáci pracují primárně ve skupinách a využívají prvky rozvojové zpětné vazby zaměřené na pozitivní změnu. Na kurzu jsou použity také prvky frontální výuky (prezentace, výklady), zejména za účelem vysvětlení konkrétních technik, případových studií apod. Získané informace následně aplikují na vlastní projekty, kdy v rámci týmu pracují na vybraných aspektech svého nápadu s možností konzultace s lektorem/konzultantem během náslechu.

## 5.4 Harmonogram a zaměření jednotlivých workshopů

Jednotlivé workshopy na sebe volně navazují a žáci si postupně budují vlastní portfolio o sobě a svém nápadu. Po nezbytném seznámení s obsahem kurzu a s požadavky na žáky se postupně seznamují s problematikou podnikání, co podnikání obnáší, co vlastně mají již k dispozici a jak to využít. Mají možnost si poslechnout inspirativní podnikatelské příběhy a na praktických příkladech pochopit uvažování podnikatele. Současně si formují první podnikatelské nápady, seznámí se s aktuálními trendy, poznají své silné stránky a do určité míry

i talenty, uvědomí si, jaké dovednosti a kompetence jim chybí, a zamyslí se nad tím, jaká může být jejich týmová role. S přispěním ostatních žáků a členů týmu tvoří zásobník podnikatelských nápadů, formulují a ověřují své první hypotézy a představy a zpětnou vazbu ihned zapracují do svých záměrů. Následně se zamyslí také nad finanční náročností a ekonomikou záměru a rozpracují si marketingovou strategii. V závěru kurzu si také vyzkouší, jak celý nápad zlegalizovat a zahájit podnikání. Současně získají informace k tomu, jaké lze využít zdroje financování, jaká jsou jejich specifika a naučí se, jak projekt odprezentovat. V závěrečné prezentaci si vyzkouší zaujmout potenciální investory a získají zpětnou vazbu jak ke způsobu prezentace, tak k záměru a výsledkům práce. Lze konstatovat, že žáci si projdou celou etapu od inspirace, přes hledání užitečného nápadu, vytvoření první verze obchodního modelu, jeho ověření na reálných zákaznících až po investorskou prezentaci. Průběžně také pracují na první verzi případného produktu/formulace služby (zde je dohodnut výstup v závislosti na náročnosti). Na výstupu kurzu tak žáci mají reálné podklady pro další kroky, ať již dopracování produktu, založení společnosti, hledání investora atd., současně získávají první zpětnou vazbu z trhu a cenné kontakty.

## Přehled jednotlivých workshopů:

Workshop/hodina	Výstup
Úvodní hodina	Žáci znají pravidla hry, o čem kurz bude, jaké jsou na ně kladeny požadavky pro absolvování, poznají zapojené partnery a lektory, poznají se navzájem a sdělí své postoje k podnikání.
Co potřebuji k podnikání?	Žáci získají rámcovou představu, co potřebují v začátcích podnikání a jak k tomu lze přistoupit nízkonákladově, co z toho mají. Žáci odstraní možné bariéry a obavy z náročnosti začátku podnikání.
Interview s podnikatelem	Žáci získají představu o tom, co obnáší být podnikatelem, poslechnou si podnikatelské příběhy lidí, kteří měli podobné startovací podmínky.
Kde vzít nápad na podnikání	Žáci umí přemýšlet o příležitostech na podnikání, znají aktuální trendy a hledají vlastní nápady.
Týmy a projekty	Jsou vytvořeny týmy, jednotliví členové znají své role v týmu. Jsou sestavena projektová portfolia.
Obchodní model I	Žáci chápou koncept lean start-up, provázání zákazník – problém – řešení. Znají význam obchodního modelu a ovládají techniku práce s plátnem lean canvas.
Obchodní model II	Žáci mají vypracovanou první verzi obchodního modelu k vlastnímu záměru a formulují první hypotézy. V rámci domácí přípravy pracují na vizualizaci produktu/služby.
Validace a průzkum trhu	Žáci chápou význam validace, vědí, kdo jsou jejich první zákazníci a mají připraven a otestován způsob získání zpětné vazby od prvních zákazníků. V rámci domácí přípravy probíhá validace u reálných zákazníků.
Marketing	Žáci chápou význam marketingu, znají hodnotu svého řešení pro zákazníka. Mají představu o tom, jak využít marketing v začátcích podnikání, i když nemají dostatek finančních prostředků. V rámci domácí přípravy pracují na své marketingové strategii.
Finance	Žáci získají základní představu o plánování financí při zahájení podnikání. Chápou význam a roli cash-flow zejména v začátcích podnikání. V rámci domácí přípravy pracují na zakladatelském rozpočtu, formulují cenu produktu a modelují možné scénáře vývoje příjmů a výdajů.
Právo	Žáci chápou rozdíly mezi běžnými právními formami a jsou schopni zvolit vhodnou právní formu pro svůj záměr. Žáci mají připraveny vstupy pro oficiální zahájení podnikání s ohledem na vlastní záměry.
Kde na to vezmu a jak „pitchovat“	Žáci znají zdroje financování, jejich specifika, vědí, jakým způsobem zaujmout potenciální investory a jak projekt prezentovat. V rámci domácí přípravy zpracovávají investorskou prezentaci.
Pitch day	Žáci mají zpětnou vazbu ke své prezentaci a záměru, získávají doporučení, jak dále postupovat, pokud na záměru chtějí reálně dále pracovat.

## 5.5 Úkoly a domácí příprava

V průběhu kurzu je důraz kladen také na domácí přípravu. Žákům jsou zadávány časově méně náročné úkoly související s přípravou na následující hodinu (např. dokončení výstupů práce, které nestihnou v průběhu praktické části hodiny, přípravu na dané téma – interview s podnikatelem, testy týmových rolí apod.), dále jsou zadávány rozsáhlejší dlouhodobé úkoly, jejichž výstupy budou potřeba buď v pozdější etapě kurzu nebo v rámci závěrečné prezentace. Na tyto úkoly je vhodné upozornit již v úvodní hodině, aby žáci věděli, co je čeká a na co se mají připravit. Zadání úkolů je vždy zmíněno v příslušné části popisu workshopu.

Mezi dlouhodobé úkoly, patří zejména:

- hledání nápadu na podnikání a vytváření zásobníku těchto nápadů – s tímto výstupem budou pracovat při formování týmu a prioritizace a volbě záměrů k dalšímu rozpracování,
- validace a průzkum trhu – tento výstup budou potřebovat pro případnou úpravu obchodního modelu, výsledky z validace budou prezentovány v rámci závěrečné prezentace,
- vizualizaci produktu / služby – částečně bude potřeba během procesu validace a dále jako součást závěrečné prezentace, forma výstupu bude dohodnuta mezi týmem a vyučujícím během tvorby obchodního modelu, kdy bude diskutováno řešení,
- marketing a komunikace – součást závěrečné prezentace,
- finanční propočty – součást závěrečné prezentace,
- závěrečná prezentace – struktura a rozsah bude diskutován na posledním workshopu.

Specifickým úkolem bude tvorba slovníčku pojmů – viz další kapitola.

## 5.6 Pracovní listy a slovníček pojmů

V průběhu kurzu si žáci vytváří vlastní výstup v podobě tzv. pracovních listů. Jedná se o určitou formu „sešitu“, do kterého si žáci zaznamenávají poznámky, vypracovávají zadané úkoly a dělají domácí přípravu. Po skončení kurzu jim tyto dokumenty zůstávají a mají možnost se k nim kdykoliv vrátit.

Vzory pracovních listů jsou součástí této metodiky a lze je podle potřeby měnit. Doporučujeme pracovní listy vytisknout a rozdat žákům během úvodní hodiny, vysvětlit jim způsoby práce. Toto portfolio bude postupně doplňováno o další dokumenty používané ve výuce, např. různé šablony, vzorové dokumenty apod. Pracovní listy také mohou sloužit jako „kontrolní“ nástroj pro vyučující, do kterého tak mohou kdykoliv nahlížet, zda se žáci na výuku připravili, splnili domácí úkoly apod.

Součástí příloh je i tzv. slovníček pojmů. Není žádoucí, aby byl během kurzu prováděn frontální výklad pojmů, jejich definice a toto následně zkoušeno. Je však důležité, aby žáci pojmům rozuměli a chápali jejich význam. Řada pojmů (zejména start-upová problematika) bude pro žáky zřejmě nová. Doporučujeme proto žákům vždy

zadat, aby si vybrané pojmy, které se budou vztahovat k danému tématu, dohledali (internet) v rámci domácí přípravy a do slovníčku pojmů se pokusili zapsat vlastními slovy, jak tyto pojmy vnímají. V úvodu každé hodiny proběhne rychlá rekapitulace pojmů, diskuse, zda žáci všemu rozumí, zda jim nějaký pojem není jasný a namátkově mohou být žáci dotázáni, jak konkrétnímu pojmu rozumí.

Níže uvádíme přehled vybraných pojmů. Jedná se však o orientační přehled a doporučujeme si slovníček pojmů upravit i podle vyučujících a podle oboru studia (řadu pojmů by již žáci některých oborů mohli/měli znát).

*start-up, podnikání, podnikatel, zákazník, globalizace, konkurence, obchodní model, obchodní plán, validace, MVP, škálovatelnost, monetizace, web, e-shop, doména, hosting, e-commerce, marketing, marketingový mix, canvas, lean-canvas, pivot, seed, pre-seed, IPO, akcie, obchodní podíl, investice, investor, crowdfunding, kapitál, cash-flow, tržby, výnosy, příjmy, náklady, výdaje, obrat, DPH, aktiva, pasiva, ztráta, zisk, marže, rabat, rozvaha, výsledovka, dividenda, obchodní přírážka, úvěr, úrok, jistina, tantiémy, debet, závazek, pohledávka, penále, konkurz, exekuce, EBIT, EBITDA, odpis, obchodní podíl, společník, jednatel, kmenové listy, inflace, deflace, splatnost, smlouva, DPP, DPČ, faktura, daňový doklad, insolvence, likvidace, záloha, provize, leasing, lichva, kreditní karta, debetní karta, plná moc, pojištění, RPSN, ručitel, směnka, splátka, SPV, kurzový zisk, kurzová ztráta, due dilligence, daň z příjmu, PRIBOR, ČNB, OSSZ, IRR, bod zvratu, mlčenlivost, diverzifikace, business angel, rizikový kapitál, ROI, reklama, PPC, konverze, GDPR, VOP, uživatel, networking, elevator pitch...*

Ve vzorových prezentacích (část „zadání úkolů“) také uvádíme v doprovodných komentářích vybrané pojmy z výše uvedeného zásobníku, se kterými se na následujícím workshopu bude pracovat a bylo by proto vhodné, aby se s nimi žáci dopředu seznámili. Ponecháváme již na vyučujícím, zda si zadání rozšíří o další pojmy nebo upraví dle potřeby.

<b>Workshop/hodina</b>	<b>Tematicky doporučené pojmy k nastudování na daný workshop</b>
Úvodní hodina	<i>nezadáno</i>
Co potřebuji k podnikání?	<i>start-up, podnikání, podnikatel, škálovatelnost, crowdfunding</i>
Interview s podnikatelem	<i>zákazník, uživatel, konkurence, diverzifikace</i>
Kde vzít nápad na podnikání	<i>globalizace, e-commerce, networking, elevator pitch</i>
Týmy a projekty	<i>nezadáno</i>
Obchodní model I	<i>monetizace, obchodní model, obchodní plán, canvas, lean-canvas, MVP</i>
Obchodní model II	<i>nezadáno</i>
Validace a průzkum trhu	<i>validace, pivot</i>
Marketing	<i>marketing, marketingový mix, ROI, reklama, PPC, konverze</i>
Finance	<i>kapitál, cash-flow, tržby, výnosy, příjmy, náklady, výdaje, obrat, DPH, aktiva, pasiva, ztráta, zisk, marže, rabat, rozvaha, výsledovka, daň z příjmu</i>
Právo	<i>obchodní podíl, GDPR, VOP, mlčenlivost, SPV, smlouva, DPP, DPČ, společník, jednatel, kmenové listy</i>
Kde na to vezmu a jak „pitchovat“	<i>seed, pre-seed, IPO, due dilligence, business angel, rizikový kapitál</i>
Pitch day	<i>nezadáno</i>

## 5.7 Podrobný průběh kurzu

<b>Téma 1:</b>	<b>Úvodní hodina – seznámení, prolomení ledů, pravidla hry</b> <b>„Proč jsme tady a co budeme dělat“</b>
<b>Časová dotace:</b>	2x45 minut
<b>Zaměření:</b>	Hodina je zaměřena na představení základních parametrů kurzu, způsobu práce v hodinách i v rámci domácí přípravy a požadavků na žáky včetně motivace k aktivní práci. Další část je věnována vzájemnému představení žáků ve skupině („prolomení ledů“) a jejich postojů k podnikání. Současně si žáci pokusí na zvolených případových studiích uvědomit význam slova „podnikání“ a to, že se jedná o nedílnou součást každodenního života.
<b>Cíl:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- předat základní informace ke kurzu, organizaci, lektorům, „pravidlům hry“</li> <li>- motivovat k aktivní práci</li> <li>- seznámit se a „prolomit ledy“</li> <li>- pochopit, že podnikání není imaginární pojem</li> </ul>
<b>Přínos pro žáky:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- informace k průběhu kurzu, organizační pokyny</li> <li>- informace o synergických aktivitách (soutěže, akcelerátory)</li> <li>- motivace k aktivní práci</li> <li>- nové kontakty</li> <li>- prezentační a komunikační dovednosti – říci něco o sobě před publikem</li> <li>- význam podnikání</li> </ul>
<b>Průběh:</b>	<p>V úvodu hodiny se představí zapojené osoby, lektori (případně zapojené organizace), poskytnou se základní informace o celém kurzu, harmonogramu, klíčových termínech, požadavcích na výstupy a způsoby práce (týmová práce, požadavky na domácí přípravu, pracovní listy apod.).</p> <p>Jako motivační prvek pro aktivní práci může sloužit např. možnost zvolit si vlastní podnikatelský nápad, na kterém budou žáci v průběhu celého kurzu pracovat, mají tak jedinečnou příležitost si reálně promyslet a prokonzultovat vlastní podnikatelský záměr a získat tak cenné informace a zpětnou vazbu. Současně je vhodné upozornit na možnosti a synergii s dalšími aktivitami školy a možnostmi v inovačním ekosystému, zejména s podnikatelskými soutěžemi nebo akcelerátory, v rámci kterých je možno na záměrech dále pracovat, rozvíjet je a případně získat nějaká ocenění.</p> <p>Druhá část hodiny je věnována „prolomení ledů“ a vzájemnému představení. Žáci dostanou pár minut na přípravu a následně mají za úkol se postupně představit ve struktuře:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kdo jsem,</li> <li>- co mě baví,</li> <li>- proč jsem tady,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- jakou mám zkušenost s podnikáním (jestli jsem už něco prodal, máme rodinnou firmu, rodiče nebo sourozenec podnikají / podnikali apod.),</li> <li>- zda chci být zaměstnanec nebo mě láká podnikání.</li> </ul> <p>Třetí část hodiny je věnována případovým studiím vybraných začínajících firem. Doporučujeme volit společnosti a podnikatelské záměry, které jsou svým charakterem a realizátory žákům blízké, jsou pro ně uchopitelné (jejich autoři měli podobné startovací podmínky). Může se jednat např. o podnikatelské záměry absolventů dané školy (pokud je to možné, doporučujeme vést si databázi), lze také využít realizované projekty v rámci akceleračních programů, inkubované společnosti v partnerských inkubátorech apod. (aktuální případové studie lze vyžádat u spolupracujícího inkubátoru nebo Technologického inovačního centra s.r.o.).</p> <p>Je také vhodné dát podnikání do souvislosti s tématem, které žáky zajímá. Lze tak zrealizovat krátký workshop na téma „Kdo mě inspiruje a jak vydělává peníze“. Žáci ve dvojicích diskutují, koho sledují např. na sociálních sítích, kdo je ovlivňuje a inspiruje a zda dokážou identifikovat, jakým způsobem tyto lidé vydělávají peníze. Následně proběhne diskuze, kdy žáci svá zjištění prezentují před celou skupinou.</p> <p>V závěru workshopu – zadání domácích úkolů a informace o náplni příští hodiny.</p> <p>TIP:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Nepokládejte v úvodu otázku, „kdo chce podnikat“, zkuste se zeptat, „kdo chce být zaměstnancem“.</li> <li>✓ Rozdejte žákům tvrdé papíry, aby si vyrobili na stůl jmenovky a nosili je s sebou.</li> <li>✓ Položte žákům otázku k zamyšlení – Máte své oblíbence na sociálních sítích, které sledujete? Jak vydělávají peníze? Myslíte si, že je to podnikání?</li> <li>✓ V rámci školy vytvářejte databázi zajímavých podnikatelských příběhů absolventů.</li> <li>✓ Nastavte pravidla mlčenlivosti. Možná, že ve skupině jsou žáci, kteří mají reálný nápad, ale bojí se, že bude „vyzrazen“.</li> <li>✓ Pokud znáte již před zahájením kurzu seznam žáků, můžete udělat rychlý průzkum toho, jak žáci vnímají podnikání, a ukázat žákům profil celé skupiny. Některé otázky lze opětovně položit i po skončení kurzu a zjistit tak možný posun.</li> </ul>
<b>Doporučené úkoly:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Založení portfolia pro pracovní listy – vyplnění úvodní strany.</li> <li>- Dlouhodobý úkol – tvořit zásobník podnikatelských nápadů (PL01, úkol 3).</li> </ul>
<b>Související dokumenty:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pracovní listy – PL01_Úvodní hodina</li> <li>- Prezentace – PA01_Úvod</li> </ul>



<b>Doporučené personální zajištění:</b>	Facilitátor, případně další lektori, kteří se budou účastnit pravidelně.
---	--

<b>Téma 2:</b>	<b>Co potřebuji k podnikání? A co z toho mám na dosah ruky...</b>
<b>Časová dotace:</b>	2x45 minut
<b>Zaměření:</b>	Hodina je zaměřena na společnou identifikaci potřeb při zahájení podnikání. Smyslem je také žákům ukázat, jak lze jednotlivé potřeby řešit (a to i nízkonákladovým způsobem) a vyvrátit tak případné obavy, že vstup do podnikání je vždy (finančně) náročný.
<b>Cíl:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vyvrátit obavy z případných „bariér“ při zahájení podnikání</li> <li>- na konkrétních příkladech ukázat, jak s vybranými potřebami pracovat</li> </ul>
<b>Přínos pro žáky:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- získají představu o tom, co zejména v začátcích podnikání mohou potřebovat, co z toho mají k dispozici a případně jak to získat (výstup společné diskuze)</li> <li>- při zachování respektu k podnikání si uvědomí, že začít pracovat na svém podnikatelském záměru a realizovat první kroky nemusí být nutně finančně náročné a složité</li> </ul>
<b>Průběh:</b>	<p>V úvodu každé hodiny proběhne kontrola domácích úkolů „definice pojmů“ – žáci jsou vyzváni, aby se postupně vyjádřili k zadaným pojmům a svými slovy popsali, jak vybraným pojmům rozumí. Vyučující také vybrané pojmy podle potřeby upřesní, vysvětlí.</p> <p>Následuje společný workshop na téma „Co potřebuji k podnikání“. Cílem workshopu je identifikovat a následně vyvrátit možné obavy žáků, že existuje řada bariér a vstupních požadavků pro zahájení podnikání – hledáme odpověď na otázku, co potřebujeme k podnikání (co je reálná potřeba), co z toho dnes máme k dispozici, resp. co z toho je nějakým způsobem dostupné. Doporučujeme rozdělit žáky do dvojic (nebo větších skupin), dát jim prostor cca 5 minut, aby se nad touto otázkou zamysleli a prodiskutovali ji, a následně zapisovat na tabuli reakce jednotlivých dvojic / skupin.</p> <p>Na základě dosavadních zkušeností lze předjímat odpovědi typu: nápad, peníze, prostory, zkušenosti, investor, marketing, produkt, podnikatelský záměr atd. Poté jsou žáci vyzváni, aby jednotlivým odpovědím přiřadili priority, každý žák má tři body a k vybranému tématu smí přiřadit maximálně jeden bod.</p> <p>Výstupem tak je velmi rychlá analýza toho, co si žáci myslí, že potřebují k podnikání, a také toho, čemu přisuzují největší váhu. V dalších letech je vhodné také ukázat odpovědi předchozích ročníků a pozorovat, jak se v průběhu času mění.</p> <p>Následuje společný rozbor jednotlivých témat podle priorit, jak by k tomu tématu přistoupili žáci (jak by ho řešili) a následný komentář a doporučení facilitátora. Na konkrétních příkladech tak lze ukázat, jak je možné některé potřeby řešit nízkonákladovým způsobem a efektivně. Řada témat bude následně podrobněji řešena v dalších hodinách.</p> <p>V závěru hodiny – zadání domácích úkolů a informace o náplni příští hodiny.</p>

	<p>TIP:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Požádejte nějakého žáka, aby náměty ostatních žáků zapisoval.</li> <li>✓ Při hlasování o prioritách nechejte žáky postupně přijít k tabuli a zapsat své hlasy (alespoň se protáhnou), sledujte, zda je u toho ovlivňují již předchozí priority spolužáků.</li> <li>✓ Sledujte trendy, zda a jak se odpovědi v jednotlivých letech mění, může to být také signál pro úpravu některých témat v další výuce.</li> </ul>
<b>Doporučené úkoly:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dlouhodobý úkol – tvořit zásobník podnikatelských nápadů (PL01, úkol 3).</li> <li>- Na další workshop – připravit si dotazy pro interview s podnikatelem (PL03, úkol 1).</li> </ul>
<b>Související dokumenty:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pracovní listy – PL02_Co potřebuji k podnikání</li> <li>- Prezentace – PA02_Co potřebuji k podnikání</li> </ul>
<b>Doporučené personální zajištění:</b>	Facilitátor, konzultant z praxe (konzultant z podnikatelského inkubátoru, akcelérátoru), tento workshop by postupně mohl převzít kompletně facilitátor.

<b>Téma 3:</b>	<b>Interview s podnikatelem – inspirace</b>
<b>Časová dotace:</b>	2x45 minut
<b>Zaměření:</b>	Do výuky je pozván host (hosté) – podnikatel(ka). Hodina je zaměřena na moderovanou diskuzi, v rámci které se mohou žáci ptát na podnikatelské příběhy, zkušenosti, doporučení a další související (i méně související) témata.
<b>Cíl:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- přiblížit žákům podnikatelské prostředí a roli podnikatele</li> <li>- inspirovat a motivovat žáky, aby přemýšleli nad rolí podnikatele a na konkrétních příkladech zjistili, co tato práce představuje</li> </ul>
<b>Přínos pro žáky:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- seznámí se s konkrétní společností</li> <li>- seznámí se s konkrétními podnikatelskými příběhy a lidmi, kteří za tím stojí</li> <li>- získají kontakty, názory a doporučení ze strany zapojených podnikatelů / podnikatelek</li> <li>- vyzkouší si průzkum trhu, dotazování</li> <li>- získají názory řečníků na podnikání, podnikatelské prostředí, faktory úspěchu / neúspěchu</li> </ul>
<b>Průběh:</b>	<p>V úvodu hodiny proběhne stručné představení řečníků (kdo jsou, co dělají) a následuje moderovaná diskuse se zapojením žáků. Doporučujeme do diskuze zapojit více hostů, kdy jsou s jednotlivými tématy a dotazy postupně konfrontováni všichni řečníci, mnohdy tak vzniká i vzájemná interakce mezi hosty.</p> <p>Při volbě řečníků doporučujeme využít absolventy školy, kteří realizují své podnikatelské záměry, případně další podnikatele z okolí. Je vhodné zapojit podnikatele, kteří jsou žákům věkově nebo tematicky/produktově blízcí, a na těchto příkladech ukázat, že měli velmi podobné startovací podmínky.</p> <p>V rámci diskuse je možné se zaměřit na následující témata (témata je vhodné upravovat i s ohledem na aktuální společenskou a ekonomickou situaci, není nutné projít vše, důležité je také dát prostor žákům):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Co vás baví?</li> <li>- V čem jsi dobrý?</li> <li>- Kdy tě poprvé napadlo, že chceš podnikat?</li> <li>- Kdy jsi poprvé něco prodal?</li> <li>- Proč podnikáš?</li> <li>- Proč jsi chtěl začít?</li> <li>- Co tě motivuje?</li> <li>- Co byl tvůj úplně první nápad a jak to dopadlo?</li> <li>- Jak tě to napadlo?</li> <li>- Bylo složité začít podnikat už na škole (pokud je relevantní)?</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Co rodina, přátelé, je tam podpora? Je to důležité?</li> <li>- Jsi střelec? Tzn. jestli ses do toho „pustil po hlavě“, uviděl příležitost nebo váhal, analyzoval...</li> <li>- Znal jsi dopředu své zákazníky? Víš, kdo to je?</li> <li>- Jak to probíhalo – od myšlenky k prvnímu prodeji...</li> <li>- Kolik máš platících zákazníků dnes?</li> <li>- Zákazníci – B2B vs. B2C?</li> <li>- Máš konkurenci? V čem jsi jiný?</li> <li>- Největší „fuckup“ v podnikání / v životě?</li> <li>- Co si myslíš, že děláš dobře?</li> <li>- Co tě limituje? Co tě aktuálně trápí?</li> <li>- Kde se inspiruješ? Kdo je tvým vzorem?</li> <li>- Hodnota peněz v podnikání – co pro tebe znamenají peníze?</li> <li>- Kde jsi vzal peníze na rozjezd? Kolik tě podnikání stálo?</li> <li>- Co bys dnes udělal jinak?</li> <li>- Jak vypadá tvůj typický den?</li> <li>- Jaké vidíš bariéry ve tvém oboru? Záměru? Nebo obecně v podnikání...</li> <li>- Jaké jsou podle tebe dnešní trendy? Na čem ujíždí současná generace?</li> <li>- Kde se vidíš za tři roky?</li> <li>- Co bys doporučil žákům, kteří o podnikání uvažují?</li> <li>- Akcelerační...dalo ti to něco? (pokud relevantní)</li> <li>- Co si myslíš, že by měla škola dělat pro podporu podnikání svých žáků? Je to podle tebe role školy? Měla by se angažovat?</li> <li>- Podnikání a sociální sítě?</li> <li>- Slovo na závěr!</li> </ul> <p>V závěru hodiny – zadání domácích úkolů a informace o náplni příští hodiny.</p> <p>TIP:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pokud je to z logistických a organizačních důvodů možné, zkuste tuto hodinu realizovat jakou součástí exkurze v partnerském podnikatelském inkubátoru.</li> <li>✓ Pokud je ve třídě přítomen žák, který již má podnikatelské zkušenosti, zkuste jej také zapojit jako řečníka.</li> <li>✓ Pokud je ve škole žák, který reprezentoval školu na nějaké podnikatelské soutěži nebo v akceleračním programu, zkuste jej zapojit jako řečníka.</li> <li>✓ Průběžně si ved'te databázi potenciálních řečníků.</li> </ul>
<p><b>Doporučené úkoly:</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dlouhodobý úkol – tvořit zásobník podnikatelských nápadů (PL01, úkol 3).</li> <li>- Na další workshop – zamyslet se nad sebou (PL04, úkol 1): <ul style="list-style-type: none"> <li>o Co mě baví a jsem v tom dobrý?</li> <li>o Co umím? Získat zpětnou vazbu od 5 lidí z blízkého okolí.</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ O co mě nejčastěji žádají o pomoc?</li> <li>○ Za co můžu dostat zapláceno?</li> <li>○ Co bych nejraději chtěl dělat a co mi v tom brání?</li> <li>○ A co pro to můžu udělat už dnes?</li> </ul> <p>- Na další workshop – zamyslet se nad tím, co dnes potřebuje svět či okolí, jaké jsou trendy ve světě a v podnikání? (PL04, úkol 2)</p>
<b>Související dokumenty:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pracovní listy – PL03_Interview s podnikatelem</li> <li>- Prezentace – PA03_Interview s podnikatelem</li> </ul>
<b>Doporučené personální zajištění:</b>	Facilitátor, konzultant z praxe (podnikatelé, ideálně věkové blízcí žákům, snaha je poukázat na podobné startovací podmínky) – možno zapojit více osob.

<b>Téma 4:</b>	<b>Kde vzít nápad na podnikání</b>
<b>Časová dotace:</b>	2x45 minut
<b>Zaměření:</b>	Celý kurz Podnikatelská akademie je koncipován tak, aby žáci pracovali na svém vlastním podnikatelském záměru. Současně jednou z otázek, které žáci řeší, je, kde vzít nápad na podnikání. Tato hodina volně navazuje na interview s podnikateli, kde již dané téma bylo zmíněno v příbězích podnikatelů. Hodina je zaměřena na možné techniky a způsoby, jak hledat nápady na podnikání, jaké jsou trendy, případně kde a jak hledat podnikatelské příležitosti.
<b>Cíl:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ukázat žákům, jak přemýšlet o podnikatelských nápadech, kde se inspirovat, jak využít své silné stránky a talenty</li> <li>- nasměrovat žáky k identifikaci vlastního nápadu na podnikání</li> </ul>
<b>Přínos pro žáky:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- poznají techniky, jak propojit své silné stránky a talenty s potenciálním podnikatelským záměrem</li> <li>- získají zdroje inspirace, kde hledat nápady na podnikání</li> <li>- získají přehled o aktuálních trendech v podnikání</li> <li>- rozšíří a upřesní si své portfolio nápadů na podnikání</li> <li>- v rámci domácí přípravy – sebereflexe, možnost sebepoznání, potvrzení nebo objevení své týmové role</li> </ul>
<b>Průběh:</b>	<p>Hodina volně navazuje na workshop „Co potřebuji k podnikání“ (téma 2), v rámci kterého je jednou z diskutovaných oblastí právě nápad na podnikání, a kde ho vzít. Hodina navazuje také na část interview s podnikatelem. S pomocí žáků je vhodné sestavit seznam potenciálních možností, kde hledat nápad na podnikání, a následně vybrané možnosti postupně rozebrat.</p> <p>Jednou z možností je postavit podnikání na tom, co mě baví, v čem jsem dobrý. První část hodiny je proto věnována možným technikám, jak na základě vlastních zájmů a silných stránek hledat potenciální podnikatelské nápady. Žákům jsou tyto techniky představeny na případové studii s tím, že v rámci domácí přípravy mohou pokračovat a identifikovat tak případné nápady na podnikání. Jako vhodné techniky je možno použít techniku osobnostního a motivačního canvasu nebo techniku IKIGAI.</p> <p>V další části hodiny jsou diskutovány další možnosti – např. co chybí, co je špatně, co lze dělat lépe, co funguje jinde, jaké problémy řeší např. škola, municipalita, firma, jaké jsou současné trendy, technologie, příležitosti, jak se mění svět a lidé. V rámci diskuze je vhodné pokládat otázky (navazuje se na domácí přípravu):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Co vás baví, v čem jste dobří?</li> <li>- Co svět potřebuje?</li> <li>- Co se aktuálně děje a jak je možné na to reagovat?</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jaké jsou trendy ve světě obecně a v podnikání?</li> </ul> <p>V závěru hodiny – zadání domácích úkolů a informace o tématu příští hodiny. Vzhledem k tomu, že jedním z úkolů na příští hodinu bude test týmových rolí, doporučuje se věnovat více času zadání.</p> <p>TIP:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pokud jste odborně zaměřená škola, zkuste diskusi zaměřit také na budoucnost a trendy v oboru, který žáci studují.</li> <li>✓ Zkuste ověřit propojení sebepoznávacích aktivit s aktivitami v rámci kariérového poradenství na škole, nabídněte žákům možnost konzultace silných stránek a talentů s kariérovým poradcem.</li> <li>✓ Zkuste pracovat také s dalšími diagnostickými nástroji a testy.</li> </ul>
<b>Doporučené úkoly:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dlouhodobý úkol – tvořit zásobník podnikatelských nápadů (PL01, úkol 3).</li> <li>- Na další workshop – vypracujte zadané osobností testy (např. Belbínův test týmových rolí).</li> <li>- Na další workshop – na základě zjištěných poznatků z workshopu a výsledků testu týmových rolí si připravte osobní „pitch“, zaměřte se zejména na: (PL05, úkol 1) <ul style="list-style-type: none"> <li>o Kdo jsem – co mě baví, co umím, jaké jsou moje silné stránky, potvrzené okolím, jaké jsou mé vlastnosti?</li> <li>o Jaká je má ideální role v týmu? Co mi vyšlo v testech týmových rolí?</li> <li>o Co mohu nabídnout v týmu?</li> <li>o Jaké vlastnosti/dovednosti do týmu potřebuji? Koho?</li> <li>o Mám nápad na podnikání? Pokud ano, ve dvou větách definovat, co bych chtěl(a) zkusit rozpracovat...</li> </ul> </li> </ul>
<b>Související dokumenty:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pracovní listy – PL04_Kde vzít nápad</li> <li>- Prezentace – PA04_Kde vzít nápad</li> </ul>
<b>Doporučené personální zajištění:</b>	<p>Facilitátor, lektor / konzultant z praxe (konzultant z podnikatelského inkubátoru / akceleratoru), s ohledem na sebepoznávací aktivity a zadání souvisejících úkolů je možné zapojit také kariérového / výchovného poradce školy, tento workshop by postupně mohl převzít kompletně facilitátor.</p>



<b>Téma 5:</b>	<b>Týmy a projekty</b>
<b>Časová dotace:</b>	2x45 minut
<b>Zaměření:</b>	Hodina je zaměřena na vytvoření týmů, určení rolí a vydefinování portfolia podnikatelských nápadů.
<b>Cíl:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vytvoření týmů</li> <li>- sestavení portfolia podnikatelských nápadů a jejich prioritizace</li> <li>- posílení kompetencí a znalostí týmu jako celku</li> </ul>
<b>Přínos pro žáky:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sebereflexe, možnost sebepoznání, potvrzení nebo objevení své týmové role</li> <li>- detailnější poznání ostatních žáků</li> <li>- navázání nových spoluprací a vazeb</li> <li>- diskuze nad vlastním nápadem s ostatními členy týmu</li> <li>- získání první zpětné vazby od ostatních členů týmu</li> <li>- definování nových nápadů, vznik zásobníku nápadů</li> <li>- otestování si vyjednávacích schopností a motivace</li> </ul>
<b>Průběh:</b>	<p>Způsoby sestavení týmů, složení, počet členů apod. doporučujeme ponechat na zvyklostech dané školy, resp. na zkušenostech vyučujícího a podmínkách konkrétního kurzu. Na zvážení je několik variant, jak k tomuto tématu přistoupit:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- o složení týmu rozhodne vyučující s ohledem na osobní zkušenosti a znalost žáků,</li> <li>- složení týmu bude ponecháno výhradně na žácích – např. podle toho, jak se znají a kamarádi,</li> <li>- složení týmu bude realizováno na základě výsledků testů týmových rolí (např. inovátor, koordinátor, analytik, realizátor),</li> <li>- složení týmu bude realizováno na základě podobnosti uvažovaných podnikatelských nápadů u žáků, kteří již mají představu (případně inklinují k nějakému tématu).</li> </ul> <p>Každá z těchto variant má své přínosy a omezení, proto doporučujeme kombinaci uvedeného, významnou roli budou hrát také výsledky testů týmových rolí (např. počty jednotlivých rolí apod.). Proces tvorby týmu by v ideálním případě měl souviset s osobnostními předpoklady, zkušenostmi žáků, znalostmi a kompetencemi.</p> <p>V první části hodiny žáci postupně vystoupí a odprezentují svůj osobní „pitch“, ostatní žáci pozorně poslouchají. Po skončení prezentací proběhne rozdělení do týmů (lze využít např. určení leaderů, kteří si k sobě volí další členy podle svých preferencí a prezentací, případně lze využít „vlastníky“ nápadu, kteří si doplní tým, případně ponechat tvorbu týmu volněji s asistencí vyučujících). Týmy doporučujeme max. čtyřčlenné. V případě, že by bylo např. z důvodu rozpracování konkrétního reálného záměru vhodné, aby někteří žáci pracovali individuálně na svém vlastním záměru, doporučujeme v takovém případě vytvořit dvojici, kdy</p>

si žáci budou své projekty konzultovat a oponovat navzájem a budou recipročně spolupracovat při jednotlivých úkolech.

Poté, co jsou sestaveny projektové týmy, dostanou žáci za úkol definovat portfolio potenciálních podnikatelských nápadů pro další rozpracování. Jednotlivé týmy mají za úkol (s ohledem na počet členů) sestavit seznam minimálního počtu podnikatelských nápadů, na těchto se vzájemně shodnout a určit si priority – vybrat jeden konkrétní záměr, na kterém budou dále pracovat. Při sestavení portfolia nápadů vycházejí z dlouhodobého úkolu a informací z předchozích hodin. Může se jednat jak o vlastní projekty jednotlivých členů týmu, se kterými do kurzu vstupovali, tak o nové společné nápady, které vznikly v průběhu diskuze, případně návazně na předchozí hodiny. Současně si každý tým zvolí svého leadera a mluvčího a určí si role jednotlivých členů.

V případě, že si konkrétní člen týmu prosadí svůj vlastní záměr a ostatní členové týmu se budou podílet na jeho rozpracování, je vhodné upozornit jednotlivé týmy na to, aby si nastavily interní pravidla a motivaci, proč by měli ostatní členové pracovat na tomto konkrétním projektu, např. formou příslibu spolupráce v budoucnu, případně formou spolupráce v obdobném rozsahu na záměrech ostatních členů týmu, která však bude z časových důvodů probíhat mimo samotný kurz. To už je ponecháno na vyjednávacích schopnostech jednotlivých členů týmu.

Vzhledem k tomu, že jedním z cílů kurzu je ověřit podnikatelský nápad, je potřeba minimalizovat rozpracování tzv. „zástupných projektů“, tj. takových podnikatelských nápadů, které jsou již od počátku v daných podmínkách nerealizovatelné. Přestože lze očekávat, že většina podnikatelských záměrů bude fiktivního charakteru a nebude ambicí týmu je následně uskutečnit, měla by se již při výběru prioritního záměru zohlednit schopnost týmu podnikat další kroky v kontextu zvoleného projektu.

Příkladem mohou být např.:

- vysoce nákladné projekty investičního charakteru – chybí reálné podklady, forma vítězí nad obsahem, již od počátku je jasné, že není v možnostech týmu zajistit vstupní informace apod.,
- projekty z oblasti gastronomie – zejména v případě, kdy žádný z žáků nemá zkušenosti s gastronomickým provozem,
- projekty marginálního rozsahu – tj. takové projekty, které jsou vysoce sezónní, mají zásadním způsobem omezený trh a velikost cílové skupiny a je od počátku zřejmé, že z ekonomického hlediska nebude schopen „uživit“ alespoň jednoho člena týmu (např. organizace jednorázových aktivit apod.),
- projekty s významnou legislativní bariérou apod.

	<p>Lektor průběžně provádí náslech během diskuze v týmech a konzultuje jednotlivé nápady. Je vhodné také ze zkušeností poukázat na vybrané aspekty a kritická místa u jednotlivých typů projektů.</p> <p>V závěru hodiny – zadání domácích úkolů a informace o tématu příští hodiny. Další hodina bude zaměřena na obchodní model. Na případové studii bude probíhat rozbor obchodního modelu konkrétní společnosti. Doporučujeme volit takové společnosti, které žáci znají, resp. mohou k nim mít nějaký vztah (např. využívají jejich služby, jsou všeobecně známé apod.), případně se s nimi seznámí v rámci domácí přípravy.</p> <p>TIP:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Připravte si barevná „lepítka“ podle týmových rolí a rozdávejte po prezentaci, žákům to usnadní tvorbu týmu.</li> <li>✓ V odůvodněných případech udělte výjimku – např. tým kamarádů, kteří mají společný nápad, už o něm delší dobu hovoří a chtějí na něm pracovat, případně se hlásí do nějakých soutěží apod.</li> <li>✓ V případě, že si konkrétní člen týmu prosadí svůj vlastní záměr a ostatní členové týmu se budou podílet na jeho rozpracování, je vhodné upozornit jednotlivé členy na to, aby si nastavili interní pravidla a motivaci, proč by měli ostatní členové pracovat na tomto konkrétním projektu. To už je ponecháno na vyjednávacích schopnostech jednotlivých členů týmu.</li> </ul>
<b>Doporučené úkoly:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Na další workshop – dokončení úkolu z hodiny – vytvoření týmů, role členů, seznam projektů (PL05, úkol 2).</li> <li>- Na další workshop – seznámit se se společnostmi, která bude v následující hodině probírána na případové studii (např. prostudovat web, vyzkoušet free verzi produktu...)</li> </ul>
<b>Související dokumenty:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pracovní listy – PL05_Týmy a projekty</li> <li>- Prezentace – PA05_Týmy a projekty</li> </ul>
<b>Doporučené personální zajištění:</b>	<p>Facilitátor, lektor / konzultant z praxe (konzultant z podnikatelského inkubátoru / akceleratoru případně podnikatel – cílem je poskytnout rozvojovou zpětnou vazbu k uvažovaným podnikatelským nápadům, tento workshop by postupně mohl převzít kompletně facilitátor.</p>

<b>Téma 6:</b>	<b>Obchodní model I – vysvětlení techniky a společná případová studie</b>
<b>Časová dotace:</b>	2x45 minut
<b>Zaměření:</b>	Následující hodiny jsou zaměřeny na první kroky při budování start-upu, tj na zpracování obchodního modelu (tzv. „Lean Canvas“) a jeho následné ověření trhem (tzv. validace). Tato hodina je zaměřena na metodické vysvětlení tohoto postupu a následně samotného obchodního modelu Lean Canvas a to formou společné případové studie.
<b>Cíl:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- přiblížit žákům moderní přístupy při rozpracování podnikatelského nápadu</li> <li>- pochopení významu a potřeby orientovat se na problémy zákazníků</li> <li>- vysvětlit metodický postup práce s plátnem Lean Canvas</li> <li>- vyzkoušet práci v sestaveném týmu</li> <li>- zažít si první kroky budování start-upu</li> </ul>
<b>Přínos pro žáky:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- naučí se doporučené postupy při rozpracování podnikatelského nápadu</li> <li>- pochopí rozdíl mezi podnikatelským plánem a obchodním modelem</li> <li>- seznámí se se start-upovou terminologií</li> <li>- naučí se pracovat s metodou Lean Canvas</li> <li>- pochopí význam a vzájemnou vazbu segmentů modelu Lean Canvas, zejména „zákazník – problém – řešení“ při zpracování návrhu obchodního modelu</li> </ul>
<b>Průběh:</b>	<p>V úvodní části hodiny je společně s žáky provedena definice klíčových pojmů (žáci měli za úkol si tyto pojmy v rámci domácí přípravy dohledat a nastudovat). Jedná se zejména o připomenutí pojmu „start-up“ a jeho charakteristiky, následně se vysvětlí pojmy obchodní model, Business Model Canvas, Lean Canvas, validace, monetizace, Minimum Viable Product.</p> <p>Následuje představení konceptu Lean Start-up (tj. efektivní postup práce, kdy jsou jednotlivé kroky neustále ověřovány, obchodní model – formulace hypotéz – validace – pivot – Minimum Viable Product).</p> <p>Navazuje společná případová studie – práce s plátnem Lean Canvas a zpracování obchodního modelu konkrétní společnosti, vyučující postupně prochází jednotlivé segmenty plátna, vysvětluje jejich obsah, provázanost, jak k nim přistupovat – nejprve po metodické stránce. Žáci pracují v sestavených týmech a po metodickém výkladu příslušné části plátna Lean Canvas mají prostor v rámci týmu navrhnout řešení. Vyučující provádí následně práci v týmu a následně dotazuje jednotlivé týmy, jak by danou oblast navrhovaly. Postupně propisuje návrhy žáků do jednotlivých políček a komentuje.</p> <p>Po dokončení případové studie provede vyučující celkové shrnutí výsledků společné práce s případnými komentáři a zpětnou vazbou.</p> <p>V závěru hodiny – zadání domácích úkolů a informace o náplni příští hodiny.</p>

	<p>TIP:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pro případovou studii doporučujeme zvolit společnost, kterou žáci znají a mají k ní vztah (Spotify, Netflix...).</li> <li>✓ Připravte předem místnost tak, aby žáci měli možnost pracovat nerušeně v týmu.</li> <li>✓ Připravte si pracovní pomůcky – plátna Lean Canvas v tištěné podobě (ideálně ve větším formátu A1/A0), lepící papírky, fixy, umožněte žákům přilepit plátno na zeď a pracovat.</li> <li>✓ Pro společnou případovou studii doporučujeme pracovat s editovatelnou verzí Lean Canvas v počítači a vyplňovat podle návrhu žáků tak, aby průběžný výstup viděli na plátně.</li> <li>✓ Myslete na to, že cílem není zpracovat dokonalý a přesný obchodní model. Cílem je, aby si žáci tuto metodu zažili a pochopili ji. Společný výstup je jen hypotéza celé třídy, jak by obchodní model mohl vypadat.</li> </ul>
<b>Doporučené úkoly:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Navazuje na úkol z předchozího workshopu – každý tým zašle vyučujícímu s předstihem složení týmu, role v týmu, seznam nápadů včetně prioritizace (PL05, úkol 2).</li> </ul>
<b>Související dokumenty:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pracovní listy – PL06_Obchodní model I – společná případová studie</li> <li>- Prezentace – PA06_Obchodní model I</li> </ul>
<b>Doporučené personální zajištění:</b>	Facilitátor, lektor / konzultant z praxe (konzultant z podnikatelského inkubátoru / akcelérátoru nebo podnikatel – startupista, který tyto přístupy aktivně využívá a může ukázat vlastní případové studie), tento workshop by postupně mohl převzít kompletně facilitátor.

<b>Téma 7:</b>	<b>Obchodní model II – práce na vlastním obchodním modelu</b>
<b>Časová dotace:</b>	2x45 minut
<b>Zaměření:</b>	V rámci této hodiny volně navazujeme na hodinu „Obchodní model I“, ve které se žáci naučili techniku tvorby obchodního modelu s využitím plátna Lean Canvas. Jednotlivé týmy mají za úkol zpracovat první verzi obchodního modelu pro svůj zvolený podnikatelský nápad.
<b>Cíl:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aplikovat techniku zpracování obchodního modelu na vlastní podnikatelský nápad</li> <li>- kreativní práce v týmu</li> <li>- zpracování první verze obchodního modelu</li> <li>- potvrzení zvoleného nápadu</li> <li>- definovat další úkoly ve vazbě na zvolený nápad</li> <li>- zažít si první kroky budování start-upu</li> </ul>
<b>Přínos pro žáky:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aplikují teoretické poznatky v praxi</li> <li>- zpracují si první návrh obchodního modelu pro vlastní podnikatelský nápad (nápady)</li> <li>- získají zpětnou vazbu</li> <li>- definují si klíčové hypotézy</li> </ul>
<b>Průběh:</b>	<p>V úvodu hodiny je vhodné stručně zrekapitulovat základní souvislosti tvorby obchodního modelu Lean Canvas. Zbylou část hodiny pracují žáci v týmech. Jednotlivé týmy mají za úkol postupně vyplnit požadavky a shodnout se na návrhu první verze obchodního modelu Lean Canvas, zaměří se na zodpovězení následujících otázek:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kdo jsou zákazníci, kdo jsou uživatelé, s kým můžeme začít nejdříve – první vlašťovky?</li> <li>- Jaké jsou klíčové problémy (potřeby) těchto zákazníků a jak je řeší dnes?</li> <li>- Čím upoutáme pozornost zákazníků, jaká je hodnota pro zákazníky? Umíme tuto hodnotu popsat pomocí již existujících řešení?</li> <li>- Jaké vlastnosti má náš plánovaný produkt / řešení, dokáže vyřešit definované problémy zákazníků?</li> <li>- Jak se dostanu k zákazníkům, jakým způsobem doručím hodnotu, jak se o mně zákazníci dozvědí?</li> <li>- Jakým způsobem dostanu za tuto hodnotu zapláceno, jaké jsou možnosti monetizace?</li> <li>- Za co budeme platit a kolik, jaká je struktura nákladů?</li> <li>- Jaké si zvolíme indikátory úspěchu, jak ho budeme měřit? Co je pro nás důležité?</li> <li>- Jakou máme konkurenční výhodu, máme ji? A pokud ne, jaká by v budoucnu měla být?</li> </ul> <p>Klíčová je také role vyučujícího, který průběžně obchází jednotlivá „pracoviště“, pozoruje práci a zapojování se členů týmů, provádí metodický výklad a upřesnění v případě potřeby a konzultuje. V případě, že jednotlivé týmy nestihnou dopracovat obchodní model v určeném</p>

	<p>čase, je potřeba dokončit jej během domácí přípravy. Pokud by se ukázalo, že některé týmy nejsou s ohledem na zvolený podnikatelský nápad schopny obchodní model dopracovat nebo jim nedává smysl, mohou zvolit další nápad ze zásobníku. Smyslem Lean Canvas je, mimo jiné, právě rychlým a jednoduchým způsobem eliminovat nápady, které nedávají v kontextu modelu zcela smysl a není tak efektivní se těmito nápady dále zabývat.</p> <p>Během konzultací je také s každým týmem projednáno, jakým způsobem zpracuje první verzi produktu/služby, za účelem vizualizace a představení (pracovně nazýváme třeba „školní MVP“).</p> <p>TIP:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Připravte předem místnost tak, aby žáci měli možnost pracovat nerušeně v týmu.</li> <li>✓ Připravte si pracovní pomůcky – plátna Lean Canvas v tištěné podobě (ideálně ve větším formátu A1/A0), lepicí papírky, fixy, umožněte žákům přilepit plátno na zeď a pracovat.</li> </ul>
<b>Doporučené úkoly:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Na další workshop – dopracovat obchodní model (PL07, úkol 1 + úkol 2)</li> <li>- Dlouhodobý úkol – po dohodě s vyučujícím připravit vizualizaci produktu tzv. „školní MVP“ (PL07, úkol 3)</li> </ul>
<b>Související dokumenty:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pracovní listy – PL07_Obchodní model II – vlastní záměry</li> <li>- Prezentace – PA07_Obchodní model II</li> </ul>
<b>Doporučené personální zajištění:</b>	Facilitátor, lektor / konzultant z praxe (konzultant z podnikatelského inkubátoru / akcelérátoru nebo podnikatel – startupista, který tyto přístupy aktivně využívá), tento workshop by postupně mohl převzít kompletně facilitátor.

<b>Téma 8:</b>	<b>Validace a průzkum trhu</b>
<b>Časová dotace:</b>	2x45 minut
<b>Zaměření:</b>	Žáci mají z předchozí hodiny (nebo v rámci domácí přípravy) zpracovánu první verzi obchodního modelu. Jedná se však o jejich vlastní pohled a názory, o první hypotézy, jak by mohl obchodní model fungovat. Při budování start-upu je klíčová neustálá interakce s trhem. Formulované hypotézy je třeba ověřit na reálných zákaznících. Hodina je zaměřena právě na klíčové aspekty procesu validace obchodního modelu, žáci si navrhnou a vyzkouší vlastní experiment nejprve v rámci studijní skupiny, následně mají za úkol provést validaci u reálných zákazníků v rámci domácí přípravy.
<b>Cíl:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aplikovat techniku validace obchodního modelu na vlastní podnikatelský nápad</li> <li>- kreativní práce v týmu</li> <li>- pochopit význam rozhovoru se zákazníky a jak se správně zeptat</li> <li>- v rámci domácí přípravy získat reálná data od reálných zákazníků</li> <li>- zažít si první kroky budování start-upu</li> </ul>
<b>Přínos pro žáky:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aplikují teoretické poznatky v praxi</li> <li>- na praktickém cvičení si ověří vybrané hypotézy</li> <li>- zažijí práci v terénu s reálnými zákazníky</li> <li>- zažijí realizaci průzkumu trhu</li> <li>- získají zpětnou vazbu</li> <li>- pochopí význam tzv. „pivotování“ při zpracování obchodního modelu (neustálá úprava obchodního modelu ve vazbě na informace z trhu)</li> </ul>
<b>Průběh:</b>	<p>V úvodní části probíhá diskuze nad možnými způsoby validace podnikatelských nápadů. Může se jednat např. o validaci formou realizace (v případě relativně jednoduchých nápadů s minimálními počátečními náklady), formou příležitostného prodeje (nebo přeprdeje produktů s obdobnými parametry, aby se ověřila poptávka), formou prodeje imaginárního produktu (např. formou dotažení do stádia „objednat“), marketingovými průzkumy, rozhovory se zákazníky apod.</p> <p>Dále je představen koncept validace obchodního modelu, tj. určení klíčových hypotéz, výběr nejriskantnějších předpokladů, určení dat, která potřebujeme pro podporu našich tvrzení, způsoby experimentu (exploration, pitch, concierge), definování hranice, kdy lze považovat předpoklad za potvrzený (minimální kritéria úspěchu) a následný proces „pivotování“. Současně je na případové studii nastíněn způsob vedení rozhovoru se zákazníky (o problému a o řešení).</p> <p>Následuje praktické cvičení, kdy si jednotlivé týmy definují, v návaznosti na již zpracované první návrhy obchodních modelů, klíčové a nejrizikovější předpoklady, navrhnou formu experimentu (např. formou interview, dotazy, kritéria úspěšnosti) a s využitím ostatních žáků v kurzu provedou experiment (každý se ptá každého v rámci časových možností). Vzhledem</p>



	<p>k tomu, že se jedná o testování v podmínkách výuky a ne vždy budou žáci představovat reálnou cílovou skupinu, je potřeba přistoupit k tomuto úkolu formou hraní rolí. V úvodu rozhovoru je tak potřeba nastítnit ze strany tazatele pozadí situace a sdělit, do jaké role se mají ostatní dotazovaní žáci vžít. Opět je zde klíčová role lektora, který průběžně sleduje práci jednotlivých týmů, pomáhá s nastavením experimentů a aktivně se zapojuje při dotazování.</p> <p>V závěru hodiny je ponechán týmům čas na rychlé vyhodnocení, zda je průzkum vhodně nastaven nebo je potřeba provést úpravy (např. přeformulovat některé otázky, upravit scénář apod.).</p> <p>V rámci domácí přípravy mají jednotlivé týmy za úkol provést validaci na reálných zákaznicích a na základě výsledků provést případné úpravy obchodního modelu. Výsledky validace budou předmětem závěrečné prezentace.</p> <p>TIP:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Zapojte se do také do testovacích rozhovorů a dejte žákům zpětnou vazbu, zda konkrétní otázkou opravdu zjistí, co potřebují, nebo je tato zavádějící.</li> </ul>
<b>Doporučené úkoly:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dlouhodobý úkol – zrealizovat validaci u reálných zákazníků (PL08, úkol 1).</li> <li>- Dlouhodobý úkol – po dohodě s vyučujícím připravit vizualizaci produktu tzv. „školní MVP“ (PL07, úkol 3).</li> </ul>
<b>Související dokumenty:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pracovní listy – PL08_Validace a průzkum trhu</li> <li>- Prezentace – PA08_Validace a průzkum trhu</li> </ul>
<b>Doporučené personální zajištění:</b>	<p>Facilitátor, lektor / konzultant z praxe (konzultant z podnikatelského inkubátoru / akceleratoru nebo odborník na marketing a průzkumy trhu nebo podnikatel – start-upista, který tyto přístupy aktivně využívá), tento workshop by postupně mohl převzít kompletně facilitátor.</p>

<b>Téma 9:</b>	<b>Marketing – úvod, vliv marketingu na podnikání, konkrétní příklady</b>
<b>Časová dotace:</b>	2x45 minut
<b>Zaměření:</b>	Hodina je zaměřena na představení jak základních oblastí marketingu, tak celkového významu oboru, který má zásadní vliv na způsob uvažování při prvních krocích v podnikání. Je vedena způsobem, při kterém si žáci uvědomí, že pro ně není marketing něčím cizím, ale že jej v podstatě celý život používají. Toto uvědomění je klíčové pro pochopení samotného principu marketingu, a především pro jeho použití v praxi. Další část je věnována konkrétním příkladům sestavení marketingového plánu a praktickým případům propojení marketingu a obchodu. Poslední část je zaměřena na představení konkrétních projektů, kdy na základě předchozích znalostí bude pro žáky velmi dobře vstřebatelné, jak marketing ovlivňoval celý průběh podnikání.
<b>Cíl:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ukázat žákům co je to marketing praktickou, zábavnou formou</li> <li>- motivovat je k zamyšlení, že marketingové principy znají, jen je třeba je přenést do podnikání</li> <li>- vyvrátit některé mýty o marketingu</li> <li>- popsat to nejdůležitější, co potřebují znát</li> <li>- konkrétní a praktické ukázky</li> </ul>
<b>Přínos pro žáky:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- informace o marketingu a jeho vlivu na podnikání</li> <li>- praktické ukázky ze světa marketingu a obchodu</li> <li>- co je potřeba znát pro rozjezd podnikání</li> <li>- jak si připravit marketingový plán</li> <li>- jak si definovat své cílové skupiny</li> <li>- jak použít marketing chytře, když na počátku podnikání není dostatek finančních prostředků na propagaci</li> </ul>
<b>Průběh:</b>	<p>První část je věnována obecnějšímu pohledu na to, co je marketing, prezentace širě celého oboru a obrovského množství nástrojů, aplikací, skupin a kategorií, které zapadají pod jedno slovo – marketing. Cílem není žáky odradit komplikovaností tématu, ale naopak, motivovat je k tomu, aby dávali pozor, protože přednáška bude přesným opakem akademického popisu nástrojů a frází ze skript. Český překlad slova <i>marketing</i> není <i>propagace</i>! Tento častý omyl vede k velmi omezenému pohledu na to, jak s marketingem pracovat a jak jej používat pro své podnikání. Marketing je ucelený pohled na konkrétní podnikatelský záměr a tím hlavním, co jej definuje, je samotný produkt/služba. Marketing používá každý z nás ve svém běžném životě velmi často, jen si to neuvědomujeme, a pokud takový případ žákům nabídneme, velmi dobře si tento způsob uvažování osvojí. Emoce, psychologie a kreativita – spojení těchto tří pojmů je klíčové pro způsob uvažování v situaci, kdy jako začínající podnikatel nemám dostatek prostředků a hledám způsoby, jak prorazit se svým produktem/službou.</p> <p>Druhá část hodiny je věnována jednoduchému a pochopitelnému způsobu, jak sestavit marketingový plán. Jelikož i toto téma je velmi složité a komplexní, je potřeba k němu</p>

	<p>přistoupit velmi prakticky a názorně, abychom žáky zaujali. Součástí druhého bloku je také teze, že “nejsem svůj vlastní zákazník”. Zde si na základě tvrdých dat ukážeme, že naše sociální bublina nám může nabízet řešení, která nejsou relevantní, a naopak se zde pobavíme o “selském rozumu”, který je pro kreativní přemýšlení klíčový.</p> <p>Třetí část je pak prezentací konkrétního příkladu, jak pomocí kreativity a textace (copywritingu) dokážeme ovlivnit myšlení nás všech. Je to praktická ukázka dříve zmíněného propojení emocí, psychologie a kreativity. Součástí je případový projekt založený na tomto principu, aby si posluchači udělali jasnou představu a vše dříve zmíněné jim do sebe zapadlo, a ověřili si, že to tak opravdu funguje. Řekneme si také, co je z pohledu marketingu důležité na začátku každého podnikání mít – název, ideálně takový, který má volnou doménu, logo, web, strategii, cílové skupiny, prezentaci svého produktu atp.</p> <p>TIP:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Můžete navázat na úkol Můj osobní pitch (PL05, úkol 1) a zahrát si hru na „benefity“ – řekněte dvě své silné stránky a udělejte z nich svou konkurenční výhodu (začíná pedagog).</li> <li>✓ Položte žákům otázku: <i>Pokud byste měli všechny peníze světa, co byste s nimi jako podnikatel dělali? A sledujte, jestli někoho napadne odpověď: Většinu bych rozdál. Bez peněz by nebylo zákazníků, kterým bych prodával své produkty.</i></li> </ul>
<p><b>Doporučené úkoly:</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Přemýšlet nad větou:</li> <li>- „K úspěšnému podnikání vám stačí jen dvě věci... něco umět a hodně pracovat :)“.</li> <li>- Dlouhodobý úkol – marketing a komunikace, sestavení marketingového plánu (PL09, úkol 1).</li> <li>- Dlouhodobý úkol – kreativa a copywriting (PL09, úkol 2) – jedná se o náročnější úkol, doporučujeme dohodnout individuálně s každým týmem minimální rozsah zpracování.</li> </ul>
<p><b>Související dokumenty:</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pracovní listy – PL09_Marketing</li> <li>- Prezentace – PA09_Marketing</li> </ul>
<p><b>Doporučené personální zajištění:</b></p>	<p>Facilitátor, lektor / konzultant z praxe (marketér z firemního sektoru, podnikatel poskytující služby marketingových a digitálních agentur).</p>

<b>Téma 10:</b>	<b>Finance – seznámení s problematikou financí v podnikání</b>
<b>Časová dotace:</b>	2x45 minut
<b>Zaměření:</b>	Workshop je zaměřen na představení základů řízení financí při plánování, zakládání a rozjezdu start-upového podnikání. Žáci se seznámí se základními otázkami spojenými s financemi, finančním plánováním a finančním řízením. Důraz je kladen na tvorbu finančního plánu a zakladatelského rozpočtu. Žáci jsou seznámeni s problematikou příjmů a výdajů, nákladů a výnosů, jakož i se základy cenotvorby – hlavním faktorem ovlivňujícím tržby. Pozornost je věnována také základním otázkám daní v podnikání, jakož i sociálnímu a zdravotnímu pojištění v případě OSVČ.
<b>Cíl:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- seznámit žáky se základními pojmy z oblastí financí</li> <li>- naučit žáky přemýšlet o produktu a jeho ceně</li> <li>- přestavit problematiku finančního plánování</li> <li>- představit základní podobu nastavení finančního plánu a na ukázkách vysvětlit jednoduché postupy nastavení čísel pro získání základní představy o finanční náročnosti vybraného podnikání</li> <li>- seznámit se základními aspekty podnikání jako OSVČ (sociální a zdravotní pojištění, platba daní)</li> <li>- prodiskutovat možné finanční přístupy a problémy jednotlivých dílčích záměrů</li> </ul>
<b>Přínos pro žáky:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- získání základní představy o financích v podnikání v obecné rovině</li> <li>- konkretizace dílčích částí finančního plánu (zakladatelského rozpočtu)</li> <li>- pochopení rozdílu mezi výsledkem hospodaření a cash-flow</li> <li>- konzultace vlastního podnikatelského záměru</li> <li>- motivace k hledání nových způsobů financování projektů</li> <li>- odbourání možných myšlenkových bariér a obav v uvažování o financování podnikání</li> </ul>
<b>Průběh:</b>	<p>Hodina je postavena na třech hlavních pilířích. V úvodu jsou představeny klíčové pojmy a základní otázky z problematiky financí podniku, jejich plánování, získávání řízení. Pozornost je věnována především produktu a jeho ocenění. Důležitým pojmem zde je tedy cenotvorba a tzv. monetizace.</p> <p>Stěžejní část je věnována představení problematiky příjmů a výdajů při plánování start-upu, což je demonstrováno na praktických ukázkách a vzorových tabulkách. Žáci tak mají možnost formovat si základní představu o podobě finančního plánu svého projektu. Žáci se zde seznámí s významem a tvorbou cash-flow. Další částí je práce s náklady a výnosy, kdy jsou představeny hlavní položky nákladů, na které se žáci mají zaměřit, neboť se objevují obecně v životě téměř každé běžné firmy. V této souvislosti je také stručně vysvětlena problematika plátcovství DPH, které může být v mnoha ohledech významnou oblastí v životě firmy. Problematika je názorně vysvětlována na ukázkových příkladech a tabulkách, jsou upřesněny požadavky na výstup v rámci školních záměrů.</p>

	<p>Třetí část hodiny je zaměřena na diskuzi k jednotlivým podnikatelským záměrům, jsou konzultovány jednotlivé záměry. Cílem této části hodiny je aktivizovat žáky k tomu, aby sami kriticky přemýšleli o svých finančních potřebách, aby zvážili finanční únosnost svého projektu a zda náročnost zamýšleného projektu nepřesahuje jejich reálné finanční možnosti.</p> <p>V závěru hodiny je žákům upřesněno zadání směřující ke konkrétnímu vyčíslení jejich finančních potřeb a sestavení základní podoby finančního plánu tak, aby získali obrysy finanční náročnosti zvoleného záměru a podklady pro závěrečnou prezentaci.</p> <p>TIP:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Připravte si pro potřeby výuky vzorový excel obsahující klíčové položky, žáci si jej budou podle potřeby dále upravovat. Případně hledejte synergie s výukou IT předmětů a IT gramotností. Učte žáky pracovat v excelu!</li> <li>✓ V tématu cash-flow můžete navázat na osobní život žáků a propojit jej s finanční gramotností. Na začátku měsíce dostanu kapesné. Budu mít na konci měsíce na pivo? Jak řídím osobní rozpočty a finance?</li> </ul>
<p><b>Doporučené úkoly:</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dlouhodobý úkol – Připravit si základní finanční propočty (PL10, úkol 1): <ul style="list-style-type: none"> <li>o Jaké jsou finanční potřeby – majetek, stroje, vybavení, výrobní prostředky, vývoj, zásoby atd., co a kolik?</li> <li>o Z čeho budou tyto výdaje kryty?</li> <li>o Jaké jsou provozní náklady, druhy nákladů, odhad, co a kolik?</li> <li>o Za kolik se bude prodávat? Navrhnout smysluplnou a nákladově podloženou cenu produktu/služby. Porovnat s konkurencí nebo stávajícím způsobem řešení zákaznického problému (pokud existuje).</li> <li>o Naplánovat možný vývoj tržeb (příjmů) a výdajů alespoň na dva roky. Zpracovat cash-flow. Pracovat s optimistickou, pesimistickou a reálnou variantou.</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>Související dokumenty:</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pracovní listy – PL10_Finance</li> <li>- Prezentace – PA10_Finance</li> </ul>
<p><b>Doporučené personální zajištění:</b></p>	<p>Facilitátor, lektor / konzultant z praxe (ekonom z firemního sektoru, bankéř, finanční poradce, specialista pro finanční trhy), po konzultaci lze zapojit také interního pedagoga se zaměřením na toto téma).</p>

<b>Téma 11:</b>	<b>Právo pro střední školy – jak na podnikání</b>
<b>Časová dotace:</b>	2x45 minut
<b>Zaměření:</b>	Workshop je zaměřen na základy práva pro každého, kdo chce začít podnikat nebo již podniká.
<b>Cíl:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- předat základní informace o podnikání a jak začít podnikat</li> <li>- upozornit na výhody a nevýhody OSVČ a s.r.o.</li> <li>- seznámit se základy fungování činnosti s.r.o.</li> <li>- upozornit na rizika při zaměstnávání osob</li> <li>- upozornit na další rizika a jak se jich vyvarovat</li> </ul>
<b>Přínos pro žáky:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- základní informace o tom, jak začít podnikat</li> <li>- informace, na co si dát při podnikání pozor</li> <li>- informace, jak rozšiřovat své podnikání o nové zaměstnance</li> <li>- upozornění na to, jak své podnikání ochránit</li> </ul>
<b>Průběh:</b>	<p>V úvodu workshopu jsou zmíněny základní teoretické pojmy týkající se podnikání a vysvětlení, čím se podnikání odlišuje od zaměstnání. Následně jsou rozebrány možnosti zahájení podnikání, a to buď jako osoba samostatně výdělečně činná nebo v rámci společnosti s ručením omezeným. Podnikání v rámci společnosti s ručením omezeným je následně blíže rozebráno, kdy je poukázáno např. na odpovědnost společníka a jednatele. Dále jsou probrány způsoby přijímání zaměstnanců a základní způsoby ochrany nápadu prostřednictvím smlouvy o mlčenlivosti, patentu a ochranné známky. Na závěr je nastíněno, jak právně postupovat v případě, kdy zákazník podnikateli za produkt nezaplatí.</p> <p>Druhá část workshopu je věnována pracovnímu listu, kdy si žáci na základě informací z první části tohoto workshopu založí nanečisto vlastní společnost s ručením omezeným.</p> <p>TIP:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hra pro uvedení do tématu – rozdělte žáky do libovolných trojic. Všichni tři jsou společníci ve společnosti s ručením omezeným, mají stejný podíl včetně hlasů. Jeden je programátor (expert, který stojí za vývojem produktu, ovšem introvert bez manažerských kompetencí), druhý je investor (do projektu investoval a jeho podíl zohledňuje již i další přislíbenou investici v blízké budoucnosti, má více projektů a nemá prostor se angažovat v řízení společnosti) a třetí je skvělý manažer, který projekt řídí a má potřebné kontakty. Každý s každým si vzájemně rozumí, ale společně jim to nefunguje. Rozhodnou se, že jeden musí z kola ven. Dobrovolně, ale nechce nikdo, bude potřeba, aby se dva spolu dohodli. Kdo půjde z kola ven a proč?</li> </ul>
<b>Doporučené úkoly:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Na další workshop – dopracování pracovního listu v případě, že žáci nestihnou dopracovat všechny otázky z pracovního listu v hodině (PL11, úkol 1 + úkol 2).</li> </ul>

<b>Související dokumenty:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pracovní listy – PL11_Právo</li> <li>- Prezentace – PA11_Právo</li> </ul>
<b>Doporučené personální zajištění</b>	Facilitátor, lektor / konzultant z praxe (konzultant z podnikatelského inkubátoru / akcelérátoru se zaměřením na proces zakládání firem, v ideálním případě advokát).

<b>Téma 12:</b>	<b>Kde na to vezmu a jak „pitchovat“</b>
<b>Časová dotace:</b>	2x45 minut
<b>Zaměření:</b>	Hodina volně navazuje na hodinu o financích a více se zaměřuje na zdroje financování podnikání. Jsou rozebrány jednotlivé možnosti zejména z pohledu, jaké informace je potřeba připravit, když se budeme o tyto zdroje financování ucházet. Klíčovým tématem je tzv. „elevator pitch“, tedy stručná prezentace podnikatelského záměru, která se využívá zejména při prvotním oslovení potenciálních investorů. Současně je tato forma zvolena i jako výstup celého kurzu.
<b>Cíl:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- seznámit se s problematikou financování podnikání</li> <li>- pochopit význam a strukturu prezentace formou „elevator pitch“</li> <li>- přemýšlet nad vhodnými zdroji financování vlastních podnikatelských záměrů</li> </ul>
<b>Přínos pro žáky:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- praktické informace ohledně jednotlivých zdrojů financování – požadavky na informační vstupy, průběh</li> <li>- tipy a rady, kde hledat investora, jak ho oslovit, jak ho zaujmout</li> <li>- vzorový příklad možné prezentace včetně detailního rozboru</li> </ul>
<b>Průběh:</b>	<p>V úvodu hodiny je vhodné společně s žáky zrekapitulovat možné zdroje financování, tyto informace by již měli žáci znát z předchozích hodin. Následuje společná diskuze, žáci jsou dotázáni, jaké by požadovali informace a podklady, pokud by měli rozhodovat o poskytnutí finančních prostředků z jednotlivých zdrojů. Smyslem je poukázat na rozdíly v očekávání jednotlivých skupin a potřebu se na tato očekávání předem připravit. Vyučující komentuje a doplňuje reakce žáků.</p> <p>Diskutované oblasti budou zejména:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- prostředky od blízkého okolí (3F – přátelé, rodina, blázni) – půjčili byste na podnikání? A pokud ano, za jakých podmínek, co by vás zajímalo?</li> <li>- Crowdfunding (a komunitní financování obecně) – již jste někdy přispěli na nějaký projekt? Co pro vás bylo důležité? Co by vás motivovalo přispět? Jaké by vás zajímaly informace?</li> <li>- Co bude zajímat banku?</li> <li>- Co bude zajímat investora? Jaký je mezi ním a bankou? Jaké informace by vás zajímaly, pokud byste měli investovat do nějakého podnikatelského záměru? Investovali byste pouze do nápadu?</li> <li>- Dotace – ano, nebo ne?</li> </ul> <p>Další část hodiny doporučujeme věnovat tématu „investor“, podrobněji rozebrat, co bude investory zajímat, kde lze investory hledat, co je potřeba si připravit, podle čeho se rozhodovat, zda je tento způsob financování vhodný, jak případné investory zaujmout a jak si připravit prezentaci záměru formou tzv. „elevator pitch“.</p>



	<p>Tato forma prezentace je rovněž hlavním výstupem celého kurzu a úkolem na závěrečnou hodinu. Je proto diskutováno zadání, jak by k tomu žáci měli přistoupit, a současně probíhá rozbor na společné případové studii.</p> <p>TIP:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Zeptejte se předem žáků, zda mají vlastní zkušenosti s komunitním financováním, pokud někdo již realizoval nějakou kampaň, požádejte ho o stručný vstup do hodiny.</li> <li>✓ Pokud máte možnost, pozvěte do výuky bankéře nebo investora.</li> <li>✓ Pracujte s YouTube – řada vzorových prezentací, možno využít i pro domácí přípravu.</li> </ul>
<b>Doporučené úkoly:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Na další workshop – připravit závěrečnou prezentaci a stručné shrnutí (PL12, úkol 1 + úkol 2), při zpracování zohlednit výstupy předchozí práce a úkolů. Doporučujeme žáky informovat v úvodu kurzu o způsobu zakončení a dle potřeby také v průběhu kurzu připomenout.</li> </ul>
<b>Související dokumenty:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pracovní listy – PL12_Kde na to vezmu a jak pitchovat</li> <li>- Prezentace – PA12_Kde na to vezmu a jak pitchovat</li> </ul>
<b>Doporučené personální zajištění:</b>	Facilitátor, lektor / konzultant z praxe (konzultant z podnikatelského inkubátoru / akcelérátoru nebo bankéř, investor, podnikatel se zkušeností s hledáním investora, v ideálním případě kombinace).

<b>Téma 13:</b>	<b>„Pitch day“</b>
<b>Časová dotace:</b>	2x45 minut
<b>Zaměření:</b>	Žáci mají zpracovaný a ověřený obchodní model, mají zpracovánu první verzi „školního MVP“. Měli by tak mít jasnější představu o svém podnikatelském záměru včetně zpětné vazby z trhu. V rámci závěrečné hodinu celého kurzu si žáci zažijí prezentaci svého záměru formou „elevator pitch“ před „investory“. Po skončení každé prezentace následuje diskuse a poskytnutí zpětné vazby, a to jak k obsahové stránce, tak i ke způsobu provedení. Do výuky doporučujeme zapojit zástupce podnikatelského sektoru.
<b>Cíl:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- představit a obhájit výstup práce během celého kurzu</li> <li>- zažít elevator pitch nanečisto</li> <li>- zpětná vazba a hodnocení</li> </ul>
<b>Přínos pro žáky:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- otestují si prezentační dovednosti</li> <li>- vyzkouší si prezentaci pod časovým tlakem</li> <li>- zažijí prezentaci formou elevator pitch</li> <li>- získají reálnou zpětnou vazbu</li> <li>- získají tipy, na co se při dalším rozpracování podnikatelského nápadu zaměřit</li> <li>- získají případné kontakty a propojení na další osoby, které mohou žákům dále pomoci (v případě zájmu na záměru dále pracovat)</li> <li>- příprava na reálné prezentace záměrů v různých soutěžích a akceleračních programech (pokud se žáci rozhodnou se do takových aktivit zapojit)</li> </ul>
<b>Průběh:</b>	<p>V úvodu jsou ve stručnosti představeni externí členové „investorského panelu“. Následují prezentace jednotlivých projektů včetně návazné diskuze. Prezentace je zaměřena především na představení podnikatelského nápadu, základních parametrů obchodního modelu, dosavadních kroků, splnění úkolů a plánu na další období. Žáci mají na svou prezentaci předem stanovený čas, který je nutno dodržet, doporučujeme 5 minut na prezentaci. Po skončení každé prezentace následuje stručné zhodnocení ze strany „investorů“ včetně zpětné vazby a doporučení, případně další diskuze k projektu. K dispozici je standardní prezentační technika, vyučující sleduje čas a řídí diskuzi. V závěru hodiny a celého kurzu je vhodné ocenit práci žáků, připomenout synergické aktivity v podobě soutěží a nabídnout možnost zprostředkování kontaktů na partnerské inkubátory a akcelerátory. Celkové vyhodnocení kurzu a zpětná vazba ze strany žáků může proběhnout v rámci zvyklostí dané školy.</p> <p>TIP:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Důsledně měřte čas, stopky umístěte viditelně, ať je žáci vidí.</li> <li>✓ Po uplynutí času nechte žáky dokončit větu a prezentaci ukončete.</li> <li>✓ Pokud je to technicky možné, zkuste prezentace nahrávat, po skončení kurzu se můžete s žáky k nahrávkám vrátit a detailně je rozebrat.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Zkuste tyto závěrečné prezentace uchopit jako určitou formu soutěže s výhrou (např. reklamní předměty školy či přítomných podnikatelů, exkurze, konzultační den „s“...).</li> <li>✓ Na závěr (nebo při jiné vhodné příležitosti) předejte žákům osvědčení o absolvování kurzu!</li> </ul>
<b>Doporučené úkoly:</b>	- Pro vybrané žáky – zapojit se do návazných aktivit a pokračovat v práci na záměrech, které jim dávají smysl 😊 .
<b>Související dokumenty:</b>	- Nejsou.
<b>Doporučené personální zajištění:</b>	Facilitátor, lektor / konzultant z praxe (konzultant z podnikatelského inkubátoru / akcelérátoru, bankéř, investor, podnikatel) – ideálně vytvořit panel / hodnotitelskou komisi. Doporučujeme přizvat zástupce vedení školy.

## 6. HODNOCENÍ KURZU

Po skončení kurzu proběhla na každé škole řízená diskuze (kulatý stůl), během které žáci hodnotili průběh kurzu, způsoby práce a jednotlivá témata. Současně proběhlo anonymní dotazníkové šetření, kterého se zúčastnilo více než 50 žáků. Jednotlivá témata byla průběžně také konzultována se zapojenými pedagogy, po skončení kurzu proběhlo vyhodnocení i z jejich strany. Zjištěné poznatky byly vyhodnoceny a v řadě případů zohledněny do aktualizace celého konceptu a propsány do tohoto metodického nástroje. Po skončení kurzu doporučujeme vždy provádět jeho vyhodnocení, vyslechnout si zpětnou vazbu a případné připomínky zohlednit v dalším ročníku. Níže uvádíme stručné shrnutí z hodnocení kurzu. Žákům bylo již na začátku kurzu vysvětleno, že se jedná o pilotní testování kurzu, a proto je pro nás klíčová rozvojová zpětná vazba.

### 6.1 Hodnocení ze strany žáků

V rámci diskuze žáci kurz hodnotili jako velmi zajímavý a přínosný, oceňovali uvolněnou atmosféru, zapojení externích lektorů a expertů na danou problematiku, praktické informace. Kurz vnímali jako motivační a jako příležitost zamyslet se nad sebou, přemýšlet nad vlastními nápady a také nad tím, zda je podnikání jejich možná cesta v budoucnu. Negativně byla hodnocena délka každého workshopu (2x45 minut) – žáci se cítili unaveni. Tyto informace zaznívaly zejména v případě žáků, kteří absolvovali kurz v odpoledních hodinách. Žáci na středních školách také zřejmě nejsou zcela zvyklí na tento formát výuky. S tímto také úzce souvisí další identifikovaná slabá stránka a tou byl přechod na distanční vzdělávání, což značným způsobem omezilo aktivitu žáků a míru interakce. Poměrně zajímavá a možná pro organizátory až překvapivá informace byla, že řada workshopů byla příliš zaměřena na projekty žáků. Žáci spíše očekávali výklad, případové studie a jejich společný rozbor namísto aplikace poznatků na vlastní projekty s následnou konzultací ze strany lektorů. Tento názor však převažoval pouze u žáků jedné konkrétní školy.

#### **Z následného dotazníkového šetření vplynuly následující závěry:**

Pro 65 % žáků splnil kurz jejich očekávání a 18 % žáků hodnotí kurz doslova jako „naprostá pecka“, pouze 3 žáci hodnotili kurz jako ztrátu času. Velmi zajímavé bylo, že u 48 % žáků se změnil pohled na podnikání a v budoucnu by o podnikání uvažovali, u 24 % se pohled nezměnil a chtějí být nadále v budoucnu zaměstnanci a 28 % stále nemá jasno. Více než polovina respondentů také uvedla, že po absolvování kurzu začali sebe vnímat jinak a více poznali své talenty (současně 18 % žáků uvedlo, že tyto věci zatím neřeší). Celkem 87 % žáků hodnotí kurz školní známkou „1“ (52 %) nebo „2“ (35 %), průměrná známka je 1,63. Více než 80 % žáků by kurz doporučilo svým spolužákům a téměř 80 % by si kurz zvolilo, pokud by se jednalo o volitelný předmět.

V případě jednotlivých témat a workshopů žáky nejvíce bavila inspirativní setkání s podnikateli a témata, kde vzít nápad, marketing a pro nás trochu překvapivě i téma finance. Nejméně pak tvorba obchodního modelu

a validace, tato témata spolu s právními aspekty považovali žáci také za nejnáročnější. Tato zjištění jsme také zohlednili při aktualizaci koncepce.

Specifické bylo hodnocení tématu „poznej sám sebe“, kdy téměř polovina žáků toto téma zařadila mezi TOP3 nejzajímavějších a zároveň polovina jej vnímala mezi TOP3 nejméně zajímavých. Dovolíme si spekulaci, že tato skutečnost může odrážet jakési vnitřní nastavení každého žáka, jak dobře sebe vnímá a zná své talenty a silné stránky.

Pouze jeden žák odpověděl, že kurz byl náročný a už by jej nechtěl opakovat, 53 % vnímá náročnost kurzu jako odpovídající a 45 % žáků mělo s některými tématy problém, ale nejednalo se o nic zásadního.

**Závěrem pár reakcí a vzkazů absolventů kurzu, které měli možnost uvést jako volitelnou část dotazníku.**

*„Děkuji za příležitost se o podnikání dozvědět více informací, které se mi budou do budoucna hodit.“*

*„Děkuji za velmi přínosný projekt, určitě bych ho doporučila všem, které podnikání alespoň trochu zajímá. Mně to dalo určitě spoustu potřebných informací, a i když si budu muset některé informace osvěžit, pokud se na podnikání budu chtít dát, tak ten základ, si myslím, že mám dobrý a jsem za tento předmět fakt ráda.“*

*„Jsem rád, že jste to s námi vydrželi 😊👍.“*

*„Děkuji za tuto možnost, za získané znalosti v oblasti podnikání. Jste v tom velmi dobří, tak v tom pokračujte 😊.“*

*„Moc bych vám chtěla poděkovat za možnost se zúčastnit takového projektu. A doufám, že se ještě někdy potkáme.“*

*„Moc vám děkuji, za váš čas a trpělivost! Přineslo mi to do života hodně, i kdybych nechtěla podnikat.“*

*„Jste super a moc děkuji za tu příležitost, mějte se krásně 😊.“*

*„Děkuju za to, že jste mě naučili něco nového. Vážím si toho 😊.“*

*„Pokračujte v tom, co děláte! Musí být super pocit a motivace, když pak třeba vidíte, že díky vám se někdo stane úspěšným podnikatelem, pak to asi dává smysl.“*

*„Děkuju za váš čas, který určitě pro každého z nás byl velice přínosný.“*

*„Děkuji, za možnost, že jsem se dozvěděl mnoho nových informací o podnikání. Že jste vybrali zrovna naši školu na tu zkoušku a že jsem tam zrovna mohl být i já. A děkuji Oli a Petrovi, že nám věnovali tolik času. Bylo to fajn mít ty pátky tímhle ozvláštněné.“*

*„Jste frajeři, děkuji za váš čas 😊.“*

*„Kurz byl fajn, díky za to 😊.“*

*„Jsem rád, že jsem takový kurz mohl absolvovat. Děkuji vám mnohokrát a mějte se krásně 😊.“*

*„Já si vážím lidí jako vy, co si udělají čas a snaží se mladým lidem pomáhat.“*

*„Tento kurz mně hodně dal jiný pohled na podnikání a taky jsme vybudovali dobrý tým, který neskutečně dobře fungoval díky vám.“*

*„Děkuji za předání nových zkušeností od lidí z praxe a za váš čas, který jste nám věnovali, i když teď ta doba tomu nepřála.“*

## 6.2 Hodnocení ze strany pedagogů

Konzultace s pedagogy probíhaly průběžně a po jejich ukončení proběhlo celkové vyhodnocení kurzu. Dle vyjádření zapojených pedagogů kurz splnil očekávání. Po stránce materiálního zabezpečení byl velmi dobře zajištěn, byly zpracovány srozumitelné prezentace, materiály a pracovní listy. Lektori uměli sestavit zajímavý obsah jednotlivých témat, poskytovali žákům zpětnou vazbu, snažili se přispívat k dobré atmosféře, podporovali žáky k odhodlání se pustit do náročnějších úkolů, uplatňovali principy skupinové práce. Požadavky na žáky a náročnost probíraného tématu byly vnímány jako přiměřené, občas bylo potřeba žákům něco dovysvětlit. Některá témata byla pro žáky obtížněji pochopitelná – tato témata se objevovala i ve zpětné vazbě ze strany žáků. Práce v týmech byla výborná a lze ji určitě doporučit. Domácí příprava navazovala na probíraná témata, jednotlivé úkoly byly zadávány přiměřeně tak, aby žáky podněcovaly k aktivnímu přístupu a samostatnému myšlení. Určitý odlehčený tón lektorů v některých komentářích a diskusích vhodně střídal myšlenkově náročnější témata. Jako zásadní problém byl vnímán nucený přechod na distanční formu výuky, což průběh kurzu významným způsobem ovlivnilo, na některých žácích byla vidět i určitá ztráta motivace a zápalu z úvodních hodin. Na základě zpětné vazby byla také provedena korekce některých témat.

**Níže uvádíme postřehy z hodnocení a přínosu jednotlivých témat v pilotním ověření, jak byla vnímána ze strany zapojených pedagogů, a také jejich hodnocení celého průběhu pilotního ověření.**

Téma	Zhodnocení a přínosy
Inspirace, interview s podnikateli	<i>Žáci byli nadšeni, obrovské vzory, které vzbuzovaly u žáků respekt a zájem o téma, přátelská, otevřená atmosféra, velmi inspirativní obsah. Super, dobrý start a motivace pro žáky, seznámili se s novými pojmy, zajímavé, co nedělat – cesta do pekla...nejen v byznysu, tvoření zásobníku podnikatelských nápadů, v čem dělají začínající podnikatelé chybu. Díky setkání s mladými podnikateli si žáci uvědomili, že je možné začít podnikat i v jejich věku. Byla to pro ně velká motivace a inspirace – začnu podnikat, je to možné. V přiměřeném časovém prostoru nabídka výstižného, věcného, emocionálního přiblížení toho podstatného v podnikání: rizika, práce, kreativita, důraz na studium nového, co mi může přinášet. Bez „školního“ slovníku, výstižné přiblížení podnikání.</i>
Poznej sám sebe	<i>Skvělé téma, žáci měli možnost se nad sebou zamyslet. Kdo jsem – co umím, jaké jsou moje silné a slabé stránky. Také jak přemýšlet nad tím, v čem jsem dobrý/á a v čem bych tedy mohl/a podnikat. Vhodně vyvážené teoretické vstupy a praktická cvičení, workshop pomohl žákům k vhledu do sebe sama. Žáci měli možnost prožít a aplikovat poznatky z psychologie. Znovu si uvědomit, že poznání sebe samého patří k tomu nejtěžšímu.</i>
Kde vzít nápad a trendy v podnikání	<i>Inspirativní téma, tipy, v jakých oblastech podnikat. Co svět potřebuje, trendy, příležitosti, nové technologie. Seznámili se s cíli udržitelného rozvoje. Praktické</i>

	<i>nasměrování žáků, co je trendy v současném podnikání, žáci porozuměli, že se změnou technologií, se mění lidé samotní</i>
Obchodní model	<i>Žáci se dozvěděli, jaký je rozdíl mezi obchodním modelem a podnikatelským plánem a jestli start-up potřebuje v první etapě podnikatelský plán. Naučili se, jak se tvoří obchodní model.</i>
Validace	<i>Super dlouhodobý úkol „MVP“, vytvoření marketingové osoby, seznámili se s novými pojmy. Kdo je můj zákazník, jak je validace důležitá pro budoucí úspěch. Seznámili se s tím, jak provést validační rozhovory v rámci jejich záměru. Žáci museli přemýšlet, zda pro ně skutečně existuje zákazník, a také nad tím, jak průzkumem zajistit zpětnou vazbu</i>
Marketing	<i>Asi nejlépe hodnocený workshop u žáků. Co je vlastně marketing, se dozvěděli přímo od odborníka z praxe, ukázka vytvoření konkrétního produktu. Žáci získali praktické rady, jak využít marketing pro komunikaci směrem k zákazníkovi. A nad rámec kurzu – možnost ovlivnění profesní dráhy některých žáků, pokud je toto téma více než zaujalo.</i>
Finance	<i>Konkrétní praktické kroky pro rozpočet, cash-flow, kalkulace, jak vhodně řešit finance, jak si připravit finanční rozpočet, zakladatelský rozpočet, monetizace příjmů apod. Workshop navozoval pocit vysokoškolského semináře, žáci měli možnost si „osahat“ vysokoškolský přístup (třeba časem docenit). Příliš mnoho informací najednou, někteří žáci se mohli dočasně ztratit. Doporučení redukce obsahu, případně přidání času.</i>
Právo	<i>Praktické rady pro start v podnikání, ale také otázky týkající se ochrany značky, žáci si vyzkoušeli, jak postupovat při založení s.r.o. Pro mnohé žáky možná první kontakt s advokátem. Vystižení podstaty jednoduše a stručně.</i>
Kde na to vezmu a jak „pitchovat“	<i>Výborný návod pro žáky, jak připravit prezentaci podnikatelského záměru. Věcné, praktické, pro žáky uchopitelné a snad i zapamatovatelné pro případ vlastního podnikání.</i>
Pitch day	<i>Skvělá příležitost získat nové zkušenosti. Ocenění a vyhodnocení dlouhodobé práce žáků. Poskytnutí zpětné vazby a rad, jak dál.</i>

**Mgr. Dalibor Maruna – Masarykovo gymnázium, Střední zdravotnická škola a Vyšší odborná škola zdravotnická Vsetín**

*„Seminář aplikované ekonomie v září 2020 začal jinak než v jiných letech. Lektori Olesja Lancevská a Petr Konečný představili žákům cíle, strukturu Podnikatelské akademie, požadavky, způsob vzájemné komunikace a vůbec vše potřebné. Od první informační schůzky se začal řetězit sled událostí, který vyvrcholil 5. března 2021 závěrečnou prezentací projektů žáků Masarykova gymnázia Vsetín.*

*Velmi oceňuji, že přechod do distanční výuky potvrdil kvalitně nastavené parametry spolupráce s žáky. V průběhu příprav byl projekt srozumitelně, výstižně představen, byly vysloveny vzájemné představy*



a požadavky, stanoveny termíny a domluvené již nebylo nutno revidovat a bylo dodržováno. Výborně fungovala komunikace s lektory, pružné řešení změn vzniklých v důsledku epidemie COVID-19, výměna potřebných materiálů s vyučujícím i žáky. Celkově provozní záležitosti probíhaly bez komplikací a jako možný příklad bezvadné spolupráce s externími partnery.

Následný seminář s panem Petrem Eliášem byl nezapomenutelný. Energie cloumala aulou, mimořádná pozornost žáků a příležitost detailně se obeznámit s podstatou podnikání a životem podnikatele. Předpokládám, že mnoho žáků vedlo vnitřní dialog, já a podnikání ano/ ne. Řekl bych, že nyní již na podnikání většina žáků nepohlíží stejně. Tímto bylo beze zbytku dosaženo správné motivace a očekávání dalšího.

Následující semináře ze strany lektorů probíhaly ve znamení přiměřených a přesně dávkovaných informací s jasně formulovanými požadavky. Lektori s žáky bezvadně komunikovali, velkou pozornost věnovali individuálním konzultacím s pracovními skupinami i jednotlivci. Další lektori – marketing, finance, právo a opět objevování nových dimenzí, znovu praktická doporučení, zkušenosti a vše využitelné v reálném životě.

Zřejmě ne každý žák již měl možnost před odbornou komisí obhajovat svůj projekt. A to už jsme ve finále. Členové hodnotící komise jsou připraveni a mluvčí pracovních skupin čeká jakási maturita na nečisto. Prezentace, konkrétní otázky, fakta, otázky s otevřenou odpovědí k případnému rozvíjení záměru, reakce žáků. Neopakovatelná atmosféra, mnoho nových zkušeností a odpovídající zakončení kurzu.

Pokud čtenář dočetl předchozí odstavce, mohl by si sám odpovědět na otázku, zda má smysl a je přínosné absolvovat Podnikatelskou akademii. Žáci i vyučující Masarykova gymnázia Vsetín hodnotíme kurz velmi pozitivně. Pokud bych byl kolegy dotázán, tak kurz určitě doporučím. Děkuji Olesji Lancevské, Petru Konečnému a všem konzultantům za jejich čas, energii, znalosti, zkušenosti a do budoucna vám přeji všechno dobré.“

**Ing. Bc. Marcela Mrázková – MESIT střední škola, o.p.s.**

„Hodnocení kurzu spíše vztahuji na prezenční formu, kterou předpokládám do budoucna. Kurz zcela naplnil moje očekávání, místy i předčil. Skvělý výběr témat, která na sebe logicky navazovala. Lektori, kteří nás jednotlivými tématy provázeli, byli vždy perfektně připraveni a žáky seznámili se spoustou zajímavých informací ze své praxe. Práce v týmech byla pro žáky velkým oživením a moc je bavila. Náročnost jednotlivých témat byla žáky vnímána jako přiměřená, úkoly, které jim byly zadávány, byly jednoduché a pro žáky přínosné. Největším přínosem pro žáky byli přizvaní odborníci na jednotlivá témata, kteří přinesli oživení, interakci a vzhled do jednotlivých probíraných témat.

Pro žáky jsou nejdůležitější příklady z praxe, a to se v plné míře povedlo. Žáci byli po celou dobu kurzu nadšeni, dozvěděli se spoustu nových informací, daleko více je zajímalo téma podnikání, a hlavně dostali chuť sami se do podnikání pustit. Určitě bych ostatním školám tento kurz doporučila, v podstatě dostanete připravenou „kuchařku zpracování podnikatelských záměrů“, která vás a vaše žáky provede přípravou podnikatelských

*záměrů. Na naší škole kurz určitě začleníme do výuky. Jsem moc ráda, že jsme se mohli jako škola zapojit do pilotního ověření tohoto kurzu.“*

### **Mgr. Františka Vyškovská – Střední odborná škola Josefa Sousedíka Vsetín**

*„Zapojením SOŠ J. Sousedíka Vsetín do projektu Pilotního ověření škola cíleně rozšířila své aktivity směřující k dalšímu odbornému rozvoji svých žáků, neboť jedním ze strategických cílů školy je připravit budoucího absolventa oboru Podnikání tak, aby se lépe realizoval na trhu práce, případně sám zahájil úspěšnou činnost v samotném podnikání.*

*Během prakticky realizovaných workshopů se pracovalo s tématy, jež byly zaměřené například na tvorbu business modelu, týmové role, finance, motivaci a poznání sebe sama, či právo. Účastníci workshopů dostali tak jedinečnou možnost uspořádat si myšlenky o možném podnikání. Pod vedením konzultantů si žáci určili priority svého podnikatelského nápadu, obhájili podnikatelský záměr a získali zpětnou vazbu. Při práci žáci využívali skupinové či individuální konzultace lektorů. Velmi přínosné byly rovněž workshopy s přímým vstupem mentorů – úspěšných podnikatelů našeho kraje, kdy žáci mohli slyšet, co rozhoduje o případném úspěchu či neúspěchu a čeho by se měli vyvarovat, aby se mohli případně zařadit mezi úspěšné podnikatele.*

*Do pilotního ověření se zapojilo 29 žáků nástavbového studia Podnikání a 1 pedagog. Škola hodnotí projekt jako inovativní, diskuze s účastníky jako velmi přínosné a věcné, účast žáků a pedagoga na workshopech jako smysluplnou. Oceňujeme rovněž připravenost textů, jejich aktuálnost a metodickou podporu, která během kurzu byla využívána.*

*Velkou výhodou škola spatřuje i v tom, že takto vyvinutý model dále umožní pedagogům školy i po skončení projektu využít vzdělávací modul nebo jeho části pro přípravu vlastních kurzů vedených podobným způsobem ve škole a získané poznatky a metody začlenit přímo do výuky.*

*Škola SOŠ J. Sousedíka Vsetín na základě této kladné zkušenosti doporučuje tento projekt Podnikatelské akademie SŠ Zlínského kraje i dalším středním školám.“*

## **6.3 Hodnocení ze strany firemního sektoru**

Po každém workshopu proběhlo vyhodnocení se zapojeným expertem. Návrhy na úpravy průběhu workshopů byly zapracovány do tohoto dokumentu, na zpracování dílčích částí se tyto experti přímo podíleli. Požádali jsme také o vyjádření člena expertního týmu Petra Eliáše, který v celém pilotním ověření zastupoval firemní sektor, byl přítomen na úvodním workshopu, sdílel s žáky své podnikatelské zkušenosti a byl také předsedou komise, která hodnotila závěrečné prezentace. Petr Eliáš je také dlouhodobým partnerem akceleračního programu Můj první milion a předsedou hodnotící komise, má mnohaleté zkušenosti s konzultační činností, mentorováním začínajících firem a s hodnocením i studentských podnikatelských záměrů.

## **Petr Eliáš, DBA – INSPECTUM a.s.**

Vážení kolegové,

děkuji Vám za možnost se tohoto projektu zúčastnit.

*Byl to zážitek i ponaučení. Byl to kus života, kde jsem mohl předat kousek sebe a své životní zkušenosti a poznatků ze své cesty nejen podnikatelským životem. Snad 25 let jsem čekal na tento okamžik, dočkal jsem se, na střední škole v České republice dokážeme mluvit otevřeně o podnikání, a to zejména pro dobro lidí Zlínského kraje. Podařilo se to. Po dobu mých seminářů na mě nikdo rákosku nevzal, až se divím:)*

*K žákům a předloženým záměrům bych napsal následující. Byl jsem ve všech třídách nejprve překvapen zájmem pedagogů a žáků (i vzhledem k pubertálnímu stavu dospívání žáků a nesnadné situaci s COVID19 u všech), viděl jsem žáky z různých poměrů, viděl jsem regionální a kulturní rozmanitost žáků našeho kraje. Čím jsem byl následně mile zaskočen, je pestrost záměrů, a nechci hodnotit detail (v mém případě se povedl až záměr č.5, 7 a 9), ale je vidět, že se jim někdo věnoval a nezůstalo jen u povrchních snů a vykřiknutých nápadů, mělo to v naprosté většině „hlavu i patu“.*

*Za poslední roky vidíme potřebu další práce i s generací budoucích nástupců již běžících rodinných firem, které řada z nich již přebírá (i když o tom ještě neví) a od svých rodičů přebírat bude. Tito žáci musejí být vedeni k dobrému hospodaření a schopnosti tyto rodinné podniky zejména udržet, nejen znásobit.*

*Na všech školách jsem byl zaskočen neznalostí žáků v oblasti historie 2. pol. 20. století a zejména neznalostí existence a významu významného milníku 17. listopadu 1989. Musím tedy asi navštívit i školy základní a zjistit, co se bere v dějepise doopravdy. Pokud mohu požádat, prosím Vás pedagogy, mluďte objektivně s žáky, co se dělo od 2. světové války do dnešních dní. Považuji to pro jejich chápání hodnot, současného dění a mnohdy pro pochopení souvislostí za zásadní, nejen v souvislosti s výukou k podnikání.*

*Za zásadní považuji osvětu v oblasti strachu ze selhání. Apelujme na to, že selhávat a chybovat není špatně, v budoucnu to žákům významně pomůže k odvážnějším krokům a snadnějšímu vyrovnávání se s neúspěchy, a ty přijdou.*

*Nepodaří se nám aktivizovat všechny žáky, neuděláme podnikatele ze všech, a u řady z nich se to dostaví samo v pozdějším věku, můžeme však u všech nabádat k etickému podnikání. A není v tom žádná věda, nelhat a dodržovat dohody je základem nejen v byznysu. Pokud vzbudíme jejich zájem, a začnou klást otázky a hledat odpovědi, měla naše výchovně-vzdělávací práce smysl pro naši společnost, region a stát. Hovořme o podnikání bez předsudku a otevřeně. Ukažme si kladné vzory, hovořme o nich, hovořme o tvrdé koncepční a kontinuální práci na celé jejich cestě, ale klidně si ukažme i podnikatele špatné, a vždy si řekněme, co se nezvládlo v jejich*

životě. Většinou byl problém již na začátku ve výchově, morálce, hodnotách a v kolekci špatných lidských vlastností. A zde školství umí pomoci s výchovou.

Rozhodně musím zmínit, že podnikání je „adrenalinovým sportem“ plným stresu a nejistot. Není to pro každého a je třeba i žáky varovat, že celá řada podnikatelů zde již mezi námi není. Příprava k podnikání musí též zahrnovat přípravu na lepší a správný životní styl, který všem umožní své podnikání PŘEŽÍT a postarat se o své rodiny, které stavím ve svém žebříčku hodnot významně výše než slova zisk a peníze. I zde pedagog může pomoci s výchovou.

Prosím zde také ředitele škol za podporování pedagogů, kteří tato témata chtějí učit, pro ně na to nebyla žádná škola, ani skripta, často „vaří z vody“, ale jejich úmysl je správný. Co však vím jistě, že pro další rozvoj tohoto vzdělávání POTŘEBUJÍ tuto podporu cítit a mít, se zbytkem jim umíme pomoci. Pokud vyzdobíte v každé škole jeden kout, sklep, učebnu, chodbu nebo místnost citáty a plakáty s podnikatelskou tematikou, tak jako je tomu na SOŠ J. Sousedíka ve Vsetíně, osobně přijedu a poděkuji Vám nahlas.

Děkuji všem, kteří se v této aktivitě angažují a spoluangažují. MÁ TO SMYSL. Děkuji žákům za čas, který každý z nich investoval do sebe a pro sebe. Sám jsem mohl sledovat zájem žáků naživo, pozorovat chaos v hlavách, jiskřičky v očích, místy nezáměr i strach a obavy, ale hlavně jsem naslouchal žákům i vyučujícím. Viděl jsem a zažil pracovité a nadšené pedagogy se zápalem pro věc a věřte, bylo to SUPER. Objevil jsem díky nim další své chyby a nasál mnoho dobré energie. Stále se učím a opět jsem se díky Vám něco naučil. Děkuji tedy za ten společný čas a zájem.

Děkuji

Petr Eliáš, DBA

Ve Zlíně 23. 4. 2021

## 7. ZÁVĚRY KULATÉHO STOLU

Průběh pilotního ověření a výstupy v podobě této metodiky byly diskutovány na „kulatém stole“, který proběhl dne 26. 5. 2021 za účasti expertního týmu (TIC, UTB ve Zlíně, podnikatelský sektor, Odbor školství, mládeže a sportu Zlínského kraj), konzultantů, lektorů, pedagogů zapojených škol a předsedy výboru pro rozvoj podnikatelských aktivit, majetek a digitalizaci Zlínského kraje.

Zúčastněným byla v předstihu zaslána pracovní verze metodiky k připomínkám. Níže uvádíme program a hlavní závěry „kulatého stolu“:

1. **Vypořádání obdržených připomínek** – zpracovatel představil, jak byly jednotlivé připomínky a náměty zohledněny v dokumentu, případně argumenty, proč nebyly zapracovány, v rámci návazné diskuze bylo konstatováno, že k předloženým dokumentům již nejsou ze strany přítomných další připomínky.
2. **Představení výstupů** – v rámci diskuze bylo zejména ze strany přítomných pedagogů konstatováno, že zpracované materiály představují významnou pomoc a podporu při realizaci kurzu, řadu informací je možno využít i v dalších předmětech a s těmito materiály bude dále na zapojených školách aktivně pracováno.
3. **Způsoby diseminace výstupů pilotního ověření** – byl dohodnut postup předání výstupů a informací jednotlivým středním školám za součinnosti zejména Odboru školství, mládeže a sportu Zlínského kraje.
4. **Synergické aktivity** – zejména práce s talenty a profesní diagnostika žáků v návaznosti na projekt Zlin.jobs a TIC VR Centrum a dále na projekt Implementace Krajského akčního plánu rozvoje vzdělávání pro území Zlínského kraje II – cílem je provázání těchto aktivit a jejich využití jednak v diseminaci výstupů pilotního ověření, ale i v další podpoře škol v rozvoji kompetencí k podnikavosti.
5. **Zhodnocení průběhu celého pilotního ověření** – zejména ze strany zapojených škol, ale i lektorů, byla aktivita hodnocena velmi pozitivně, bylo konstatováno, že splnila očekávání a ve spolupráci bude dále pokračováno.

# 8. DOPORUČENÁ LITERATURA A KDE HLEDAT POMOC

Níže uvádíme základní informace k tzv. inovačnímu ekosystému Zlínského kraje, jedná se o instituce, které se zabývají podporou podnikání, a je možné se na ně obrátit s žádostí o spolupráci. Současně uvádíme výběr doporučené literatury a dalších odkazů, kde je možno hledat další informace a inspiraci. Odkazy uvedené v této kapitole jsou aktuální k datu zpracování této metodiky.

V případě potřeby doporučujeme kontaktovat Technologické inovační centrum s.r.o.:

<https://www.ticzlin.cz/>

<https://www.ticzlin.cz/package/skol-me/>

## 8.1 Inovační ekosystém Zlínského kraje

V případě podpory začínajících firem může významnou roli sehrát právě podpora ze strany inovačních center, zejména pak aktivity podnikatelských inkubátorů nebo akceleratorů. Podpora může být poskytována v různých etapách od formování nápadu a podnikatelského záměru, přes zahájení podnikání a následnou expanzi. Podpora se může zaměřovat jak na měkké aktivity, konzultační činnost a poradenství, mentoring, pomoc s hledáním finančních zdrojů, tak i na poskytování „tvrdé“ infrastruktury (prostory, laboratoře, VaV zázemí).

Na úrovni jednotlivých krajů České republiky se již jedná o určitý standard podpory. V rámci podpůrného ekosystému existují veřejné subjekty (zakládáné zpravidla univerzitami, municipalitami, případně jako společné projekty těchto stakeholderů), lze se také setkat se soukromými iniciativami různých investičních skupin, velkých firem a korporací apod. (ty se mnohdy zaměřují na podporu start-upu a spolupráci s ním ve vybraných oborech podnikání, jejich zájem může být kromě hledání zajímavých investičních příležitostí, také hledání talentů a potenciálních „zaměstnanců“). Specifickou roli v podpoře start-upového podnikání hraje Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest.

Služby inovačních center lze obecně shrnout do následujícího přehledu:

- popularizace podnikání, spolupráce se školami na podpoře podnikavosti, iniciativy a kreativity, vzdělávací a osvětová činnost – aktivity typu soutěže o nejlepší podnikatelský záměr (v různých regionálních pojetích), práce se studenty (workshopy, konzultace, podílení se na výuce apod.),

- identifikace podnikatelských nápadů, hodnocení realizovatelnosti podnikatelské myšlenky / nápadu – poskytování zpětné vazby v rámci konzultací, vstupních procesů do inkubačních programů, (pre)akceleračních programů, start-upových soutěží, akceleratorů apod.,
- poradenství a konzultace – zaměřeno zejména na poradenství při zpracování podnikatelských záměrů a plánů, právní poradenství při zakládání společnosti, řešení využívání a ochrany duševního vlastnictví, způsoby financování, daňové, marketingové poradenství apod.,
- ucelené inkubační programy – práce konzultanta, mentora, průběžné hodnocení rozvoje inkubovaných firem, facilitace rozvojových plánů apod.,
- zajištění finančních zdrojů – napojení na sítě investorů typu podnikatelský anděl, rizikový kapitál, příprava na prezentaci před investory, pořádání investičních fór a prezentačních akcí typu elevator-pitch,
- budování start-upové komunity a vzdělávání – workshopy, konference, neformální setkávání, kulaté stoly, sociální sítě, propojování příznivců podnikání – začínajících i zkušených podnikatelů, sdílení dobré i špatné praxe, rozvoj spolupráce mezi jednotlivými subjekty,
- prostory pro podnikání – kancelářské, laboratorní, poloprovozní prostory, (zpravidla s nižším než komerčním nájmem, nemusí však nutně platit vždy) včetně dalšího zázemí (nábytek, jednací místnosti, prezentační technika, kuchyňky, servrovny, přístrojové vybavení apod.), huby, co-workingy, sdílené kanceláře, virtuální sídla atd.,
- služby související s nájmem – ostraha, úklid, odvoz odpadů, služby recepce, datové služby, internetová konektivita a další s cílem, aby se klient soustředil na realizaci svého záměru, nikoliv na běžné provozní záležitosti,
- další služby – např. zprostředkování kontaktů na odborná výzkumná a vývojová pracoviště, podpora marketingu firem, zapojování do zakázek, informační servis o aktuálních nástrojích podpory podnikání, podpora transferu technologií atd.,
- specializované koučingové a poradenské programy pro inovační společnosti – např. program PLATINN ([www.platinn.cz](http://www.platinn.cz)).

Řada těchto služeb je dostupná také v rámci inovačního ekosystému Zlínského kraje. Tyto služby poskytuje jednak přímo Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně (Centrum transferu technologií, Vědeckotechnický park ICT, UPPER, Vědeckotechnologický park U11), dále ve spolupráci se Zlínským krajem – Technologické inovační centrum s.r.o., dále jsou služby podobného charakteru poskytovány na úrovni vybraných obcí (Podnikatelský inkubátor Kunovice – Panský dvůr, s.r.o., Valašskokloboucké podnikatelské centrum s.r.o., Industry servis ZK a.s., - Technologický park Holešov, Agentura pro ekonomický rozvoj Vsetínska). Specifickou roli zastává Krajská hospodářská komora Zlínského kraje, Technologická agentura ČR, CzechTrade, Agentura pro podnikání a inovace API a již zmíněná agentura CzechInvest.

Doporučujeme se primárně obrátit na Technologické inovační centrum s.r.o., se kterým je možno konzultovat další postup a případně řešit i propojení na další podpůrné instituce. Současně doporučujeme seznámit se s profily a nabízenými službami vybraných institucí. S ohledem na realizované projekty se nabízené podpůrné služby a činnosti postupně aktualizují, proto zde nejsou přímo uvedeny z důvodu možného zastarávání informací, jsou však uvedeny webové stránky.

V rámci spolupráce podpůrných institucí ve Zlínském kraji je připravován společný web, na kterém bude aktuální přehled kontaktů a služeb

<http://zlinnovation.cz/>

V době zpracování těchto dokumenty byl web ve výstavbě, proto uvádíme odkazy přímo na vybrané instituce.

Centrum transferu technologií UTB ve Zlíně	<a href="https://uni.utb.cz/organizacni-cleneni/centrum-transferu-technologii/">https://uni.utb.cz/organizacni-cleneni/centrum-transferu-technologii/</a> <a href="https://isctt.utb.cz/">https://isctt.utb.cz/</a>
Vědeckotechnický park při UTB ve Zlíně (U11)	<a href="https://uni.utb.cz/organizacni-cleneni/vedeckotechnicky-park-pri-utb-ve-zline/">https://uni.utb.cz/organizacni-cleneni/vedeckotechnicky-park-pri-utb-ve-zline/</a>
Vědeckotechnický park Informační a komunikační technologie (UTB)	<a href="https://fai.utb.cz/o-fakulte/zakladni-informace/struktura/ustavy/vedeckotechnicky-park-informacni-a-komunikacni-technologie/o-nas/">https://fai.utb.cz/o-fakulte/zakladni-informace/struktura/ustavy/vedeckotechnicky-park-informacni-a-komunikacni-technologie/o-nas/</a>
Centrum kreativních průmyslů a podnikání (UTB)	<a href="https://upper.utb.cz/">https://upper.utb.cz/</a>
Technologické inovační centrum s.r.o.	<a href="https://www.ticzlin.cz/">https://www.ticzlin.cz/</a> <a href="https://www.mujsprvnilion.cz/">https://www.mujsprvnilion.cz/</a>
Industry servis ZK, a.s. (Technologický park Holešov)	<a href="https://www.zonaholesov.cz/technologicky-park-zakladni-informace">https://www.zonaholesov.cz/technologicky-park-zakladni-informace</a>
Podnikatelský inkubátor Kunovice – Panský dvůr, s.r.o.	<a href="https://www.pik-pd.cz/">https://www.pik-pd.cz/</a>
Valašskokloboucké podnikatelské centrum s.r.o.	<a href="http://www.vpcsro.eu/">http://www.vpcsro.eu/</a>
Krajská hospodářská komora Zlínského kraje	<a href="https://www.khzkz.cz/">https://www.khzkz.cz/</a>
Technologická agentura ČR	<a href="https://www.tacr.cz/">https://www.tacr.cz/</a>
CzechTrade	<a href="https://www.czechtrade.cz/">https://www.czechtrade.cz/</a>
Agentura pro podnikání a inovace API	<a href="https://www.agentura-api.org/cs/">https://www.agentura-api.org/cs/</a>



Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest	<a href="http://www.czechinvest.org/cz">http://www.czechinvest.org/cz</a> <a href="https://www.czechinvest.org/cz/Startupy">https://www.czechinvest.org/cz/Startupy</a>
Agentura pro ekonomický rozvoj Vsetínska o.p.s.	<a href="http://aerv.cz/">http://aerv.cz/</a>
Plastikářský klastr	<a href="https://plastr.cz/">https://plastr.cz/</a>
Moravský letecký klastr	<a href="http://www.aero-cluster.cz/">http://www.aero-cluster.cz/</a>
Zlínský kreativní klastr	<a href="http://kreativnizlin.cz/">http://kreativnizlin.cz/</a>

## 8.2 Doporučená literatura a další odkazy

V rámci projektu Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně (Strategický projekt UTB ve Zlíně, reg. č. CZ.02.2.69/0.0/0.0/16\_015/0002204), který byl realizován v rámci Operačního programu Výzkum, vývoj a vzdělávání, byly vytvořeny vysokoškolské učební materiály související s touto problematikou. Tyto materiály vhodným způsobem doplňují prezentace a učební texty v komentářích a vybraná témata dále detailně popisují. Doporučujeme zejména pro pedagogy, kteří mají zájem do tématu více proniknout.

### **Odkaz ke stažení:**

- (1) Zámečník R., Novák P., Konečný P. (2018). Business akademie. Ve Zlíně: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. <https://fame.utb.cz/mdocs-posts/pa-prednaska-final/> (přednášky).
- (2) Novák P., Konečný P. (2018). Business akademie. Ve Zlíně: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. <https://fame.utb.cz/mdocs-posts/pa-seminare-final/> (semináře).

### **Informace a další nástroje k problematice Lean Start-up:**

<http://www.leanstartup.cz/>

### **On-line kurz na téma Lean Canvas:**

<https://www.leancanvas.cz/>

### **Odkaz ke stažení plátna Lean Canvas:**

<https://cdn.dobrokurzy.cz/static/leancanvas/LeanCanvasCZ-v20150709.pdf>

**Další odkazy:**

<https://www.ipodnikatel.cz/>

<https://www.czechcrunch.cz/>

<https://tyinternety.cz/>

<https://www.lupa.cz/>

<https://www.czechinvest.org/cz/Startupy>

<https://forbes.cz/>

<https://www.ideaswatch.com/>

<https://www.strategyzer.com/>

<https://bpark.cz/>

<https://canvanizer.com/>

a další...

**Knihy:**

- (1) Maurya, A. (2016). Lean podnikání: přejděte od plánu A k plánu, který funguje. V Brně: BizBooks. 230 s. ISBN 978-80-265-0506-8.
- (2) Osterwalder, A. (2014). Value Proposition Design. John Wiley & Sons. 320 s. ISBN 978-11-189-6805-5.
- (3) Thiel P. (2015). Od nuly k jedničce – Úvahy o startupech aneb jak tvořit budoucnost. Jan Melvil publishing. 192 s. ISBN 978-80-87270-72-1.

## 9. PŘÍLOHY

Příloha č. 1 – Pracovní listy

Příloha č. 2 – Můj start-upový slovníček

Příloha č. 3 – Vzorové prezentace (včetně doprovodného komentáře u vybraných témat)

Příloha č. 4 – Videá

*Prezentace v příloze č. 3 slouží převážně pro inspiraci, jakým způsobem je možno dané téma uchopit. Tyto prezentace lze využít i pro případnou výuku, v takovém případě je však potřeba provést nezbytné úpravy a přizpůsobit vlastnímu způsobu výkladu a vedení hodiny. U vybraných témat (zejména u frontální – výkladové části) jsou v příslušných prezentacích v části „poznámky“ uvedeny komentáře k tématu a jednotlivým snímkům (určeno převážně pro pedagogy jako výukový materiál, resp. stručný výklad daného tématu).*

# 10. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- (1) Technologické inovační centrum s.r.o. Analýza vzdělávání žáků středních škol ve Zlínském kraji v oblasti podnikání – závěrečná zpráva. (2019).
- (2) Dlouhodobý záměr vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy Zlínského kraje 2016. (2021).  
Dostupné také z: <https://www.kr-zlinsky.cz/strategicke-a-koncepcni-dokumenty-cl-47.html>.
- (3) Dlouhodobý záměr vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy Zlínského kraje 2020. (2021).  
Dostupné také z: <https://www.kr-zlinsky.cz/strategicke-a-koncepcni-dokumenty-cl-47.html>.
- (4) Doporučení Evropského parlamentu a Rady o klíčových schopnostech pro celoživotní učení. (2021).  
Dostupné také z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006H0962&from=SV>
- (5) Konečný, P. a kol. (2014). Zakládáme inovační firmu, příručka zpracovaná v rámci projektu SPolupráce, INovace, NETworking vědeckotechnických parků a vysokých škol, č. CZ 1.07/2.4.00/17.0094, Společnost vědeckotechnických park ČR.
- (6) Krajský akční plán rozvoje vzdělávání pro území Zlínského kraje. (2021).  
Dostupné také z: <https://www.kr-zlinsky.cz/krajsky-akcni-plan-rozvoje-vzdelavani-pro-uzemi-zlinskeho-kraje-cl-4310.html>.
- (7) Lean Canvas - Lean Startup CZ: Lean Canvas. (2021).  
Dostupné také z: <http://www.leanstartup.cz/lean-canvas/>.
- (8) Maurya, A. (2016). Lean podnikání: přejděte od plánu A k plánu, který funguje. V Brně: BizBooks. 230 s. ISBN 978-80-265-0506-8.
- (9) Národní pedagogický institut České republiky. (2021).  
Dostupné také z: <http://www.nuv.cz/p-kap/zpravy>.
- (10) Novák P., Konečný P. (2018). Business akademie. Ve Zlíně: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně.  
<https://fame.utb.cz/mdocs-posts/pa-seminare-final/> (semináře).
- (11) Strategyzer: The Business Model Canvas. (2021).  
Dostupné také z: <https://strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>.

- (12) Švejda, P. a kol. (2007). Inovační podnikání. Praha: AIP ČR. ISBN 978-80-903153-6-6.
- (13) Zámečník R., Novák P., Konečný P. (2018). Business akademie. Ve Zlíně: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. <https://fame.utb.cz/mdocs-posts/pa-prednaska-final/> (přednášky).
- (14) Zákon č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník
- (15) Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích
- (16) Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce
- (17) Zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



**TIC © 2023**

[www.ticzlin.cz](http://www.ticzlin.cz)