

IO1 – Školící program
Verze pro překlad



**Building Problem-solving Skills of Youth to Address
Environmental and Climate Change Issues**

Obsah

Úvod školení projektu Solution Not Pollution - Řešení ne znečištění	4
Struktura školení.....	4
Samořízené výukové materiály pro pracovníky s mládeží	5
Modul 1 – Změna klimatu a opatření v oblasti klimatu pod vedením mládeže	5
Na základě dvou samořízených vzdělávacích zasedání modulu " Změna klimatu a opatření v oblasti klimatu pod vedením mládeže" získají studenti tyto dovednosti:.....	6
Glosář	12
Případová studie pro modul 1	13
Případová studie 1 – Změna klimatu a akce v oblasti klimatu pod vedením mládeže	13
Případová studie 2 – Změna klimatu a akce v oblasti klimatu pod vedením mládeže	15
Modul 2 - Online a sociální podnikání	21
Podnikání, podnikání online a sociální podnikání.....	22
Definování podnikání a podnikatele	22
Podnikání v oblasti životního prostředí	24
Obchodní plánování pro on-line a sociální podniky	26
Obchodní modely online a sociálního podnikání.....	28
Obchodní modely sociálního podnikání	28
Online podnikatelské obchodní modely	28
Skupinové financování a alternativní možnosti financování	30
Případová studie pro modul 2	32
Případová studie 1 – Online a sociální podnikání	32
Případová studie 2 – Online a sociální podnikání	34
Samořízené vzdělávací aktivity – online a sociální podnikatelský modul	37
Sebeřízené učení Aktivita 2 - Online a sociální podnikání	41
Učení založené na výzvách – Osobní obsah	44
Podklady a pracovní listy	44
Seznamy aktivit pro úvod do teorie učení založené na výzvách	44
Aktivní listy pro rozvíjení WebQuestu - "Jak rozvíjet WebQuest" WebQuest.....	50
Pokyny pro vývoj WebQuestu	64
Co je WebQuest?	64
Příloha I – Plány lekcí pro osobní moduly	79



Modul 1 – Úvod do teorie učení založené na výzvách	79
Modul 2 - Vývoj WebQuestu výzvy	88
Modul 3 - Hodnocení a používání webových odkazů v práci s mládeží	91
Příloha I.I – Činnosti pro lámaní zábran pro učební plány	101
Příloha I.II – Evaluační činnost pro učební plány	106
Příloha II – Další výukové zdroje pro samořízené učení	107
Další výukové zdroje pro online a sociální podnikání	111
Další studijní zdroj R2.3.....	113
Příloha II - Odkazy	115



Úvod školení projektu Solution Not Pollution - Řešení ne znečištění

Toto školení pro profesionály v první linii a v oblasti mládeže bylo vyvinuto na základě partnerství s mládežnickými organizacemi a školiteli, které pracuje na podpoře nepřetržitého profesionálního rozvoje (CPD) profesionálů v první linii v rámci projektu Solution Not Pollution - Řešení ne znečištění. Projekt Řešení ne znečištění s úplným názvem " Řešení ne znečištění – Budování dovedností mládeže řešících problémy k řešení otázek životního prostředí a změny klimatu". Cílem odborné přípravy je podporovat odborníky v oblasti mládeže v procesu zvyšování kvalifikace, aby mohli do své praxe práce s mládeží vnést řadu nových témat a technik a mohli pilotovat některé inovativní vzdělávací metody a přístupy s mladými lidmi v jejich skupině nebo středisku.

Struktura školení

Cílem tohoto vzdělávacího programu je podporovat pracovníky s mládeží a pedagogy v první linii, kteří jsou ve službě, tedy odborníky, kteří v současné době pracují s mladými lidmi na okraji společnosti marginalizované a těžko dosažitelné, začlenit vzdělávání v oblasti klimatu, porozumění on-line a sociálnímu podnikání a praxi poskytování vzdělávacích činností založených na výzvách do své praxe práce s mládeží. Kromě toho má tato odborná příprava rovněž zajistit, aby pracovníci s mládeží mohli začlenit výzvy v oblasti „Řešení ne znečištění“ z hlediska změny klimatu (IO2), do své praxe v oblasti práce s mládeží. Dalším cílem této odborné přípravy je poskytnout mladým pracovníkům a odborníkům v celé Evropě inovativní vzdělávací příležitosti, které pak mohou přenést na mladé lidi, kteří se zabývají jejich službami.

Školení zahrnuje 21 hodin osobního učení, které pracovníkům s mládeží poskytuje pokyny k následujícím tématům:

- 7 hodin pro představení teorie učení založeného na výzvách
- 7 hodin pro vývoj WebQuest výzev
- 7 hodin pro hodnocení WebQuest výzev a lekce plánování použití WebQuestů v práci s mládeží

Listy aktivit, podklady, doplňkové materiály a šablony, které si budete muset vzít k dokončení tohoto 21hodinového osobního učení, jsou uvedeny dále v této příručce pro studenty.

Praktické osobní školení je dále doplněno 14hodinovým online samořízeným učením, které se zabývá následujícími tématy:

- 7 hodin samořízeného vzdělávacího obsahu věnovaného změně klimatu



- 7 hodin samořízeného vzdělávacího obsahu věnovaného online a sociálnímu podnikání

Další část této příručky pro studenty obsahuje obsah, který budete potřebovat k dokončení 14 hodin učení se samořízeným výukovým materiálem.

Samořízené výukové materiály pro pracovníky s mládeží

Následující část obsahuje obsah pro samořízenou výuku, který budete potřebovat k pokrytí 14 hodin učení na následující témata:

- Změna klimatu a opatření v oblasti klimatu pod vedením mládeže
- Online a sociální podnikání

Modul 1 – Změna klimatu a opatření v oblasti klimatu pod vedením mládeže

Modul "Změna klimatu a opatření v oblasti klimatu pod vedením mládeže" zahrnuje 7 hodin samořízeného učení, které pracovníkům s mládeží umožňuje budovat své základní dovednosti, aby je podpořili při začleňování vzdělávání v oblasti změny klimatu do jejich každodenních činností v oblasti rozvoje mládeže. Tento modul se zabývá hlavními výzvami v oblasti změny klimatu a zajišťuje, aby pracovníci s mládeží byli vyškoleni k tomu, aby při práci se svými cílovými skupinami dodržovali přístupy k osvědčeným postupům a usilovali o nalezení řešení, která by mohla pozitivně ovlivnit problém změny klimatu.

Modul "Změna klimatu a opatření v oblasti klimatu pod vedením mládeže" se skládá ze dvou zasedání (každé trvající 3,5 hodiny) zabývajících se dvěma různými rozměry problémů v oblasti změny klimatu, které jsou potřebné k odborné přípravě pracovníků s mládeží při poskytování environmentálního vzdělávání mladým lidem:

- **Změna klimatu:** toto zasedání se zabývá následujícími tématy - výzvami v oblasti změny klimatu, kterým Evropa a širší svět čelí; návyky a chováním, které přispívají ke změně klimatu a právními předpisy v Evropské unii (EU)
- **Opatření v oblasti klimatu pod vedením mládeže:** toto zasedání poskytuje informace o protestech proti změně klimatu vedených mládeží a důležitosti opatření proti změně klimatu, nejen protestováním.

"Zasedání o změně klimatu" seznámí pracovníky s mládeží s hlavními výzvami v oblasti změny klimatu a poskytne jim pevný základ v ústředním tématu Řešení neznečištění-změna klimatu.



Tato část se bude zabývat různými aspekty změny klimatu a poskytne teoretický obsah a osvědčené postupy, které zvýší povědomí studentů o změně klimatu. Učební zdroje budou zejména poskytovat klíčové pojmy týkající se změny klimatu, představy o nejvýznamnějších výzvách v oblasti změny klimatu, kterým čelí Evropa a širší svět, jak mohou naše zvyky a chování přispět ke změně klimatu, znalosti o dopadech změny klimatu v jejich vlastní zemi a právní předpisy v oblasti klimatu v Evropské unii.

Zasedání "Opatření v oblasti klimatu pod vedením mládeže" se zaměří na zapojení mladých lidí v oblasti změny klimatu. Tento oddíl bude zahrnovat teoretické znalosti klíčových případových studií týkajících se změny klimatu, znalosti o protestech proti změně klimatu vedenými mladými lidmi, obsah související s významem přijetí opatření proti změně klimatu a zásadní rozdíl mezi přijetím pozitivního a aktivního chování boje proti změně klimatu a spravedlivým protestem.

Na základě dvou samořízených vzdělávacích zasedání modulu " Změna klimatu a opatření v oblasti klimatu pod vedením mládeže" získají studenti tyto dovednosti:

- Popis, co znamená změna klimatu.
- Definování klíčových pojmů souvisejících se změnou klimatu.
- Diskuse o tom, proč změna klimatu představuje vážnou hrozbu pro lidský, živočišný, rostlinný a mořský život.
- Diskuse o hlavních výzvách v oblasti změny klimatu, jimž Evropa čelí.
- Diskuse o tom, jak naše zvyky mohou přispět ke změně klimatu.
- Uplatňování výzkumných dovedností k pochopení problémů v oblasti změny klimatu ve své vlastní zemi.
- Zkoumání evropských opatření v oblasti klimatu.
- Popis toho, co mohou mladí lidé udělat pro řešení změny klimatu.
- Činění Informovaných rozhodnutí o otázkách změny klimatu.
- Uplatňování případových studií v jejich praxi práce s mládeží ke zvýšení povědomí mezi mladými lidmi.

Zasedání "Změna klimatu" tohoto modulu bude trvat 3,5 hodiny a je rozděleno do několika činností a to následovně:

- **Teoretická kapitola:** Tato část vám poskytne základní znalosti o změně klimatu a výzvách, kterým země EU čelí v souvislosti se změnou klimatu.
- **Případová studie:** Tato část vám poskytne příklad dobré praxe s názvem: "Hip-Hop Environmentální aktivismus: Xiuhtezcatl Martinez".
- **Samořízená vzdělávací činnost:** Tato aktivita vám pomůže realizovat identifikovanou správnou praxi se skupinou mladých lidí.



- **Další výukové materiály:** Tato část obsahuje další materiály pro čtení a výuku, pokud se chcete dozvědět více o tématu ve svém volném čase.

Zasedání "Opatření v oblasti klimatu pod vedením mládeže" bude trvat 3 hodiny a 30 minut a je rozděleno do několika činností a to takto:

- **Teoretická kapitola:** Tato část poskytne obecný přehled o formách zapojení mládeže a akcí pro planetu.
- **Případová studie:** Tato část vám poskytne příklad dobré praxe s názvem: "Jak mladí klimatičtí krizoví aktivisté změnili svět."
- **Samořízená vzdělávací činnost:** Tato aktivita vám pomůže realizovat identifikovanou správnou praxi se skupinou mladých lidí.
- **Další výukové materiály:** V této části jsou uvedeny cenné zdroje, které vám poskytnou další informace a zdroje o opatřeních v oblasti životního prostředí vedených mladými lidmi.



Za prvé, abychom vám tato témata představili, připravili jsme pro vás následující krátká instruktážní videa. Navštivte tyto odkazy:

- Úvod do změny klimatu:
<https://www.dropbox.com/s/dr60vsavaz0003d/Climate%20Change%20FINAL.mp4?dl=0>
- Změna klimatu a opatření v oblasti klimatu pod vedením mládeže:
<https://www.dropbox.com/s/etxgyrmts1sov9d/Youth%20Led%20Climate%20Change%20FINAL.mp4?dl=0>

Teoretický obsah

Změna klimatu

Globální oteplování je pozorování nárůstu průměrné teploty Země po dlouhou dobu. Nazývá se také „změna klimatu“ nebo „narušení podnebí“, protože v klimatických jevech dochází k významným změnám: více vln veder nebo naopak více srážek, častější bouře nebo hurikány atd. Je otázkou studia a předvídání teplotní odchylky pro celou planetu a po dlouhou dobu (rozsáhlá studie klimatu), a nikoli teplotní proměnlivosti za několik dní nebo za sezónu (předpovědi počasí).



Změna klimatu je globální fenomén, který vyžaduje globální reakci. Vědci varují, že pokud nebudou přijata naléhavá opatření, je pravděpodobné, že globální oteplování překročí předindustriální úroveň o více než 2 ° C do roku 2060, nebo dokonce o 5 ° C před koncem století. Evropská unie (EU) jako globální hráč má svůj díl odpovědnosti a musí hrát hlavní roli. Článek 191 Smlouvy o fungování Evropské unie výslovně zakotvuje boj proti změně klimatu jako cíl politiky Unie v oblasti životního prostředí¹. Proto je EU jako právní subjekt rovněž signatářem Pařížské dohody, jejímž cílem je udržet nárůst globální teploty hluboko pod 2 ° C a pokračovat v úsilí omezit tento nárůst na 1,5 ° C. Členské státy EU se dohodly na cíli dosažení klimatické neutrality² do roku 2050 v souladu s Pařížskou dohodou.

Podívejme se blíže na Pařížskou dohodu³, abychom zjistili, jaká opatření jsou navržena na mezinárodní úrovni v boji proti změně klimatu. Pařížská dohoda je první všeobecnou dohodou o klimatu a globálním oteplení. Navazuje na jednání o změně klimatu v roce 2015 na Pařížské konferenci o změně klimatu (COP21) Rámcové úmluvy Organizace spojených národů o změně klimatu (UNFCCC). Do února 2020 podepsalo dohodu 194 států a Evropská unie. 188 států a EU, které představují téměř 97 % celosvětových emisí skleníkových plynů, dohodu ratifikovaly nebo k ní přistoupily, včetně Číny, Spojených států (které oznámily OSN své rozhodnutí odstoupit od dohody) a Indie; země se třemi ze čtyř největších emisí skleníkových plynů z celkového počtu členů UNFCCC (přibližně 42 % dohromady). Všech 197 členů UNFCCC podepsalo Pařížskou dohodu nebo k ní přistoupilo.

Dohoda je pro státy pouze částečně "právně závazná". Velcí producenti emisí CO₂, Spojené státy, Čína, Indie, Brazílie, Kanada a Rusko, které samy o sobě představují více než polovinu emisí, mají záměrně snižovat své uhlíkové znečištění sami, aniž by byl zaveden účinný měřicí mechanismus a bez finančních pobídek. Je to tedy překlad dohody do



¹ Consolidated version of the Treaty on the Functioning of the European Union - PART THREE: UNION POLICIES AND INTERNAL ACTIONS - TITLE XX: ENVIRONMENT - Article 191 (ex Article 174 TEC);

²

³ Find the whole agreement here: https://unfccc.int/sites/default/files/english_paris_agreement.pdf



vnitrostátních právních předpisů každého státu od roku 2016, který bude skutečně určovat úroveň omezení.

EU chce být hnací silou v boji proti změně klimatu. V roce 2014 byl schválen rámec pro opatření v oblasti klimatu a energetiky do roku 2030 a spolu s ním byl nastíněn ambiciózní soubor cílů pro období 2021–2030. Stanovením těchto cílů se EU zavázala snížit do roku 2030 své emise skleníkových plynů nejméně o 40 % ve srovnání s úrovněmi z roku 1990.

Jakmile byly cíle přijaty, EU zavedla opatření a měření k zajištění jejich dosažení. Zde jsou některé z nejnovějších právních předpisů:

- V květnu 2018 přijala EU nová pravidla pro nakládání s odpady a stanovila právně závazné cíle v oblasti recyklace.
- V dubnu 2019 byly zavedeny přísnější emisní limity CO₂ pro osobní automobily a dodávky.
- V květnu 2019 přijala EU zákaz plastových výrobků na jedno použití.
- V červnu 2019 byly stanoveny limity pro nákladní automobily a jiná těžká nákladní vozidla.
- V prosinci 2019 vedoucí představitelé EU podpořili cíl dosáhnout do roku 2050 klimaticky neutrální EU. Polsko se v této fázi nemohlo zavázat k plnění tohoto cíle a Evropská rada tuto otázku přezkoumá v červnu 2020.

Rozhodnutí přijatá EU v boji proti změně klimatu jsou dobrým začátkem, ale neuspokojují aktivisty. Každý občan je touto velkou výzvou znepokojen a mladí lidé ukázali, že jsou v tomto boji předními aktéry.

Akce v oblasti klimatu pod vedením mládeže

"Život v plastu není fantastický", tvrdí lepenková cedule, kterou drží teenager v Tiraně během globálních protestů proti změně klimatu v září 2019. V posledních několika letech jsme zaznamenali rostoucí počet mladých lidí, kteří vyšli do ulic, aby demonstrovali a protestovali proti otázkám životního prostředí popsaným v oddíle 1 tohoto modulu "Změna klimatu"; mají obavy o svou budoucnost a jsou rozzlobení na světové lídry za to, že nejsou schopni řešit změnu klimatu adekvátně. Mladí lidé, kteří jsou obvykle vyloučeni z rozhodovacího procesu zemí, vzali záležitost změny klimatu do svých rukou a rozhodli se hrát aktivní roli v celosvětovém boji proti změně klimatu. Začali debatu řídit pomocí nástrojů, které znají nejlépe: Facebook, Instagram, Snapshot, YouTube a další sociální média.



Rok 2019 byl rokem globálních klimatických protestů, kdy Greta Thunberg řídila mobilizaci milionů mladých lidí po celém světě. Greta však dala hlas pouze generaci mladých klimatických demonstrantů, kteří se v předchozích letech formovali jako reakce na zjevný nedostatek úsilí světových lídrů v boji proti změně klimatu. Pokud politici nezakročí, můžeme očekávat, že mladí lidé budou jednat, budou pracovat v terénu, aby podpořili nové lídry, kteří se více angažují v oblasti životního prostředí. I když ještě nemohou volit, existuje mnoho způsobů, jak mohou utvářet světovou politiku a budoucnost. Rozhodně není náhoda, že se celosvětové demonstrace v oblasti změny klimatu konaly v září 2019 před summitem OSN o klimatu, jehož cílem bylo vnést naléhavost do vládních opatření k omezení nárůstu globálních teplot na 1,5 °C, jak bylo dohodnuto v Pařížské dohodě z roku 2015. Nikdy předtím jsme neviděli tak obrovské shromáždění mladých demonstrantů a protestantů. Podle New York Times, se mladí lidé "ukázali v Berlíně, kde policie odhaduje 100 000 účastníků, s podobným počtem v Melbourne a Londýně. [...] Po desítkách na některých místech i po desítkách tisíc na jiných místech, kde demonstrovali mladí lidé ve městech jako Manila, Kampala a Rio de Janeiro. Skupina vědců se shromáždila v Antarktidě."

Tyto masivní mobilizace a protesty znamenají začátek důležitých změn v globální mentalitě a postoji ke změně klimatu. Avšak pouhým protestem hrozí, že zapojení mladých lidí do pohybu v oblasti změny klimatu zůstane sterilní, neúčinné, ba dokonce kontraproduktivní, pokud na něj nebudou následovat konstruktivnější a cílenější iniciativy. Protesty mohou z nějakého důvodu získat vítězství, ale nebojují v legálních bitvách, které umožňují změnu. Projev Martina Luthera Kinga "Mám sen" motivoval lidi, aby vyšli do ulic v obrovském pochodu, ale tyto demonstrace byly jen malou částí strategie přijaté hnutím za občanská práva v USA v šedesátých letech, jejichž kroky vedly ke zrušení segregace v Americe.

Obdobně platí, že chtějí-li mladí lidé provést skutečnou změnu a zastavit změnu klimatu, mladí klimatičtí demonstranti musí udělat víc než jen demonstrovat. Aniž by se mladí lidé vzdali pouličních protestů a demonstrací, musí být podporováni, aby navazovali na tento aktivismus a posílili svou angažovanost prostřednictvím konkrétních promyšlených akcí.

Evropská unie nabízí několik nástrojů, které lidem dávají příležitost promluvit a navrhnout nápady a řešení, které ovlivní politická opatření v souvislosti se změnou klimatu. Mezi ně patří:

- **Veřejné konzultace**, které občanům umožňují vyjádřit své názory na rozsah, priority a přidanou hodnotu opatření EU pro nové iniciativy nebo hodnocení stávajících politik a právních předpisů. Jde o to, aby vedoucí představitelé EU vyjádřili svůj názor, abychom jim pomohli vybrat správné priority, které budou v souladu s vůlí lidu pro nadcházející roky. V současné době je otevřena široká škála konzultací, které mohou



shromažďovat zpětnou vazbu občanů týkající se změny klimatu. Například veřejná internetová konzultace⁴ o strategii přizpůsobení, kterou předložila Evropská zelená dohoda, vyzývá zúčastněné strany a občany, aby informovali o návrhu nové strategie.

- **Evropské občanské iniciativy**, které jsou pro občany jedinečným a inovativním způsobem, jak utvářet Evropu, a to výzvou Evropské komisi, aby předložila legislativní návrh. Jakmile iniciativa shromáždí 1 milion podpisů, Komise rozhodne, jaká následná opatření mají podnikat. Iniciativa umožňuje občanům z různých členských států, aby se spojili kvůli problému, který je jim blízký, s cílem ovlivnit tvorbu politiky EU. Bylo zahájeno několik iniciativ týkajících se otázek životního prostředí.⁵
- **Občanské dialogy**, které jsou veřejnou rozpravou s evropskými komisaři a dalšími rozhodovacími orgány EU, jako jsou poslanci Evropského parlamentu, národní, regionální a místní politici.⁶ Tyto události mají podobu relace otázek a odpovědí. Řešení změny klimatu vyžaduje, abychom všichni spolupracovali. Je to vaše šance spojit se a klást politikům EU otázky, komentovat je a říkat jim, jak na vás politiky EU mají vliv. Můžete se také podělit o své představy o budoucnosti Evropy obecně a zejména o budoucnosti životního prostředí. Takové dialogy o změně klimatu a dalších tématech se konají ve městech v celé EU, zasedání se lze bezplatně účastnit a mnoho z nich se vysílá živě online. Tyto dialogy jsou účinným prostředkem ke snížení rozvratu a k napomáhání kultivaci empatie a nalezení společného základu mezi evropskými občany a politiky, kteří jim slouží.
- **Petice** jsou rovněž užitečným nástrojem k zajištění toho, aby všichni občané EU měli možnost komunikovat s Parlamentem a vyjadřovat své petiční právo⁷, které je jedním ze základních práv všech evropských občanů a obyvatel, zakotvených jak ve Smlouvě, tak v Listině základních práv. Stovky petic týkajících se environmentálních témat připravují každý rok evropští občané.⁸

Kromě těchto nástrojů, které jsou speciálně vytvořeny Evropskou komisí, aby každému poskytly příležitost aktivně se účastnit debat a akcí týkajících se změny klimatu, mají mladí lidé také jiné způsoby, jak se aktivně zapojit do environmentálních iniciativ.

Jedním z takových způsobů je zapojit se do mládežnických skupin. V každém členském státě EU existuje několik místních a národních mládežnických organizací, které plánují a provádějí opatření pro životní prostředí. Děti, teenageři a mladí dospělí berou věci do vlastních rukou po celém světě. Mladí lidé se mohou k těmto skupinám připojit a pomoci jim rozvíjet jejich

⁴ https://ec.europa.eu/clima/news/commission-launches-online-public-consultation-new-eu-strategy-adaptation-climate-change_en

⁵ https://europa.eu/citizens-initiative/home_en

⁶ https://ec.europa.eu/info/events/citizens-dialogues_en

⁷ https://ec.europa.eu/info/about-european-commission/get-involved/petition-eu_en

⁸ <https://petiport.secure.europarl.europa.eu/petitions/en/home>



pohyb tím, že je budou podporovat, jak mohou, a pomáhat jim rozvíjet jejich členství. Mladí lidé potřebují najít skupinu ve své místní komunitě a zeptat se, jak mohou pomoci.

Hlasování je také mocným nástrojem ke změně klimatické situace. I když je většina mladých lidí ještě příliš mladá na to, aby mohla volit, mohou se informovat o demokratickém volebním procesu ve své zemi a požádat své rodiče, učitele a pracovníky s mládeží o informace o tom, jak nejlépe se mohou připravit, když mají možnost volit.

Glosář

- **Dialogy s občany:** Jedná se o veřejné diskuse s evropskými komisaři a dalšími rozhodovacími orgány EU, jako jsou poslanci Evropského parlamentu, národní, regionální a místní politici
- **Změna klimatu:** Změna klimatu znamená dlouhodobý posun v globálních nebo regionálních klimatických vzorcích. Změna podnebí se často týká konkrétně nárůstu globálních teplot od poloviny 20. století do současnosti (National Geographic).
- **Evropské občanské iniciativy:** Nástroj vytvořený Evropskou komisí, který občanům z různých členských států umožňuje vyzvat Evropskou komisi, aby předložila legislativní návrh týkající se konkrétní otázky.
- **Globální oteplování:** Postupné zvyšování celkové teploty zemské atmosféry v důsledku skleníkového efektu způsobeného zvýšeným obsahem oxidu uhličitého, CFC a dalších znečišťujících látek (Oxford Reference).
- **Emise skleníkových plynů:** Emise jakéhokoli z různých plynů do zemské atmosféry, zejména oxidu uhličitého, který přispívá ke skleníkovému efektu (Collinsův slovník).
- **Pařížská dohoda:** Mezinárodní dohoda, která stanoví globální rámec pro předcházení nebezpečným změnám klimatu omezením globálního oteplování výrazně pod 2 °C a úsilím o jeho omezení na 1,5 °C. Jejím cílem je rovněž posílit schopnost zemí vypořádat se s dopady změny klimatu a podpořit je v jejich úsilí.
- **Petice:** Dokument podepsaný velkým počtem lidí, kteří požadují nebo žádají o nějakou akci od vlády nebo jiného orgánu (Cambridge anglický slovník).
- **Veřejné konzultace:** Nástroj vytvořený Evropskou unií, který umožňuje všem občanům vyjádřit své názory na rozsah, priority a přidanou hodnotu opatření EU pro nové iniciativy nebo hodnocení stávajících politik a právních předpisů.
- **Veřejné debaty:** Formální prezentace deklarovaného návrhu a opozice vůči němu (vocabulary.com).
- **Rámcová úmluva Organizace spojených národů o změně klimatu (UNFCCC):** Mezinárodní smlouva o životním prostředí přijatá dne 9. května 1992 a otevřená k podpisu na summitu Země v brazilském Riu de Janeiru. Rámec stanoví nezávazné limity emisí skleníkových plynů pro jednotlivé země a neobsahuje žádné donucovací



mechanismy. Rámec místo toho nastiňuje, jak lze vyjednat konkrétní mezinárodní smlouvy (nazývané „protokoly“ nebo „dohody“), které stanoví další opatření směřující k dosažení cíle UNFCCC.

- **Zapojení mládeže:** Mínění, které mladí lidé cítí vůči určité osobě, aktivitě, místu nebo výsledku. Zaměřilo se na rozvoj mládeže, veřejné politiky a hnutí sociálních změn, po dobu nejméně čtyřiceti let (Pittman, 2005).

Případová studie pro modul 1

Případová studie 1 – Změna klimatu a akce v oblasti klimatu pod vedením mládeže

Název modulu	Změna klimatu a akce v oblasti klimatu pod vedením mládeže		
Název případové studie	Hip-Hop environmentální aktivismus: Xiuhtezcatl Martinez	Kód případové studie	Případová studie CS1.1
Typ zdroje	Případová studie (CS)	Typ učení	Samořízené učení
Doba trvání aktivity (v minutách)	30	Výsledek učení	Po shlédnutí tohoto videa budete moci: <ul style="list-style-type: none"> - Nechat se inspirovat tímto vedoucím mládeže - Chápat, že existuje několik způsobů, jak zapojit mladé lidi (např. prostřednictvím hudby) - Vysvětlit mladým lidem, co mohou udělat, aby se zapojili



		- Vysvětlit, že existuje několik způsobů, jak jednat
Cíl činnosti	Cílem sledování tohoto videa je studovat neobvyklý profil mladého klimatického aktivisty. Ve skutečnosti, Xiuhtezcatl je environmentální aktivista a hip hop umělec. Svou hudbu používá k tomu, aby se vypořádal se změnou klimatu a šířil slova o nutnosti jednání. Jeho akce se přímo zaměřují na mladé lidi a jeho způsob, jak toto téma adresovat přímo publiku mladých lidí, je opravdu inspirativní.	
Úvod	<p>Změna klimatu již není mýtus, je to naše realita. Tématem se zabývají mladí lidé, jako je známá aktivistka Greta Thunberg, která přímo žádá vlády, aby začaly jednat.</p> <p>Toto video vám představí dalšího mladého aktivistu jménem Xiuhtezcatl Martinez. Je ředitelem mládeže v Earth Guardians (Strážci Země), celosvětové ochranné organizaci, ale je také hip-hopovým umělcem, který pomocí své hudby přenáší své poselství mladým lidem.</p>	
Výzva	Toto video vám pomůže vidět rozmanitost způsobů, jak zapojit mladé lidi, pokud jde o změnu klimatu a rozmanitost profilů mladých vůdců, kteří investují své zdroje do boje proti změně klimatu.	
Úkol	<p>Podívejte se na video “Hip-Hop Environmental Activism: Xiuhtezcatl Martinez” by <i>TEDxYouth@MileHigh</i>: https://www.youtube.com/watch?v=o2V2yVkedtM</p> <p>A začněte přemýšlet (po shlédnutí videa) o jeho obsahu tak, že se pokusíte odpovědět na následující otázky:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jaké dovednosti by měly být použity při oslovení publika mladých lidí? - Proč je Xiuhtezcatlova řeč tak inspirující? - Jaké lekce si můžete vzít z této případové studie, abyste se podělili s mladými lidmi ve vaší skupině? 	



- Na základě reflexe z tohoto videa navrhnete aktivitu, kterou můžete dokončit s mladými lidmi ve vaší skupině.

Případová studie 2 – Změna klimatu a akce v oblasti klimatu pod vedením mládeže

Název modulu	Změna klimatu a akce v oblasti klimatu pod vedením mládeže		
Název případové studie	Jak mladí klimatičtí krizoví aktivisté změnili svět	Kód případové studie	Případová studie CS1.2
Typ zdroje	Případová studie (CS)	Typ učení	Samořízené učení
Doba trvání aktivity (v minutách)	30	Výsledek učení	<p>Po shlédnutí tohoto videa budete moci:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Popsat, co mohou mladí lidé udělat pro řešení změny klimatu - Zúčastnit se diskuse o klimatických protestech vedených mladými lidmi - Vysvětlit, proč je důležité přijmout opatření proti změně klimatu a jít nad rámec pouhých protestů



Cíl činnosti	<p>Cílem této aktivity je představit vám případovou studii ukazující aktivní a konstruktivní zapojení mladých lidí do výzvy změny klimatu. V této aktivitě vám ukážeme video, kde se dozvíte více o těchto mladých aktivistech a jaké strategie používají, aby zajistili, že jejich hlasy budou slyšet. Sledováním tohoto videa získáte případovou studii, kterou můžete sdílet s mladými lidmi ve vaší skupině; příklad pro všechny mladé lidi, kteří se chtějí postavit za planetu.</p>
Úvod	<p>Po celém světě jsou klimatické pohyby mládeže na vzestupu! Získávají podporu a díky této podpoře je začínají slyšet globální vůdci a tvůrci politik. Jejich cílem je zvýšit povědomí o změně klimatu. "Měli jste budoucnost!" Takže, i my bychom měli mít! ". Rok 2019 bude připomínán jako rok, kdy mládež převzala výzvu v oblasti změny klimatu. Na rok 2019 se bude vzpomínat jako na rok, kdy mladí lidé převzali výzvu v oblasti změny klimatu.</p> <p>Video navržené pro tuto případovou studii ukazuje největší okamžiky roku 2019, kdy mladí lidé zorganizovali stovky stávek a opatření, aby vedli boj proti klimatické krizi. Od školních stávek a pátečních stávek pro budoucí hnutí až po veřejné a televizní dialogy a demonstrace, mladí aktivisté jsou protagonisty boje za životní prostředí.</p> <p>Všichni známe jméno, Greta Thunberg, a možná jsme dokonce poslouchali její projev v OSN. Mládežnické hnutí vedené mládeží je ale větší než Greta. Existuje několik mladých protestujících v oblasti klimatu, kteří plánují, připravují, rozvíjejí a realizují inovativní iniciativy, aby zajistili, že jejich hlasy budou vyslyšeny jejich vládami a tvůrci politik. Takto se rozhodnou bojovat proti změně klimatu.</p>



Výzva	<p>Video „Jak mladí aktivisté v oblasti klimatické krize změnili svět“ ukazuje velké úsilí mladých aktivistů o to, aby se výzva v oblasti klimatu dostala do středu politické debaty, aby bylo možné změnit jejich budoucnost.</p> <p>Video poskytuje mnoho informací a nápadů o tom, jak se můžeme zapojit do boje proti změně klimatu, a jak můžeme mobilizovat další pro podporu pro životní prostředí efektivním způsobem.</p> <p>V této případové studii uvidíte, jak mladí lidé ovlivňují změnu, nesdílejí jednoduše příspěvky na Facebooku, nepodepisují online petice a běžně pracují; zvyšují povědomí a přijímají opatření k zajištění budoucnosti naší planety.</p>
Úkol	<p>Podívejte se na video “Jak mladí klimatičtí krizoví aktivisté změnili svět” by <i>NowThis News</i>: https://www.youtube.com/watch?v=XU0PnoCOXpU</p> <p>Po shlédnutí tohoto videa se zamyslete nad obsahem videa a odpovězte na následující otázky:</p> <ul style="list-style-type: none">• Co motivovalo mladé lidi v tomto videu k činu?• Jsou hnutí vedená mládeží profilovaná v tomto videu mírová? Jsou proaktivní nebo reakční?• Je možné ovlivňovat politiku prostřednictvím pacifistických klimatických opatření? Jak?• Čeho Jamie Margolin dosáhl a jak?• Jakými prostředky musí mladí lidé zvyšovat povědomí o změně klimatu?• Jaké lekce si můžete vzít z této případové studie, abyste se podělili s mladými lidmi ve vaší skupině?• Můžete začít místní projekt s globálním hashtagem?• Když se nad tímto videem zamyslíte, navrhnete aktivitu, kterou můžete doplnit s mladými lidmi ve vaší skupině.



Samořízená vzdělávací aktivita - Modul pro změnu klimatu

Název modulu	Změna klimatu a akce v oblasti klimatu pod vedením mládeže		
Activity Title	Virtuální život: skutečný ekologický dopad!	Kód aktivity	A1.1
Typ zdroje	Listy aktivit (AS)	Typ učení	Samořízené učení
Doba trvání aktivity (v minutách)	120	Výsledek učení	Na konci této aktivity byste měli být schopni: <ul style="list-style-type: none"> - Lépe pochopit uhlíkový cyklus - Lépe porozumět své uhlíkové stopě na Zemi - Pochopit, jak online aktivity ovlivňují ekologii - Pochopit ekologické důsledky 5G
Cíl činnosti	Tato činnost vám pomůže prohloubit vaše znalosti o ekologickém dopadu naší lidské činnosti. Zaměří se na on-line aktivity. Pomůže vám lépe porozumět těmto tématům, abyste mohli navrhnout vysoce kvalitní aktivitu, která bude realizována s mladými lidmi.		



Materiály potřebné pro činnost	<ul style="list-style-type: none">- Počítače- Připojení k internetu- Papír a pero
Podrobné pokyny	<p>Krok 1: Předběžné výzkumy</p> <ul style="list-style-type: none">- Pochopení uhlíkového cyklu Toto téma je vám určitě povědomé, ale pravděpodobně si ho musíte osvěžit! Pomocí vyhledávače, jako je Ecosia, získáte více informací o uhlíkovém cyklu a o tom, jak funguje. Neváhejte si dělat poznámky, které použijete při usnadnění činnosti se skupinou mladých lidí. Na YouTube existuje několik videí, která poskytují užitečný a vzdělávací obsah, který můžete použít k představení tohoto tématu mladým lidem.- Prohloubení svých znalostí o ekologickém dopadu on-line aktivit Několik zdrojů na internetu se zabývá ekologickým dopadem našich online aktivit. Například víte, že průměrný spamový e-mail má stopu ekvivalentní 0,3 g emisí oxidu uhličitého (CO₂e), podle knihy odborníka na uhlíkovou stopu Mika Berners-Lee z roku 2010 Jak špatné jsou banány: uhlíková stopa všeho. Normální e-mail má podle této knihy stopu 4 g CO₂e, což odpovídá energii, kterou datová centra a počítače utrácejí za odesílání, filtrování a čtení zpráv. E-mail s „dlouhým a únavným připojením“ může mít uhlíkovou stopu 50 g CO₂e. Berners-Lee odhaduje, že typický rok příchozí pošty zvyšuje uhlíkovou stopu člověka o 136 kg emisí, což odpovídá ekvivalentu „jízdy 200 mil v průměrném autě“.- Seznámení se s ekologickým dopadem sítě 5G Mobilní sítě mají ekologické náklady. Podle studie z Columbia University (USA), ve srovnání s Wi-Fi připojením, s identickou spotřebou šířky pásma, výměna dat s těmito pokročilými mobilními protokoly spotřebovává: 3G: 15krát více energie než Wi-Fi; 4G: 23krát více energie než Wi-Fi.



Pokračujte v některých výzkumech, abyste se dozvěděli více o nadcházející síti 5G a jejím dopadu na naši budoucí spotřebu.

- **Identifikování nástrojů na internetu, které vám umožní vypočítat vaši ekologickou stopu**

Některé webové stránky nabízejí nástroje, které vám umožní vypočítat naši uhlíkovou stopu. Některé z nich zkontrolujte a zamyslete se nad jejich integrací do aktivity, kterou byste chtěli navrhnout pro mladé lidi, se kterými pracujete.

Příklady: <https://www.footprintcalculator.org/>

https://www.myclimate.org/carbon-offset/?gclid=Cj0KCQjww_f2BRC-ARIsAP3zarElx7M2HHuCUsKvkAn96dV2F1leGgyeN7VA3xeUOGQ2R01oiCFo0a0aAp0uEALw_wcB

Krok 2: Navrhněte aktivitu, kterou můžete použít s mladými lidmi ve vaší skupině

Chcete-li navrhnout svou aktivitu, musíte si položit konkrétní otázky, jako jsou:

- Zadejte cílovou skupinu: věk, počet účastníků, profil
- Definujte výsledky učení aktivity: jaké dovednosti/znalosti dosáhnou vaši mladí studenti prostřednictvím této činnosti?
- Definujte dobu trvání a umístění aktivity: kolik času potřebujete k provedení aktivity? Musí být vaše místo konání nastaveno konkrétně?
- Uveďte materiál, který potřebujete k provedení své činnosti.
- Vyplňte níže uvedenou tabulku a shrňte prvky, které je třeba vzít v úvahu:

Název vaší aktivity:	
Celková doba trvání:	
Výsledky učení	Na konci tohoto zasedání budou mladí lidé schopni: - Xxx



			- Xxx - Xxx	
	Doba trvání	Potřebný materiál	Navrhovaná činnost	Další zdroj, který budete potřebovat

Modul 2 - Online a sociální podnikání

"Online a sociální podnikání" je druhý modul samořízeného učebního materiálu vyvinutého v rámci školení programu dalšího vzdělávání pracovníků s mládeží a pedagogů v první linii (IO1). Cílem tohoto modulu je vybavit pracovníky s mládeží a pedagogy v první linii příslušnými znalostmi a dovednostmi, aby mohli mladým lidem pomáhat při vývoji inovativních řešení výzvy v oblasti klimatu a při tom zkoumat jejich možnosti rozvoje jejich vlastních online nebo sociálních počinů.

Tento modul se prostřednictvím teoretické kapitoly zabývá následujícími tématy:

1. Podnikání, sociální podnikání a podnikání na internetu
2. Podnikání v oblasti životního prostředí
3. Příležitosti v rámci on-line a sociálního podnikání k řešení změny klimatu
4. Obchodní plánování pro on-line a sociální podniky
5. Obchodní modely v oblasti podnikání v oblasti online a sociálního podnikání
6. Možnosti financování a alternativního financování pro on-line a sociální podniky

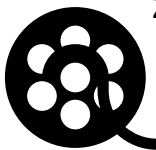
Kromě toho zahrnuje:

1. Dvě případové studie představující příklady osvědčených postupů on-line a sociálních podniků, které se zabývají změnou klimatu
2. Dva krátké video zdroje o on-line a sociální podnikání
3. Dvě aktivity, které pomohou studentům aplikovat teoretické koncepty zahrnuté v tomto modulu.
4. Pět dalších výukových zdrojů



Následující výsledky učení budou pracovníky s mládeží v první linii docíleny po dokončení tohoto samořízeného vzdělávacího modulu:

- Definování sociálního podnikání.
- Popsání výhod on-line a sociálních podniků při řešení změny klimatu.
- Uznání příležitosti mladých lidí k založení on-line a/nebo sociálních podniků k řešení změny klimatu.
- Diskutování o krocích při vytváření online nebo / a sociální podnikání.
- Diskutování o různých obchodních modelech pro on-line a sociální podniky.
- Popsání procesu obchodního plánování.
- Popsání skupinového financování a další možnosti financování.
- Diskutování o případových studiích úspěšných online a sociálních podniků, které se zabývají změnou klimatu.
- Aplikování případové studie v jejich praxi práce s mládeží, aby inspirovali mladé lidi.



Za prvé, abychom vám tato témata představili, připravili jsme pro vás následující krátká instruktážní videa. Jejich obsah naleznete na těchto odkazech:

- Úvod do on-line podnikání:
<https://www.dropbox.com/s/foab52qf6jlb0im/Online%20Entrepreneurship%20FINAL.m.p4?dl=0>
- Úvod do sociálního podnikání:
<https://www.dropbox.com/s/hgzhni4xunqv8gg/Social%20Entrepreneurship%20FINAL.m.p4?dl=0>

Teoretický obsah

Podnikání, podnikání online a sociální podnikání

Definování podnikání a podnikatele

Podle profesora Howarda Stevensona, kmotra studií podnikání v Harvard Business School, je podnikání hledání příležitosti nad rámec kontrolovaných zdrojů (Eisenmann, 2013). Podnikání v minulosti znamenalo: „činnost při zakládání podniku nebo podnikání, převzetí finančních rizik v naději na zisk“. V dnešním neustále se měnícím světě však podnikání znamená:



„transformovat svět řešením velkých problémů.“ Stejně jako zahájení společenské změny, vytvoření inovativního produktu nebo představení nového řešení měnícího život.

Investopedia (2020) definuje podnikatele jako jednotlivce, který vytváří nový podnik, nese většinu rizik a užívá si většinu odměn. Za podnikatele se běžně považuje inovátor, zdroj nových nápadů, zboží, služeb a podnikání či postupů.

Ať už podnikatelé řeší problém, se kterým mnozí každý den bojují, sdružují lidi tak, jak nikdo předtím neměl, nebo vybudují něco revolučního, co posouvá společnost kupředu, všichni mají jedno společné: podnikají kroky k provedení změny ve světě.

Online podnikání je tu, aby zůstalo

Žijeme v digitálním věku! Díky růstu digitální ekonomiky jsou lidé lépe obeznámeni s digitálními produkty a službami a jsou ochotnější nakupovat online. Tato realita přiměla podniky hledat nové konkurenční výhody v digitálním prostoru. S těmito technologickými pokroky, nový typ podnikatele se narodil, s názvem "Digitální podnikatel" nebo "Webový podnikatel" nebo "Internetový podnikatel". Tito "noví" podnikatelé jsou kreativní jednotlivci, kteří využívají internet k prodeji svých produktů a služeb a oslovují obrovské množství lidí. Tito lidé pracují v prostorách, jako jsou digitální média, nebo pracují online v digitálním prostředí (Hankervisionary, 2019).

Přesná definice online / digitálního podnikání se stále diskutuje, částečně proto, že je stále v plenkách, a částečně proto, že se neustále mění a vyvíjí. Online / digitální podnikání zahrnuje vše, co je v podnikání v digitálním světě nové a odlišné, včetně (Allen, 2019):

- Nové způsoby, jak najít zákazníky pro podnikatelské podniky.
- Nové způsoby navrhování a nabízení produktů a služeb.
- Nové způsoby generování příjmů a snižování nákladů.
- Nové příležitosti ke spolupráci s platformami a partnery.
- Nové zdroje příležitostí, rizik a konkurenční výhody.

Existuje mnoho výhod on-line podnikání, včetně:

- Nabízí neuvěřitelnou škálovatelnost
- Poskytuje neomezenou svobodu
- Nízké režijní náklady a vysoké marže
- Přístup na celosvětový trh
- Udržitelnost: ochrana životního prostředí



Sociální podnikání: Co to je a proč všichni o tom mluví?

Sociální podniky, které jsou hybridem vládních intervencí a čistého podnikání, mohou řešit problémy, které jsou příliš úzké, než aby podnítily legislativní aktivismus nebo přilákaly soukromý kapitál (Osberg a Martin, 2015).

Sociální podnikání je především o rozpoznávání sociálních problémů a dosažení sociální změny pomocí podnikatelských principů, procesů a operací (MSG, n.d). Sociální podnikatelé se zajímají o zahájení podnikání pro větší sociální dobro, nejen o zisk. Na rozdíl od neziskových organizací sociální podnikání stále přináší zisk, ale důraz je kladen na sociální a / nebo environmentální změny provedené při vydělávání tohoto zisku.

Strategickým zaměřením sociálního podniku je řešit selhání sociálního trhu systematicky využívat nové zdroje a organizační formy k vytváření nových příležitostí, zvyšování sociálních hodnot, maximalizaci sociálního dopadu a dosažení udržitelných změn. Sociální podnikatelé se mohou snažit vyrábět produkty šetrné k životnímu prostředí, sloužit málo využívané komunitě nebo se zaměřovat na filantropické aktivity (Investopedia, 2019).

Výhody sociálního podnikání, jak specifického pro podnikatele, tak specifického pro životní prostředí a společnost, jsou následující (MSG, n.d.):

- Pro sociální podnikatele je snazší získat kapitál.
- Marketing a propagace pro tyto organizace jsou také velmi snadnými.
- Je snazší získat podporu od podobně smýšlejících jedinců, protože podnik má sociální stránku.
- Je také snazší přimět lidi, aby pracovali pro sociální podnik za nižší plat ve srovnání s jinými odvětvími a odvětvími podnikání.
- Služby v kterékoli části mohou být nabízeny, jsou přizpůsobeny tak, aby lépe vyhovovaly potřebám jednotlivce nebo problému.
- Efektivita nákladů
- Udržitelnost: ochrana životního prostředí

Podnikání v oblasti životního prostředí

Žijeme v antropocénu! „Anthropocene Epoch“ je neoficiální jednotka geologického času, která se používá k popisu nejnovějšího období v historii Země, kdy lidská činnost začala mít významný dopad na klima a ekosystémy planety (National Geographic, 2020). V dnešní době existuje mnoho globálních environmentálních problémů, s nimiž se lidstvo musí vypořádat.



V roce 2009 vedl bývalý ředitel Stockholmského centra odolnosti stockholmské univerzity Johan Rockström skupinu 28 mezinárodně uznávaných vědců, aby identifikovali devět procesů, které regulují stabilitu a odolnost systému Země. Vědci navrhli kvantitativní planetární hranice, v nichž se lidstvo může nadále rozvíjet a prospívat dalším generacím. Překročení těchto hranic zvyšuje riziko generování náhlých nebo nevratných environmentálních změn ve velkém měřítku (Stockholm Resilience Center, 2020). Více informací o devíti planetárních hranicích najdete na: [Devět planetárních hranic](#).

Při udržitelné reakci na tyto výzvy hraje podnikání zásadní roli. K měření skutečného pokroku směrem k udržitelnosti musí podniky srovnávat kolektivní výkon s fyzickými a ekologickými limity planety. Toho lze dosáhnout pomocí takzvaného modelu „environmentálního podnikání“.

Bell a Stellingwerf (2017) poznamenali, že k popisu „podnikatelského chování prováděného prostřednictvím environmentální čočky“ byly použity různé termíny, včetně ekologického podnikání, environmentálního podnikání, životního prostředí, ekologického podnikání a zeleno-zelených podniků. Podnikatel v oblasti životního prostředí je osoba, která se snaží přeměnit odvětví ekonomiky na udržitelnost zahájením podnikání v tomto odvětví se zeleným designem, zelenými procesy a celoživotním závazkem k udržitelnosti (tamtéž).

[Příležitosti on-line a sociální podnikání pro řešení změny klimatu](#)

Sociální inovace mohou řešit problémy v oblasti životního prostředí a v této oblasti se ukazují jako populární. Existuje několik environmentálních faktorů, které již podněcují sociální inovace, jako jsou otázky nakládání s odpady, problémy s dopravou a znečištěním, jakož i úbytek biologické rozmanitosti a degradace ekosystémů, které pouze ukazují, že společenské a environmentální otázky jsou často vzájemně propojeny a že jsou zapotřebí vzájemná řešení.

Existuje mnoho příkladů - sociální a on-line podniky, které vyvíjejí řešení v praxi: vytvářejí povědomí, mění postoje, mění vzorce chování a spotřeby a vyvíjejí inovativní technologie a řešení. Tím přispívají k vydláždění cesty k politickým rozhodnutím a doufejme, že k posunu směrem k ekologicky a sociálně udržitelnějším komunitám a společностям.

Příklady:

- Jyoti navrhuje výrobky, jako jsou oděvy a doplňky z recyklovaných, ekologicky a udržitelně vyráběných materiálů. Výdělek umožňuje financování programů gramotnosti a vzdělávání s důrazem na pracovní a práva žen, jakož i poskytování zdravotního pojištění. Více se dozvíte na tomto odkazu: <https://jyoti-fairworks.org/> .



- Polarstern poskytuje výhradně zelenou energii zákazníkům v Německu a umožňuje domácnostem v Kambodži stavět vlastní bioplynové digestoře, které vyrábějí bioplyn z hospodářských zvířat a lidského odpadu. Více se dozvíte na tomto odkazu: <https://www.polarstern-energie.de/>.
- CO2 online pomáhá domácnostem snížit spotřebu energie a tím snížit jejich emise CO2. Spotřebitelé zároveň těží z nižších účtů za energii. Více se dozvíte na tomto odkazu: <https://www.co2online.de/>
- Boodla staví ekologické domácí zahrady a školní zahrady jako způsob, jak vytvořit udržitelnou budoucnost, a to jak sociálně, tak ekologicky. Jejich zahrady jsou něco mezi zeleninovou zahradou a dětským hřištěm. Cílem je pomoci lidem, aby spoluvytvářeli své okolí a poznali se navzájem, zatímco pěstují vlastní zeleninu, a tím vytvářeli ekologickou a společenskou hodnotu. Přečtěte si více o tom na tomto odkazu: <http://boodla.se>.
- Kindness Food (Laskavé potraviny) chce podporovat zdravý, zelený životní styl prostřednictvím svých webových stránek a služeb nabídky. Kindness Food rozvíjí znalosti o zdraví biopotravín. Společnost definuje KindnessFood jako "spravedlivé jídlo, které je laskavé k vašemu tělu, mysli, životnímu prostředí a všem zvířatům". Přečtěte si více o tomto podnikání na odkazu: <http://kindnessfood.com>.
- Olio: Popisován jako "Tinder pro jídlo", Olio je aplikace pro výměnu potravin, která spojuje lidi se svými sousedy, místními obchody a kavárnami, aby bylo možné sdílet přebytečné potraviny a nevyhodit je. Společnost Olio, založená v roce 2015 v Londýně, řeší světovou epidemii plýtvání potravinami tím, že kombinuje mobilní technologie s mocí ekonomiky sdílení a angažovanou místní komunitou s více než 8,2 miliony dolarů.
- MaaS Global je společnost, která stojí za aplikací Whim, revoluční mobilní aplikací, která poskytuje lidem přístup k obrovské škále dopravních možností a zároveň eliminuje nutnost vlastnictví automobilů. Aplikace zkombinovala všechny možnosti mobility města do jediné aplikace, díky čemuž je cestování po městě co nejhladší a přináší do života koncept mobility jako služby (MaaS). Start-up byl v roce 2018 oceněn jako vítěz Evropské ceny za start-up za mobilitu.

Obchodní plánování pro on-line a sociální podniky

Obchodní plánování je proces určování cílů, strategií a plánovaných akcí komerčního podniku s cílem podpořit jeho přežití a rozvoj v daném časovém rámci. Obchodní plánování má obvykle dva klíčové aspekty, jeden se zaměřuje na vytváření zisku a druhý se zaměřuje na řešení rizik, která by mohla negativně ovlivnit podnikání (Businessdictionary, n.d.).



Hlavní kroky, které je třeba dodržet pro vytvoření úspěšného online nebo sociálního podniku, jsou následující:

- Definování, v čem jste vášniví;
- Určení mezery ve stávajících produktech/službách a určení, jak můžete tyto mezery zaplnit;
- Ověření svého podnikatelského záměru;
- Rozhodnutí se o vizi, poslání, hodnotách a cílech společnosti;
- Rozvíjení vítězné hodnotové nabídky a chytlavého sloganu;
- Vypracování strategie značky;
- Rozhodnutí se o obchodním modelu;
- Určení své silné stránky a dovednosti - Uveďte své silné stránky a dovednosti a definujte, jak mohou sloužit vaší misi. Je to také skvělý čas na identifikaci vašich slabostí, abyste věděli, na koho se obrátit o pomoc;
- Vytvoření silného týmu zaměstnanců;
- Rozhodnutí se o obchodním modelu - Zvažte, jak zpeněžíte svůj nápad a zvolíte obchodní model;
- Rozvíjení svého marketingového plánu;
- Vypracování finančního plánu na příští 3 roky;
- Prozkoumání potenciálního finančního zdroje, abyste mohli začít.

Vzhledem k tomu, že každý podnik v dnešním světě by měl být také online, jsou důležité i následující kroky jak pro sociální, tak pro online společnosti:

- Napište text, který se prodává – ujistěte se, že ve svých reklamách a online příspěvcích používáte správný tón, abyste zaujali zamýšlené cílové publikum.
- Navrhujte a vytvářejte snadno použitelné webové stránky.
- Použijte vyhledávače k řízení provozu na vašich stránkách.
- Sledujte své zákazníky a předplatitele e-mailem.



Obchodní modely online a sociálního podnikání

Obchodní model popisuje strukturu společnosti a její metody pro maximalizaci výnosů a zisků. Jedná se o snímek způsobu, jakým je podnik nakonfigurován tak, aby vytvářel, poskytoval a zachycoval hodnotu (Ask Leanstack, 2020).

Obchodní modely sociálního podnikání

Podle studie Wolfganga Grassiho (2012) existuje 9 typů obchodních modelů sociálních podniků:

- Model podpory pro podnikatele, který prodává služby na podporu podnikání přímo podnikatelům v cílové populaci
- Zprostředkovatelský model trhu, který pomáhá svým klientům marketingem nebo prodejem produktů nebo služeb svých klientů pro ně
- Model zaměstnanosti, v němž sociální podnik poskytuje svým klientům pracovní příležitosti a odbornou přípravu
- Model poplatku za službu, kdy sociální podnik účtuje zákazníkovi přímo za sociálně prospěšné služby, které poskytuje
- Nízkopříjmový model klienta, kdy sociální podnik obecně nabízí sociální služby přímo (jako v modelu poplatku za služby) a zároveň se zaměřuje na klienty s nízkými příjmy
- Model družstva, členská organizace založená na poplatcích, která poskytuje členské služby skupině, která sdílí společnou potřebu nebo cíl
- Model propojení trhu, který se zaměřuje na budování vztahů a jiné propojení svých klientů s trhy pro produkty a služby svých klientů
- Model subvencování služeb, který financuje sociální programy prodejem výrobků nebo služeb na trhu.
- Model podpory organizace také prodává produkty nebo služby k financování sociálních programů (jako model subvencování služeb). Sociální programy, které financují, jsou však součástí samostatné mateřské organizace.

Online podnikatelské obchodní modely

Existuje mnoho on-line obchodních modelů. Nejpopulárnější a efektivní z nich jsou (podle Nástrojů podnikatele):



1. **Freemium** - Tento model je kombinací toho, že je prémiový i bezplatný. Online startupy používají tento model v různých průmyslových odvětvích. Není neobvyklé vidět, že herní aplikace mají bezplatnou verzi, a poté se podnikatel pokouší prodat spotřebiteli dražší variantu s dalšími funkcemi. Spotify je příkladem služby streamování hudby, která měla dvě verze.
2. **Předplatné** - Netflix, Spotify a dokonce i některé noviny, jako je New York Times, jsou příklady společností, které účtují měsíční poplatek nebo model předplatného. Tento model poskytoval spotřebiteli pohodlí, protože by byl automaticky vyjmut z jejich účtu.
3. **Na vyžádání** - Tento typ obchodního modelu používá řada společností, včetně Uber, Lyft, Airbnb a mnoha dalších. Tento model se zaměřuje na specifické potřeby zákazníků a poskytuje jim je, když chtějí produkt / službu. Venture kapitalisté investovali spoustu peněz do těchto firem, ale většina z nich ztrácí peníze. Cílem pro investory je zachytit většinu podílu na trhu.
4. **Affiliate marketing** - Affiliate marketing je partnerství mezi online podnikatelem, který publikuje obsah, a prodejcem, který má partnerský program. Zpočátku musí podnikatel požádat o affiliate program. Po schválení podnikatel získá odkazy na sledování produktů nebo affiliate odkazy. Existovalo více než 31 způsobů, jak experimentovat a profitovat s affiliate odkazy, jako je jejich umístění v písemném obsahu, jejich použití k vytvoření výpisů produktu, jejich verbální zmínka v podcastu nebo jejich vkládání do bannerové reklamy.
5. **Koučování / poradenství** - Poradenství bylo o pomoci společnosti nebo potenciálnímu podnikateli s oblastí (oblastmi) odborných znalostí. Některé příklady byly pomoc podnikatelům v start-up procesu nebo poskytování odborných znalostí v oblasti online marketingu. Koučování spočívá v odbornosti v jedné nebo více oblastech a v poskytování poradenství, vedení a kariérního poradenství klientům. Dalším příkladem by mohli být podnikatelé, kteří poskytují nějaké odborné znalosti on-line podnikatelům na webech, jako je Upwork, které poskytují přístup k odborníkům pro začínající podnikatele.
6. **Blogování** - Blogování je online obchodní model, který pomocí obsahu vzdělává a prodává produkty a / nebo služby. Blogy mají obvykle dvě části: vytvářejí obsah a neustále jej aktualizují. Obsah může být prezentován ve formě textu, videa (vlogování) nebo podcastu. Poskytují také sledovatelům příležitost se s nimi spojit, například zveřejněním komentářů na jejich blogy nebo na kanálu YouTube. Blogy se běžně používají v sociálních médiích, protože umožňují uživatelům komentovat a také umožňují online podnikům vytvářet důvěru a vztah se svými potenciálními zákazníky.



Blogování také umožnilo online podnikatelům schopnost vytvářet špičkový obsah, který by přilákal potenciální zákazníky.

7. **Sociální média** - Podnikatelé mohou používat video obsah na sociálních médiích, aby udrželi své publikum zapojené, aby rostlo a budovalo se povědomí o značce pomocí cílených ovlivňujících sociálních médiích k tomu, aby tomuto publikum své produkty prodávali. Při používání sociálních médií v podnikání je kladen důraz na poskytování významného množství hodnoty, než požádáte o něco na oplátku. Podnikatelé také používají sociální média, aby vyprávěli příběh své značky a úspěšně odlišovali své podnikání od konkurence.

Skupinové financování a alternativní možnosti financování

Skupinové financování (Crowdfunding) je použití malého množství kapitálu od mnoha jednotlivců k financování nového podnikatelského záměru. Skupinové financování využívá snadnou dostupnost rozsáhlých sítí lidí prostřednictvím sociálních médií a internetových stránek skupinového financování, aby se investoři a podnikatelé spojili, s potenciálem zvýšit podnikání rozšířením skupiny investorů mimo tradiční okruh vlastníků, příbuzných a investorů rizikového kapitálu atd.

V crowdfundingu je fond předem získán bez konečné právní povinnosti tvůrce projektu nebo žadatelů o fond dodat slíbené odměny. Crowdfunding vytvořil příležitost pro podnikatele získat stovky tisíc nebo miliony eur od kohokoli, kdo má peníze na investování. Crowdfunding poskytuje fórum každému, kdo má nápad postavit ho před čekající investory (tamtéž).

Crowdfunding může být nejlepší volbou pro financování ekologického online nebo sociálního podnikání, pokud podnikatel:

- má zajímavý a jasný příběh
- může lidem říct, proč by měli přispívat penězi na své zelené podnikání
- vysvětlí, čeho se snaží dosáhnout pro společnost a životní prostředí a kolik finančních prostředků je proto potřeba.

Existuje mnoho platforem skupinového financování, které úspěšně usnadnily žadatelům o fond získat peníze na podporu svého podnikatelského podniku. Mezi nejoblíbenější platformy patří Indiegogo (www.indiegogo.com) and Kickstarter (www.kickstarter.com).

Pro více informací o dostupných platformách skupinového financování si můžete přečíst:

- [Top 20 crowdfunding platforms of 2020](#)
- [Crowdfunding Websites and Best Practices for Green Businesses](#)



Mezi další alternativní možnosti financování patří (Pracovní prostor, 2020):

- Svépomoci (Bootstrapping) je termín používaný v podnikání k označení procesu využívání pouze existujících zdrojů, jako jsou osobní úspory, osobní výpočetní zařízení a garážové místo, k zahájení a rozvoji společnosti. Tento přístup kontrastuje s přivedením investorů k poskytnutí kapitálu nebo převzetím dluhu za účelem financování expanze podniku. Jde o roztažení zdrojů, které máte - ať už je to cokoli - k dokončení práce.
- Vlastní kapitál: vyžaduje, aby více investorů financovalo založení společnosti a na oplátku jim jsou přislíbeny kmenové akcie nově založené společnosti. To znamená, že přispěvatelé nakupují vlastní kapitál ve společnosti. Tyto kmenové akcie umožňují, aby měl finančník ve společnosti stejná práva jako všichni společní akcionáři.
- Mikropůjčky: začínající podniky a malé podniky mohou využít mikrověřitelů a neziskových organizací, které nabízejí krátkodobé mikropůjčky, které mají být splaceny po dobu nejvýše pěti let. Termín mikro diktuje, že velikost úvěrů také mají tendenci být větší než € 1,000-15,000.
- Andělstí Investoři: anděl investor (také známý jako soukromý investor, semínko investor nebo anděl zakladatel) je jednotlivec obvykle s vysokým jměním, který poskytuje finanční podporu malým začínajícím podnikům nebo podnikatelům, obvykle výměnou za majetkovou účast v společnosti. Andělstí investoři se často nacházejí mezi rodinou a přáteli podnikatele.
- Investoři mohou poskytnout jednorázovou investici, která pomůže podnikům rozběhnout se, nebo průběžnou injekci kapitálu na podporu a provedení společnosti v obtížných raných fázích.
- Rizikový kapitál: je forma soukromého kapitálu a typ financování, které investoři poskytují začínajícím společnostem a malým podnikům, o nichž se předpokládá, že mají dlouhodobý růstový potenciál. Rizikový kapitál obecně pochází od dobře situovaných investorů, investičních bank a jiných finančních institucí.
- Možnosti financování ze strany EU: Program EU pro zaměstnanost a sociální inovace (EaSI), akciový nástroj Evropského fondu pro strategické investice (EFSI), Evropský sociální fond rovněž nabízí možnosti financování pro podniky v tomto odvětví.

Nyní, když jste dokončili teoretický obsah této kapitoly, máte lepší pozici radit mladým lidem ve vaší skupině o potenciálních příležitostech, které pro ně online a sociální podnikání nabízí, pokud se rozhodnou rozvíjet sociální nebo environmentální podnikání v důsledku výzvy, které vyřeší, a řešení, která vygenerují v rámci projektu Solution Not Pollution.



Případová studie pro modul 2

Případová studie 1 – Online a sociální podnikání

Název modulu	Online a sociální podnikání		
Název případové studie	Sociální inovace v Rakousku: Centrum oprav a servisu (RUSZ)	Kód případové studie	Případová studie CS2.1
Typ zdroje	Case study (CS)	Typ učení	Samořízené učení
Doba trvání aktivity (v minutách)	60	Výsledek učení	Tato případová studie vám pomůže pochopit podstatu sociálního podnikání a inspirovat mladé lidi, aby následovali tento typ podnikání v boji proti změně klimatu.
Cíl činnosti	Dokončením této činnosti budete schopni pochopit, co je sociální podnikání, jaké kroky by mladí lidé měli podniknout, aby vytvořili životaschopný sociální podnik, který slouží ochraně životního prostředí, identifikovat možné obchodní modely, které by sociální podnik mohl přizpůsobit a možné možnosti financování.		
Úvod	RUSZ (zkratka pro Centrum oprav a servisu) je sociální podnik zaměřený na úsporu zdrojů a prevenci odpadu z elektrických a elektronických zařízení (OEEZ). RUSZ poskytuje nezávislé a spolehlivé opravy elektronických výrobků pro domácnost všech velikostí, od rádií až po pračky. RUSZ také dodržuje sociální cíle v tom, že vytváří pracovní místa pro marginalizované jedince. Kromě toho RUSZ působí na trhu a chce zajistit finanční stabilitu (nikoli pro zisk), vytvářet pracovní místa a přispívat k regionální přidané hodnotě (ekonomické cíle).		



Výzva	<p>Zakladatel RUSZ byl zaměstnán ve společnosti Eco-Counselling Vienna – Ekologické poradenství ve Vídni. Jedná se o organizaci, která poskytuje nezávislé a přizpůsobené praktické informace o mnoha rozměrech udržitelného životního stylu pro domácnosti, podniky a komunity. Ze svého zaměstnání v Ekologickém poradenství ve Vídni věděl, že nejrychleji rostoucí druh odpadu byl odpad z elektrických a elektronických zařízení (OEE). Myšlenka opravy elektrických a elektronických spotřebičů pak závisela na sociální misi, tj. tato koncepce byla pro AMS atraktivní (Veřejná služba zaměstnanosti v Rakousku) a splňovala požadavky systému financování sociálně-ekonomických podniků (SÖB).</p> <p>RUSZ rostl v průběhu let - další organizace byly založeny, a sítě zřízené, na místní úrovni (Vienna Repair Network) a národní (REPAnet) úrovni. Zakladatel RUSZ je navíc členem některých sítí na evropské úrovni (RREUSE). Během 10 let se RUSZ rozrostla z 15 zaměstnanců na 140 zaměstnanců. Do konce roku 2007 skončila smlouva s AMS, což mělo vážné důsledky, pokud jde o ztrátu zaměstnanců, nutnost uzavřít podnik na dobu půl roku a následně ztrátu zákazníků.</p> <p>Od května 2016 má však RUSZ 23 zaměstnanců, kteří v letech 2015 až 2016 opravili 9 000 zařízení. V roce 2016 se RUSZ etabloval jako sociální podnik s 23 zaměstnanci, který stále působí ve svých sítích a je aktivní v institucionalizaci technických norem a značek pro dlouhověkost výrobků na vnitrostátní i evropské úrovni.</p> <p>Načteno z: Sociální inovace v oblasti životního prostředí a změny klimatu: Výsledky případových studií. Životního prostředí a změny klimatu. D6.3. Leden 2017. http://www.si-drive.eu/wp-content/uploads/2017/03/SI-DRIVE-Deliverable-D6_3-Environment-final.pdf</p>
Úkol	<p>Otázky k zamyšlení:</p> <ul style="list-style-type: none">• Otázka 1 - Jakou mezeru identifikoval zakladatel RUSZ, díky které se rozhodl založit svůj sociální podnik, aby se jí zabýval?• Otázka 2 - Provedla společnost RUSZ všechny nezbytné kroky pro plánování životaschopného podniku, když byla poprvé spuštěna?• Otázka 3 - Jak RUSZ spojil sociální dobro s ochranou životního prostředí?



	<ul style="list-style-type: none"> • Otázka 4 - Jaký obchodní model by společnost RUSZ mohla použít k dosažení svého účelu a cílů? • Otázka 5 - Jaké alternativní možnosti financování by mohla RUSZ využít?
--	--

Případová studie 2 – Online a sociální podnikání

Název modulu	Online a sociální podnikání		
Název případové studie	OLIO: Online podnikání bojující o změnu klimatu	Kód případové studie	Případová studie CS2.2
Typ zdroje	Případová studie (CS)	Typ učení	Samořízené učení
Doba trvání aktivity (v minutách)	60	Výsledek učení	Tato případová studie vám pomůže pochopit kroky, které by měly být dodržovány k vytvoření úspěšného on-line podnikání, bojující o změnu klimatu.
Cíl činnosti	Dokončením této činnosti, budete schopni pochopit základní kroky, které by měly být dodržovány k vytvoření úspěšného on-line podnikání, které bojuje o změnu klimatu s doslova žádným rozpočtem. Kromě toho budete moci využít tuto případovou studii k inspiraci mladých lidí, aby následovali stejnou cestu.		
Úvod	Tessa Clarke vyrostla na mléčné farmě svých rodičů v Severním Yorkshiru v Anglii. Tvrdí, že měla úžasné dětství v mnoha ohledech, ale takové, v němž neustále bylo třeba pracovat. Krmení krav, ustájení, přesun živých zvířat, práce byla neúprosná a trvala až do pozdního večera každého dne v roce.		



	<p>Výsledkem bylo, že se hned, jak mohla chodit, naučila, kolik tvrdé práce je zapotřebí k výrobě jídla, které všichni jíme. A tak vyrostla s pevnou vírou, že jídlo je určeno ke konzumaci, nikoli k vyhazování.</p> <p>Sasha Celestial je dcerou hippie podnikatelů a vyrůstala ve velké, relativně chudé rodině. Většinu svého dětství strávila tím, že doprovázela svou matku na různých misích, aby zachránila věci, které ostatní vyhodili - dřevěné příslušenství ze zabavených domů, rostliny ze skleníku, hliníkové plechovky od sody (v hodnotě 5 € každá) náhodně odhozené stranou na pláži atd. Při záchraně a dalším prodeji těchto předmětů si nejen vydělala kapesné, ale zjistila, že něčí odpadky jsou pokladem pro někoho jiného. Jako dítě zahájila více než tucet drobných mikropodniků a vždy snila o tom, že jednoho dne zahájí vlastní podnikání konkrétně v oblasti jídla, což je její vášeň.</p>
Výzva	<p>V roce 2014 Tessa balila svůj byt ve Švýcarsku a chystala se se svou rodinou přestěhovat zpět do Velké Británie. Přes veškerou snahu sníst všechno, co měla, jí ještě zbývalo 6 sladkých brambor, celé bílé zelí a kelímky s jogurtem. Pokusila se najít nějaké sousedy, kterým by dala toto jídlo, ale nedokázala to. Cítila se zklamaná a pomyslela si: „To je naprosto šílené... toto jídlo je vynikající. Proč neexistuje aplikace, kde ho mohu sdílet s někým v okolí, kdo ji chce? ‘A tak se zrodil nápad pro OLIO ...“</p> <p>Tessa sdílela svůj nápad se Sashou a společně zahájili online obchodní cestu, aby tuto aplikaci oživily!</p> <p>Společnost založily 9. února 2015 a rozhodly se, že mají rok k uskutečnění, a pokud ne, budou se muset vrátit a získat „řádnou práci“. První věc, kterou udělaly, byl průzkum, aby pochopily, jak velký je problém plýtvání potravinami a to, co objevily je skutečně šokovalo a děsilo je. Poté provedly průzkum trhu pomocí SurveyMonkey a díky tomu zjistily, že 1 ze 3 lidí „fyzicky trpí“, když vyhazuje dobré jídlo. Jen proto, že je to velký problém a jen proto, že lidé nenávidí vyhazování jídla, to neznamená, že řeknou, že udělají další krok, kterým je sdílení jídla. Pochopitelně se zdráhaly investovat své celoživotní úspory do budování aplikace, kterou by lidé nepoužívali, a proto potřebovaly rychlý a levný způsob, jak otestovat svůj nápad na sdílení jídla. To pro co se rozhodly, byl trochu bizarní „důkaz konceptu“ zahrnující WhatsApp! Pozvaly 12 lidí, kteří se zúčastnili jejich průzkumu trhu, a kteří uvedli, že fyzicky trpí, když vyhazují dobré jídlo, a</p>



	<p>všechny je umístili do uzavřené skupiny WhatsApp. Všichni žili blízko sebe a požádaly je o 2 týdny, aby do skupiny přidali přebytečné jídlo, které mají. Poté čekaly, zda začne sdílení jídla. Obě dívky čekaly se zatajeným dechem na to, co vypadalo jako věčnost, a nakonec někdo přidal položku ke sdílení - půl pytle šalotky! Vyskočily radostí a vzrušeně sledovaly, jak se za ty dva týdny sdílí mnohem více potravin. Jakmile dva týdny skončily, setkaly se se všemi, kteří se zúčastnili, a požádaly je o zpětnou vazbu. Závěry byly jednomyslné ... „je to úžasné“, „musíte si to vybudovat“ a co je nejdůležitější ... „prostě to musí být o něco lepší než skupina WhatsApp“!</p> <p>A tak, s podporou svého prvního investora, Simpleweb, vývojové agentury, vytvořili verzi aplikace MVP (minimální životaschopný produkt). Pracovali intenzivně a přesně 5 měsíců poté, co společnost založily, spustily aplikaci v Apple App Store 9. července 2015, o 3 týdny později rychle následoval obchod Google Play. Úplně první verze aplikace byla velmi základní a mohla být použita pouze pro pět PSČ v severním Londýně. Ale na tom nezáleželo, aplikace byla na světě a připravena přinést sdílení potravin do světa!</p> <p>Obě spoluzakladatelky vytvořily webové stránky: OLIO a také video: “Share Food, Fight Climate Change”. Podívejte se na ně!</p>
Úkol	<ul style="list-style-type: none">• Otázka 1 - Myslíte si, že obě spoluzakladatelky byly vášnivé ohledně svého nápadu, a pokud ano, jak tato skutečnost přispěla k jejich úspěchu?• Otázka 2 - Jak se oběma spoluzakladatelkám podařilo uskutečnit svou myšlenku ohledně financování?• Otázka 3 - Navštivte jejich webové stránky! Zjistili jste, že jsou stránky uživatelsky přívětivé a informativní?• Otázka 4 - Sledovaly obě spoluzakladatelky všechny nezbytné kroky k založení své online společnosti?



Samořízené vzdělávací aktivity – online a sociální podnikatelský modul

Název modulu	Online a sociální podnikání		
Název aktivity	Vytvoření obchodního modelu sociálního podniku	Kód aktivity	A2.1
Typ zdroje	Listy aktivit (AS)	Typ učení	Samořízené učení
Doba trvání aktivity (v minutách)	120	Výsledek učení	Účastníci se naučí, jak vytvořit obchodní model sociálního podniku pomocí nástroje Sociálního „Lean Canvas“ (sociální štíhlé plátno - plán)
Cíl činnosti	Cílem této činnosti je podpořit pracovníky s mládeží a přední pedagogy při vytváření obchodního modelu sociálního podniku pomocí Lean canvas, adaptace Lean canvas, která je zase založena na principu obchodního modelu, zejména pro sociální podniky a zahrnuje hodnoty, jako je účel a dopad. Tato činnost umožní účastníkům zlepšit jejich praktické dovednosti, pokud jde o rozvoj obchodních modelů, a pomoci při tom svým stážistům, mladým studentům.		
Materiály potřebné pro činnost	Budete potřebovat: Materiál pro poznámky, pero nebo tužku Digitální zařízení, jako je počítač, notebook, tablet nebo chytrý telefon, s textovým editorem.		



	<p>Odkaz na online Socialní Lean Canvas: https://next.canvanizer.com/demo/social-lean-canvas?utm_source=newcanvas&utm_medium=link_page&utm_campaign=next</p>
<p>Podrobné pokyny</p>	<p>Sociální “Lean canvas” je nástroj, který pomáhá sociálním podnikatelům aplikovat přísné požadavky štíhlých start-upu na podniky, které mají sociální nebo environmentální cíle, které existují nezávisle na jejich motivu zisku.</p> <p>Chcete-li úspěšně vyplnit sociální štíhlé plátno a vytvořit obchodní model sociálního podnikání, postupujte podle pokynů:</p> <div data-bbox="456 734 1393 1256" data-label="Form"> </div> <ul style="list-style-type: none"> • Přemýšlejte o sociálním podniku, který byste chtěli založit. Zapište si několik nápadů, které máte, a rozhodněte se, který z nich by pro vás fungoval lépe na základě vašeho účelu v životě a sociálního/environmentálního přesvědčení, které byste chtěli udělat. Poté vyplňte část s názvem „Účel“. Jasně definujte, co se týče sociálního/environmentálního dopadu, který je zamýšlen, a jakýchkoli finančních cílů, jakož i jakéhokoli jiného klíčového aspektu vaší vize. To bude zahrnovat zastřešující problém/problémy, které bude podnik hledat. Tato část není ve skutečnosti součástí plánu - plátna, protože není součástí obchodního modelu, který je třeba ověřit. To musí být zavedeno před spuštěním na zbytku plánu - plátna, protože to bude sloužit jako sada hlavních zásad pro vývoj obchodního modelu.



- Krok 2 - Zákaznické segmenty: určení všech klíčových lidí, které potřebujeme k tomu, aby naše podnikání fungovalo. Ne všichni zákazníci nám musí platit, ale alespoň jeden segment ano. Skupiny, které by mohly skončit v tomto poli, zahrnují zákazníky, investory a koncové uživatele. Co můžete zjistit o jejich sociálně-ekonomické situaci? Jejich příjem? Jejich preference, potřeby, chování, postoje?
- Krok 3 - Problém: Dále přejděte na opačnou stranu plánu-plátna a podívejte se na pole s problémem. Zákazníci a problémy přicházejí ve dvojicích. Pokud zákazník nemá problém, myslíme si, že ho řešíme, musíme přehodnotit jeho roli v našem obchodním modelu. Problémy našich zákazníků také formulujeme jejich vlastními slovy, což nám pomáhá pochopit, odkud přicházejí. Dalším důvodem, proč to děláme, je skutečnost, že je důležité, aby se skutečně jednalo o problém, kterému zákazník čelí. Pokud si náš zákazník nemyslí, že má problém, bude náročné jej přesvědčit, že problém má.
- Krok 4 - Unikátní nabídka hodnoty: poté, co se podíváme na problémy našich zákazníků, musíme přemýšlet o tom, jak je lákáme, aby s námi spolupracovali. Děláme to vytvořením hodnotové nabídky. Hodnotová nabídka je výhoda, kterou nabízíte svým zákazníkům, nikoli funkce. Například kino může mít největší reproduktory ve městě, ale do tohoto divadla nechodíte kvůli přesné velikosti reproduktorů. Půjdete, protože chcete cítit, když mimozemská kosmická loď spadne na Zem. Každý zákazník bude mít nabídku odpovídající hodnotě, protože každý z nich má individuální problémy, které pro ně řešíte. Hodnotová nabídka bude často představovat změnu rámce problému vyjádřeného zákazníkem.
- Krok 5 - Řešení: Jakmile jste vyvinuli hodnotovou nabídku, můžete navrhnout řešení. Toto řešení je podnikání, které si myslíte, že vytvoříte. Musíte také pamatovat na flexibilitu svého řešení. Při práci na plánu - plátně možná zjistíte, že musíte změnit své řešení na základě toho, co se naučíte.
- Krok 6 - Nespravedlivá výhoda: každý sociální podnik potřebuje nespravedlivou výhodu. Tato výhoda vás udělá úspěšným tam, kde ostatní selhali. Vaše jedinečná výhoda může být, že jste světovým odborníkem na vaše téma, celebritou, nebo že máte patent. Znalost



vaší jedinečné výhody je zásadní, protože to bude klíčová součást získání dalších lidí na palubu s vaší vizí. Bude to také věc, díky níž se váš podnik bude lišit od všech ostatních.

- Krok 7 - Klíčové metriky: Při zakládání a rozšiřování svého podnikání budete muset měřit některé klíčové faktory. Znalost toho, jak postupujete s těmito klíčovými faktory, vám pomůže posoudit, zda jdete správným směrem. Při výběru klíčových metrik se ujistěte, že jste vybrali metriky, které vám něco řeknou, spíše než ty, díky nimž se budete cítit dobře. Neměli byste měřit pouze nové zákazníky, ale také to, kolik zákazníků si v průběhu času udržíte. Budete také chtít mít některá opatření, která naznačují, jak dobře dosahujete svého dopadu. Možná budete chtít například spočítat, kolik lidí trénujete nebo pomáháte nebo jaké změny nastávají v životech vašich koncových uživatelů.
- Krok 8 - Kanály: v poli kanálů uvedete trasy, které budete používat k nabídce a prodeji svým zákazníkům. To může zahrnovat online, osobní nebo prostřednictvím distributorů. Různé kanály mají různé dopady na váš obchodní model. Například firma, která se prodává prostřednictvím svých vlastních webových stránek, bude mít velmi odlišné struktury nákladů a personální potřeby ve srovnání s firmou, která prodává po domech.
- Krok 9 - Finance: s jasnou představou o tom, jaké je vaše řešení, můžete začít zkoumat, jak podnikání finančně funguje. Financování podniku ovlivňují dvě klíčové oblasti; kolik peněz přichází a kolik peněz odchází. Rozdělujeme je do dvou různých polí, nákladů a finanční udržitelnosti (výnosů). V poli nákladů musíte přemýšlet o tom, jaké budou náklady na nastavení a jaké budou průběžné náklady. V poli finanční udržitelnosti jsme odložili všechny zdroje příjmů, které budeme mít. Nejlepší je, když do těchto polí můžete zadat skutečná čísla. Čísla nemusí být úplně správná, ale pokud uvedete hrubý odhad, můžete začít pracovat na tom, jak životaschopně vaše podnikání může vypadat. Chybujte na straně opatrnosti a předpokládejte, že vaše náklady budou vyšší, než si myslíte, a váš příjem bude nižší, než si myslíte.
- Krok 10 - Dopad: konečně se podívejte na svůj dopad. Do tohoto pole je třeba napsat souhrn toho, jaké změny budou



	<p>implementovány z důvodu sociálního podniku, který jste vytvořili. Tuto aktivitu můžete využít k vyškolení mladých lidí, kteří chtějí vytvořit sociální firmu o tom, jak vytvořit svůj obchodní model.</p> <p>Zdroj: http://whare-aki.org/blog/resource/intro-to-lean-canvas/#1476688360156-3e9465ce-ee32.</p>
--	---

Sebeřízené učení Aktivita 2 - Online a sociální podnikání

Module Title	Online a sociální podnikání		
Název aktivity	Vytvoření jednostránkového webu	Kód aktivity	A2.2
Typ zdroje	Listy aktivit (AS)	Typ učení	Sebeřízené učení
Doba trvání aktivity (v minutách)	90	Výsledek učení	Účastníci pochopí, co dělá dobrý jednostránkový web a naučí se kroky, které je třeba dodržovat, aby takový web vytvořili.
Cíl činnosti	Cílem této činnosti je podpořit pracovníky s mládeží a pedagogy v první linii, aby se naučili vytvářet jednostránkové webové stránky, které jsou velmi důležité pro jakýkoli online obchod, ale i pro jakékoli sociální podnikání. Tato činnost jim umožní zlepšit jejich praktické dovednosti v tom, jak strukturovat jednostránkové internetové stránky a jak vytvořit vhodný obsah s cílem prezentovat a propagovat on-line/sociální podnik a pomáhat při tom svým stážistům a mladým studentům.		
Materiály potřebné pro činnost	Budete potřebovat: Materiál po pořizování poznámek, pera nebo tužky a poznámkový blok		



	Volitelné: Digitální zařízení, jako je počítač, notebook, tablet nebo chytrý telefon s textovým editorem
Podrobné pokyny	<p>Neil Patel, guru v online marketingu, napsal v článku: <i>"Webové stránky vypráví hodně o podnikání. Ukazují, jak moc myšlenek firma věnuje do své značky a zda si cení toho, že má webové stránky. Bohužel příliš mnoho společností si své webové stránky ve skutečnosti necení a nevyužívá z nich plný užitek. Zanedbávají design, kopírují webové stránky a další důležité náležitosti. Zaměřili se pouze na prodej. Výsledkem je opravdu špatný web a návštěvníci si nejsou jisti, zda je společnost nejlepší pro obchodování. Webové stránky musí návštěvníkům sdělit v několika větách nebo méně, proč je jejich podnikání nejlepší volbou pro návštěvníka, namísto odesílání spousty různých zpráv, které nebudou přijímány.</i></p> <p>Jednostránkový web je jednostránkový web bez dalších stránek, jako je „O nás, Tým nebo Služby“. Veškerý obsah je umístěn na stejné webové stránce, tradičně v rozložení s dlouhým posouváním. Má silný design, který je minimalistický a organizovaný a je obvykle více orientovaný na obraz a obsahuje jen malé množství textu.</p> <p>Vezměte mnoho prázdných papíru a tužky a začněte postupovat podle kroků, abyste vytvořili jednostránkovou webovou stránku pro vaše sociální / online podnikání:</p> <ul style="list-style-type: none">• Krok 1 - Vytvořte si své cíle: co se snažíte dosáhnout s webovými stránkami? Jaký je hlavní účel webových stránek?• Krok 2 - Identifikujte své publikum: existuje mnoho demografických údajů, které mohou ovlivnit design webových stránek, včetně: obecné estetiky, typu písma a velikostí, barev atd. jako je věk, pohlaví, profese a technická kompetence.• Krok 3 - Určete image své značky: důležité je mít na paměti, že si musíte rozmyslet, jaký druh image by měl web zprostředkovat. Přemýšlejte o tom, jaký dojem byste chtěli předat. Barva, pocit, kterého chcete dosáhnout, a emoce, které chcete vyvolat. Váš design by měl ztělesňovat osobnost a charakter vaší značky. Připravte si logo, které umístíte do horní části webu.



- Krok 4 - Vytvořte plán pro svůj obsah: jaký obsah bude obsahovat a kam bude umístěn, jsou velmi důležité aspekty pro úspěch vašeho webu. První zpráva by měla být vždy tím, co chcete návštěvníkovi sdělit, tj. Vaší hodnotovou nabídkou. Pokračujte ve své nabídce, tlačítkem výzva k akci, schůzce s týmem, službami a produkty, posudky, sekci FAQ a fotogalerii - podle toho, jaké informace chcete a potřebujete poskytnout.
- Krok 5 - Vyberte si šablonu návrhu webových stránek: existují stovky plně přizpůsobitelných šablon, ze kterých si můžete vybrat, aby co nejlépe vyhovovaly vašim potřebám, s konkrétními pokyny, jak zahrnout všechny potřebné informace.
- Krok 6 – Vytvořte sekci Informace: vysvětlíte, kdo jste, čím je vaše společnost nebo vaše organizace.
- Krok 7 - Vypracujte seznam produktů / služeb: seznam produktů nebo služeb je velmi důležitý pro návštěvníky k pochopení, co přesně si mohou koupit od vaší společnosti.
- Krok 8 – Implementujte silnou CTA (call to action - výzvu k akci): CTA je krátká fráze, která vyzve vaše online publikum k okamžité akci. Měla by být umístěna nad záhybem vašeho webu, aby byla co nejlépe viditelná, což z něj dělá skvělou příležitost poslat diváky do pozdější sekce s vysokou prioritou.
- Krok 9 - Zahrňte bohaté zápatí: protože většina lidí se tam pohybuje, když hledají důležité informace, například jak kontaktovat firmu, je důležité, aby vaše zápatí obsahovalo aktuální kontaktní údaje, odkazy na vaše účty na sociální média, provozní dobu, vaše zásady ochrany osobních údajů a podmínky.
- Krok 10 - Začleňte své účty sociálních médií: je důležité hladce propojit všechny aspekty vaší online přítomnosti.
- Krok 11 - Mějte vždy přehled o svém SEO: optimalizace pro vyhledávače (search engine optimization) je důležitým prvkem každé webové stránky. Optimalizace vašeho webu vás přivede k vyššímu hodnocení stránek u konkrétních výsledků vyhledávání klíčových slov. Rozhodněte se tedy o klíčových slovech svého webu,



kteřá jsou pro vaše podnikání důležitá, a zahrňte je do textu, který budete rozvíjet.

- Krok 12 – Buďte přátelští k mobilním zařizením: udělejte cestu zákazníkům stejně dobrou jako ve verzi pro stolní počítače, protože mnoho lidí dnes přistupuje k webům prostřednictvím svých mobilních zařizení.

Nyní, když máte všechny potřebné informace a hotový náčrt jednostránkového webu pro vaše online / sociální podnikání, musíte:

- Krok 13 - Vybrat společnost, která bude hostit webové stránky a koupit doménu: malá poznámka - zkuste zelené hostingové společnosti! Tyto společnosti se snaží tento problém řešit investováním do nějaké formy systému kompenzace uhlíku, aby za každou jednotku energie, kterou spotřebávají, platily za výrobu stejného množství energie (nebo někdy i více) z obnovitelných zdrojů a čerpaly tuto energii do sítě. Nezpochybňuje to úplně jejich dopad na životní prostředí, ale znamená to, že váš konkrétní web nepřispívá k problému!
- Krok 14 – Určit, kterou platformu chcete použít. Wordpress je skvělá volba!
- Krok 15 - Rozhodnout se, kdo bude stavět web; vy nebo vývojář? Ale proč si nedat na čas a vyzkoušet si to nejprve sami!

Tuto aktivitu můžete využít s mladými lidmi ve vaší skupině, abyste je povzbudili k tomu, aby vytvořili jednostránkové webové stránky pro podnikání nebo důvod, který je motivuje – nebo něco, o čem by chtěli pomoci zvýšit povědomí, i když nejsou připraveni učinit první krok k podnikání.

(Převzato z [WixBlog](#))

Učení založené na výzvách – Osobní obsah

Podklady a pracovní listy

Seznamy aktivit pro úvod do teorie učení založené na výzvách



Název modulu	Úvod do teorie učení založené na výzvách		
Název aktivity	Upcyklace výzva WebQuest	Kód aktivity	A1.1
Typ zdroje	Listy aktivit (AS)	Typ učení	Osobní
Doba trvání aktivity (v minutách)	100 minut	Výsledek učení	Po dokončení této činnosti budou mít účastníci znalosti z první ruky a zkušenosti ze spolupráce při řešení problému prostřednictvím WebQuestu.
Cíl činnosti	Cílem této činnosti je poskytnout účastníkům možnost dokončit delší, podrobnější vzdělávací aktivitu založenou na výzvách a získat zkušenosti z první ruky s řešením výzvy prostřednictvím formátu WebQuestu. Prostřednictvím této činnosti budou účastníci spolupracovat v malých týmech, rozvíjet inovativní myšlenku na konkrétní problém a pak dokončí výzvu tím, že představí své inovace celé skupině. Tato aktivita poskytne účastníkům okamžitý vhled do potenciálu a omezení formátu WebQuest. Pracovníci s mládeží budou také moci tuto činnost využívat s mladými lidmi ve svých skupinách.		
Materiály potřebné pro činnost	Pro tvorbu WebQuestu bude zprostředkovatel potřebovat: <ul style="list-style-type: none"> • Kopie podkladů pro všechny účastníky, • Místo školení s prostorem pro všechny týmy, aby dokončily své brainstormingy a prototypy, • Chytrá zařízení nebo notebooky s přístupem na internet pro všechny týmy. 		
Podrobné pokyny	K provedení této činnosti by měl zprostředkovatel zavést následující kroky: <ul style="list-style-type: none"> • Krok 1 – Rozdělit skupinu do menších týmů po 2-3 účastnících, v závislosti na velikosti skupiny. • Krok 2 – Poskytnout každému týmu kopii podkladu níže. • Krok 3 – Dát všem týmům 100 minut na dokončení úkolů v této výzvě. 		



	<ul style="list-style-type: none">• Krok 4 – Po 100 minutách pozvat všechny účastníky, aby se vrátili do jedné skupiny, a vyzvěte všechny týmy, aby představily své inovace v použití kompaktních disků.• Krok 5 – Provést slovní hodnocení po dokončení WebQuestu.
Podklady	<p style="text-align: center;">Předmět WebQuestu: Oběhové hospodářství Název webquestu: Přijímání výzvy Upcyklace - WebQuest</p> <p>Úvod: Právě jste začali svou novou práci ve výrobní společnosti. Rozhodli jste se přijít pracovat pro tuto společnost, protože se společnost zavázala k ochraně životního prostředí tím, že investuje do recyklace a zajišťuje, aby všechny odpadní produkty z jejího výrobního procesu byly znovu použity nebo opětovně použity. Setkali jste se se svým týmovým manažerem a byl vám ukázán sklad jako součást vašeho zasvěcení do společnosti. Když se procházíte po skladu, vidíte v rohu desítky kartonových krabic, všechny označené "Kompaktní disky". Ptáte se na tyto krabice svého přímého nadřízeného, který vysvětluje, že je před několika lety koupil ředitel společnosti. K dispozici byl čínský distributor, od kterého ředitel koupil 100 000 kompaktních disků za 1 000 eur; nicméně, když cd přišly, ukázalo se, že jsou „nezapisovatelné“ a od té doby tam leží. Krabice zabírají cenný prostor ve skladu, ale v souladu s étosem společnosti nemohou být jednoduše vyhozeny, a to navzdory skutečnosti, že jsou v současném stavu spíše zbytečné.</p> <p>Úkol: Jste povinni pracovat s malým týmem kolegů (až 3) na brainstormingu, jak by 10 000 kompaktních disků mohlo být použito vaším novým zaměstnavatelem. Prostřednictvím těchto brainstormingových aktivit vyvinete plán, jak použít kompaktní disky buď k vývoji nového produktu, nebo k integraci do výrobního procesu vaší společnosti. Poté předložíte své upcyklační řešení ředitelům společnosti a oni budou hlasovat o tom, zda je toto řešení proveditelné a cenné využití kompaktních disků.</p> <p>Proces:</p> <p><u>Krok 1: Co je to upcyklace?</u> Takže, co máme na mysli termínem upcyklace? Když přemýšlíme o upcyklaci, často přemýšlíme o opětovném použití materiálů tak, aby se s nimi neplýtvalo - podobně jako recyklace. Ale podle Intercon Greena, rozdíl mezi upcyklací a recyklací je, že s upcyklací "opětovně používáme materiál bez zhoršení kvality a složení materiálu pro jeho další použití"</p>



Takže například, když je plastová láhev nebo šálek recyklována, složení materiálu se změní do takové míry, že nemůže být použita jako láhev nebo nádoba pro jeho další použití. Ale s upcyklací plastové láhve nebo šálky mohou změnit účel, aby se z nich staly závěsné koše pro rostliny, nebo stínidla pro malé lampy, atd. Přečtěte si více o rozdílu mezi upcyklací a recyklací zde: <https://intercongreen.com/2010/02/17/recycling-vs-upcycling-what-is-the-difference/>

Další definice a vysvětlení lze nalézt na těchto odkazech:

- <https://hipcycle.com/what-is-upcycling>
- <http://naturallysavvy.com/live/what-is-upcycling>
- <https://blog.pachamama.org/the-positive-impacts-of-upcycling>

Pokud se snažíte pochopit, jak mohou být běžné odpadní produkty - jako plastové lahve - znovu použity jako součást projektu upcyklace, tyto krátké videa vám mohou dát inspiraci pro to, co byste mohli dělat s kompaktními disky:

- 38 životních vychytávek plastových láhví (VIDEO):
<https://youtu.be/xEAOvFG1AmM>
- 100 Cool Nápadů! Upcyklace (VIDEO): <https://youtu.be/timuSewtLiY>
- 35 způsobů, jak upcyklovat všechno kolem vás (VIDEO):
<https://youtu.be/SmFPgjkKX8>
- Upcylační Projekty: Proměňte svůj koš do zahradních pokladů (VIDEO):
<https://youtu.be/7ZYIN5C0aVM>

K dispozici je i krátké video, které se zaměřuje na upcylační nápady pro kompaktní disky! Podívejte se na toto video, abyste získali inspiraci pro upcyklaci: <https://youtu.be/Nc3m29kV-Oc>

Krok 2: Brainstormingové techniky pro skupinovou práci

Nyní, když rozumíte upcyklaci a víte, co bude vaše výzva obnášet, je čas začít přicházet s nějakými nápady, jak by tyto kompaktní disky mohly být upcyklovány!

Jedna z nejběžnějších technik pro přicházení s novými nápady se nazývá brainstorming. Funguje nejlépe ve skupině, protože každý přijde s tolika nápady, kolik dokáže, a pak se všechny nápady sdílejí, což může u jiného člena skupiny vyvolat nový nápad. Tato aktivita zahrnuje stanovení časového limitu na 5–10 minut a za tu dobu si запиšte každý nápad, který vám přijde do hlavy - nápady mohou být hloupé, směšné a bizarní - při brainstormingu je nejdůležitější to udělat ne. “ cenzurujte své nápady, protože nevíte, jaký nápad by mohl fungovat nejlépe, když vaše skupina dá dohromady hlavy. Po 5-10 minutách sdílí každý člen skupiny své nápady.



Další informace o technikách brainstormingu pro skupinovou práci naleznete na tomto odkazu: <https://www.mindtools.com/brainstm.html>

I když je brainstorming nejběžnější a nejrozšířenější technikou generování nápadů, nemusí to být nutně nejlepší technika pro vaši skupinu. Vezmeme-li v úvahu, že se snažíte přemýšlet o myšlence na opětovné použití kompaktních disků, což je docela obtížný úkol, možná zjistíte, že vaše skupina musí použít různé aktivity a techniky, aby přišla s proveditelným a proveditelným použitím CD. Řadu různých aktivit skupinového myšlení najdete na těchto odkazech:

- <https://blog.hubspot.com/marketing/creative-exercises-better-than-brainstorming>
- <https://blog.hubspot.com/marketing/brainstorm-productive>
- <https://www.wrike.com/blog/techniques-effective-brainstorming/>

Máte-li seznam všech nápadů, které vaše skupina vytvořila, věnujte ve své skupině nějaký čas zúžení, které jsou nejrealističtější nápady a které by mohly přinést největší užitek vaší společnosti a jejím zákazníkům nebo zaměstnancům. Tuto aktivitu byste měli ukončit 3 nebo 4 dobrými nápady.

Krok 3: Techniky hodnocení myšlenky

Nyní, když jste identifikovali tyto příležitosti pro upcyclci můžete přejít k hodnocení a hodnocení kvality nejlepších nápadů vaší skupiny, abyste si mohli vybrat, které budou pro vaši společnost fungovat nejlépe.

Existuje mnoho různých metod a technik, které může vaše skupina použít k vyhodnocení kvality myšlenek, které jste přišli. Mezi nejběžnější techniky hodnocení nápadů patří „Šest přemýšlejících klobouků“ od Edwarda de Bono, který fungují nejlépe ve skupině a které povzbuzují členy skupiny, aby zvažovali nápady a problémy z různých úhlů pohledu.

Přečtěte si více o hodnotící technice „Šest přemýšlejících klobouků“ [zde: http://www.debonogroup.com/six_thinking_hats.php](http://www.debonogroup.com/six_thinking_hats.php); a pokyny, jak používat tuto techniku ve vaší skupinové práci, Mindtools má několik užitečných rad pro skupiny:

https://www.mindtools.com/pages/article/newTED_07.htm

I když se jedná o běžnou techniku, která se může použít, a může to být dobrá aktivita pro vaši skupinu, nyní, když jste zúžili své nápady na nejlepší 3 nebo 4, může být nejlepší technikou provést skupinovou SWOT analýzu a otestovat, nejvhodnější - takže vám zbývá jen jeden nápad, který předložíte při vývoji prototypu. Pomocí SWOT analýzy vaše skupina diskutuje a zdůrazňuje silné, slabé stránky, příležitosti a hrozby spojené s vaším



nápadem. Přečtěte si více o tom, jak provést SWOT analýzu nového produktu nebo služby na těchto odkazech:

- <https://www.business.qld.gov.au/starting-business/planning/market-customer-research/swot-analysis/conducting>
- <https://www.swotanalysis.com/swot-analysis-product-example.html>
- <https://smallbusiness.chron.com/example-swot-new-products-73574.html>

I když se jedná o možná nejvhodnější metody pro hodnocení, která myšlenka je nejvhodnější pro tuto výzvu pro upcyclaci, níže uvádíme řadu odkazů na webové stránky, blogy a videa, které ukazují různé techniky hodnocení myšlenek, včetně matice hodnocení myšlenky, a jak může být použita vaší skupinou. Projděte si tyto odkazy a zjistěte, co by pro vaši skupinu mohlo nejlépe fungovat:

- <http://www.innovationmanagement.se/imtool-articles/how-to-evaluate-ideas/>
- <http://www.destination-innovation.com/how-to-evaluate-ideas/>
- <https://hatrabbits.com/en/how-to-pick-the-best-ideas-after-a-brainstorm/>
- <https://www.smartstorming.com/and-may-the-best-idea-win-5-proven-tips-for-evaluating-and-selecting-your-best-ideas/>

Krok 4: Prototypování

Nyní, když jste zjistili, kterou myšlenku vy a váš tým předložíte v rámci této výzvy pro upcyclaci, je čas naplánovat, jak budete testovat a vyvíjet prototyp pro vaše používání kompaktních disků.

Podle definice je prototyp nedokončená verze produktu nebo služby, kterou lze použít pro fyzické testování - není tedy nutné, aby byl váš prototyp dokonalý nebo dokonce úplně dokončený; ale měl by zahrnovat všechny designové prvky vašeho projektu upcyclace. Abychom vám pomohli naplánovat, jak budete vyvíjet svůj prototyp, najdete na těchto odkazech několik užitečných pokynů a šablon plánování:

- <https://innovationenglish.sites.ku.dk/metode/planning-of-prototype-testing/>
- <https://www.inc.com/guides/2010/12/how-to-develop-a-prototype.html>
- <https://diytoolkit.org/tools/prototype-testing-plan/>
- <https://www.entrepreneur.com/article/80678>



Při práci ve skupině byste měli pomocí těchto odkazů načrtnout svůj prototyp a dokonce si procvičit vytváření časného prototypu pro svůj nápad upcyklace.

Krok 5: Představte své upcyklační řešení

Nyní, když jste dokončili všechny výše uvedené kroky a váš tým vytvořil plán pro prototypování a odhad návratnosti investic do společnosti, je čas představit vaše upcyklační řešení ředitelům společnosti. Jelikož se jedná o firemní prezentaci, představte svůj nový nápad pomocí aplikace PowerPoint nebo Google Slides. Nastíňte proces, s kterým jste se zavázali přijít, s myšlenkami a důvody, které k tomuto účelu kompaktní disky vyžadují.

Závěr:

Podle Nadace Ellen MacArthurové je oběhová ekonomika definována jako „ta, která má regenerační a regenerační design, a jejímž cílem je udržovat výrobky, komponenty a materiály vždy v nejvyšší užité hodnotě, přičemž je třeba rozlišovat mezi technickými a biologickými cykly.“ V rámci oběhového hospodářství odpad neexistuje. Upcyklace je tedy klíčovou aktivitou v oběhové ekonomice. Upcyklace je proces, kdy se vezme zbytečný nebo nechtěný produkt a znovu se použije, aby mohl být znovu použit nebo dokonce znovu prodán novým spotřebitelům. Proces upcyklace může pozitivně ovlivnit životní prostředí snížením množství odpadních produktů, které je třeba recyklovat, zpracovat nebo dokonce – i recyklace vyžaduje energii a vodu k rozpadu materiálů; vzhledem k tomu, že upcyklace vyžaduje pouze talent a kreativitu lidí!

Aktivity Listy pro rozvíjení WebQuestu - "Jak rozvíjet WebQuest" WebQuest

PŘIDĚLENÝ ČAS:	6 hodin
NÁZEV WEBQUESTU:	"Jak rozvíjet WebQuest" WebQuest
VELIKOST SKUPINY:	Tento WebQuest by měl být dokončen skupinou 2-3 účastníků.
ÚVOD	



V posledních desetiletích učitelé experimentovali s novými způsoby, jak zavést digitální technologie a platformy do své pedagogické praxe. Cílem je dosáhnout rovnováhy mezi zajištěním toho, aby byl obsah vzdělávací, a zároveň zábavný pro studenty, a zároveň jejich ochranou pro nevhodný obsah online a zajištěním, aby netrávili celý den, každý den s očima na obrazovce. Je to docela vyvažující akce! Tento výzkum vedl k vývoji mnoha různých a nových vzdělávacích inovací, z nichž je WebQuest (Dobrodružství na internetu) jen jedním z příkladů.

Tato metodika - WebQuest - byla vyvinuta Dodgeem a Marchem v roce 1995. Rychle si získala příznivce díky svému flexibilnímu formátu, skutečnosti, že ji lze přizpůsobit pro výuku mnoha různých předmětů na různých úrovních a také proto, že je efektivní při maximalizaci využívání dnes dostupných digitálních nástrojů a online prostředí pro vzdělávací účely. WebQuest je přístup založený na konstruktivistických teoriích se zaměřením na rozvoj průřezových kompetencí. Konstruktivismus je teorie ve vzdělávání, která uznává porozumění a znalosti studentů na základě jejich vlastních zkušeností před vstupem do vzdělávání. WebQuest jako takový umožňuje studentům přemýšlet o svých vlastních životních zkušenostech a využít je při řešení problému v reálném světě - vše prezentované prostřednictvím WebQuestu. To vše znamená, že WebQuesty poskytují studentům autentické zážitky z učení, protože výzvy uvedené v tomto formátu umožňují, aby učení mělo pro studenty smysl.

Podle Bernie Dodge, vynálezce WebQuestu, „WebQuest je aktivita zaměřená na dotazy, při které většina nebo všechny informace používané studenty jsou čerpány z internetu. WebQuesty jsou navrženy tak, aby dobře využívaly čas studentů, soustředily se spíše na využívání informací než na jejich vyhledávání a podporovaly myšlení studentů na úrovních analýzy, syntézy a hodnocení.“

Metodika WebQuestu poskytuje pedagogům a pracovníkům s mládeží způsob podpory aktivního, kolaborativního a vzájemného učení mezi mladými studenty, který také poskytuje prostředek k začlenění bezpečného používání informačních a komunikačních technologií do výuky a praxe v práci s mládeží. WebQuest jako takový by měl být považován za doplňkový k jiným metodikám a strategiím, které již existují v oblasti formálního vzdělávání a odborné přípravy.

ÚKOL

Jste pracovník s mládeží, který má zájem využít metodu učení založeného na výzvách s mladými lidmi ve vaší skupině za účelem zvýšení jejich povědomí o nejnaléhavějších problémech, kterým dnes čelí, a zapojení je do hledání řešení výzev, kterým jejich generace čelí. Z práce s mladými lidmi víte, že stejně jako společenské výzvy, jimž čelí, včetně ekonomické nerovnosti, nerovnosti mezd, diskriminace, rasismu, globálního dluhu, změny klimatu, nezaměstnanosti mladých lidí a nedostatku dostupného bydlení, čelí také



generačním výzvám, včetně technologických a sociálních mediálních závislostí, duševního zdraví a drogové závislosti. Chcete zapojit mladé lidi do zkoumání a řešení těchto problémů a do navrhování řešení toho, co mohou mladí lidé sami udělat, aby omezili dopad, který mohou mít tyto faktory na jejich vlastní život a pohodu; ale také předpokládat, jak mohou najít řešení k dosažení pozitivní změny na společenské úrovni. Po provedení nějakého výzkumu na téma učení založeného na výzvách jste se rozhodli, že pro typ výzvy, kterou chcete pro mladé lidi představovat, si myslíte, že WebQuest je nejvhodnější formát, protože povzbudí mladé lidi ke spolupráci v týmech, aby prozkoumali vaše zvolené téma a vymysleli možná řešení problémů a výzev, kterým dnes v dnešním světě čelí. Budete pracovat v malém týmu (2–3) svých kolegů na vytvoření WebQuestu, který se bude zabývat tématem, které podle vás nejvíce souvisí s mladými lidmi ve vaší skupině. Chcete-li dokončit tento WebQuest, budete postupovat podle jednotlivých kroků procesu uvedených níže. Na konci tohoto úkolu představíte svůj dokončený WebQuest mladým lidem ve vaší skupině a povzbudíte je, aby dokončili WebQuest a představili jejich řešení celé skupině. To umožní mladým lidem ve vaší skupině sdílet své nápady a spolupracovat při hledání inovativních řešení výzev, kterým čelí jejich generace. Začněme!

PROCES

Krok 1: Psaní úvodu

Váš úvod je první částí vaší WebQuest výzvy, kterou uvidí mladý člověk ve vaší skupině. Musí proto upoutat jejich pozornost, promluvit o jejich zájmech a také je zapojit, aby se mohli do aktivity dále začít a nalákat k dokončení celé výzvy. Proto musí být pohotový a poutavý! Což není vždy snadné. Kromě toho, že je úvodní téma chytlavé a zajímavé, musí také poskytnout určité základní informace o daném tématu a často zavádí klíčovou slovní zásobou a pojmy, kterým budou studenti muset porozumět, aby mohli splnit příslušné úkoly. V této fázi představujete pouze téma, kterému se váš WebQuest bude věnovat - úkol jim ještě nemusíte vysvětlovat, toto přijde na řadu až v kroku 2! V tuto chvíli tedy chcete prozkoumat téma nebo „výzvu“, kterou předložíte mladým lidem ve vaší skupině, a za tímto účelem budete nejprve muset provést nějaký průzkum problematiky, které dnes čelí a trápí mladé lidi. Na základě svých zkušeností s prací s mladými lidmi už možná víte, jakému tématu se chcete ve svém WebQuestu věnovat, ale pokud potřebujete nějakou inspiraci, mohou vám být užitečné následující odkazy:



- Top 10 sociálních otázek, s kterými nácitiletí dnes bojují:
- <https://www.verywellfamily.com/startling-facts-about-todays-teenagers-2608914>
- Oba Gen Z & Mileniálové věří, že je to největší problém, kterému nyní čelí jejich generace:
- <https://www.ypulse.com/article/2019/06/25/both-gen-z-millennials-believe-this-is-the-biggest-problem-their-generation/>
- Být mladý v Evropě dnes - shrnutí: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Being_young_in_Europe_today_-_executive_summary
- Dospívající a nové výzvy 21. století
<https://www.uu.nl/en/news/adolescents-and-the-new-challenges-of-the-21st-century>
- Světový den dovedností mládeže upozorňuje na problémy a řešení, kterým čelí mladí lidé: <https://medium.com/the-challenges-group/world-youth-skills-day-highlights-problems-and-solutions-facing-young-people-b62027139f8d>

Poté, co jste provedli výzkum a rozhodli se, které téma byste chtěli, aby váš WebQuest řešil, napište úvod! Vzhledem k tomu, že vaší cílovou skupinou pro tuto aktivitu jsou mladí lidé, zkuste omezit počet slov vašeho úvodu na 200-250 slov!

Krok 2: Určení, jaký bude váš úkol?

Dobrá práce, rozhodli jste se pro téma, kterému se váš WebQuest bude věnovat, a napsali skvělý úvod - co dál? Nyní musíte dát mladým lidem úkol! Úkol je velmi důležitý, protože po dokončení úkolu se mladí lidé naučí prozkoumat téma, kterému se váš WebQuest věnuje, a vyvinout vlastní řešení dané výzvy. Úkol by měl představovat scénář a kontext pro hraní aktivit ve WebQuestu a měl by být zábavný, poutavý a kreativní, aby přilákal mladé lidi. Váš úkol může být něco zcela fantastického - například:

"Byli jste jmenováni do týmu, který chce do roku 2030 odnést raketu na Mars, ale než budete moci pokračovat v konstrukci, musíte najít udržitelný zdroj biopaliva." Vy a váš tým budete spolupracovat na výzkumu potenciálních zdrojů biopaliv a své výzkumné výsledky představíte v infografice zbytku výzkumného týmu."

Alternativně to může být více založeno na situacích v reálném světě, například:

"Vy a vaši přátelé jste si všimli, že se ve vaší škole každý den produkuje spousta potravinového odpadu; ve vaší komunitě však zároveň existuje přístřeší pro bezdomovce a vy víte, že rodiny a děti tam hladoví. Společně s přáteli navrhnete kampaň, kterou předložíte svým učitelům a řediteli školy, jak můžete omezit množství plýtvání potravinami



ve vaší škole a pomoci darovat zbylé jídlo příští pro bezdomovce. Vypracujete sadu prezentačních snímků, které představí váš nápad školní radě. “

Při práci s mladými lidmi, zejména při řešení sociálních a environmentálních problémů, kterým jejich generace čelí, ze zkušenosti zjišťujeme, že mladí lidé hledají autentické vzdělávací zkušenosti. Z tohoto důvodu je často nejlepších výsledků dosaženo, když jsou mladým lidem předkládány reálné scénáře, které mají řešit. V závislosti na věku mladých lidí ve vaší skupině však mohou být některé problémy snadněji řešit v abstraktním nebo fantastickém scénáři, takže necháme na vás a vašem týmu, abyste určili nejlepší způsob, jak rozvíjet svůj úkol.

Prvním krokem při vývoji kreativního a poutavého úkolu je účast na malém brainstormingu. Doporučujeme vám a vašemu týmu zúčastnit se brainstormingu, abyste si mohli naplánovat, jaký bude váš úkol, a prodiskutovat, zda tento úkol pomůže mladým lidem rozvíjet jejich znalosti o tématu tohoto WebQuestu.

Pokud jste ve skupinovém brainstormingu nováčkem, mohou vám být tyto odkazy užitečné:

- Brainstorming - Generování mnoho radikálních a kreativních nápadů:
<https://www.mindtools.com/brainstm.html>
- 10 efektivních týmových brainstormingových technik:
<https://www.wework.com/ideas/worklife/effective-brainstorming-techniques>
- Váš tým brainstormuje špatně: <https://hbr.org/2017/05/your-team-is-brainstorming-all-wrong>

Krok 3: Psaní úkolu:

Nyní, když jste určili, co má být v úkolu řešeno, pokračujte v psaní úkolu! Je důležité mít na paměti, že byste měli být schopni studentům jasně a přesně vysvětlit, co musí v úkolu udělat, aby mohli dokončit tuto vzdělávací činnost založenou na výzvách. Mělo by to být motivující a zajímavé a pokud je to možné, mělo by to zahrnovat aktivity, které přispívají k rozvoji dovedností, které budou využívat v každodenním životě. Může se jednat o to, že je požádáte, aby vytvořili prezentaci v GoogleSlides nebo v PowerPoint, aby představili svá zjištění; požádejte je, aby vytvořili plakát nebo infografiku pomocí online platformy (Canva.com je k tomu vhodná a všestranná platforma); povzbudte je, aby naplánovali kampaň na sociálních médiích nebo vytvořili stránku GoFundMe pro něco, pro co jsou vášniví; požádejte je, aby vyplnili Business Model Canvas nebo jiný nástroj, aby vytvořili nápad pro sociální podnik atd. To je jen několik návrhů, jak můžete povzbudit mladé lidi k budování praktických a obchodních dovedností prostřednictvím dokončení vašeho



WebQuestu a zároveň rozvoje jejich dovednosti v oblasti komunikace, spolupráce a týmové práce. Při psaní úkolu byste měli také zahrnout pokyny, jak prezentovat to, co zjistili; například prostřednictvím map, grafů, esejů, nástěnných displejů a diagramů, krátkých videí zaznamenaných na smartphony, prezentací, letáků, letáků, stránek sociálních médií atd.

Při psaní vašeho úkolu je typické ukončit úkol tak, že řeknete mladým lidem, že budou muset „představit svá řešení školské radě“, například „radě nadnárodní společnosti“ nebo „bance“. V těchto případech jsou plánovány jako scénáře hraní rolí, které mladým lidem umožňují procvičit si své prezentační dovednosti. U těchto prezentací může pracovník s mládeží převzít roli „rady“ a mladí lidé vám mohou představit. Pokud chcete do výzvy zahrnout také prvek soutěže, můžete také vybrat vítěze ze všech přítomných skupin. To může působit jako další motivace pro mladé lidi!

Další informace o různých způsobech, jak můžete mladé lidi požádat, aby představili svá zjištění, a jak je můžete zapsat do svého úkolu, najdete na následujících odkazech:

- Výukové strategie: Alternativy k tradičním domácím úkolům: <https://www.teachhub.com/teaching-strategies-alternatives-traditional-homework>
- WebQuest Taskonomy: Taxonomie úkolů: <http://webquest.org/sdsu/taskonomy.html>
- Osm úspěšných přístupů k zapojení mládeže: <https://youth.gov/youth-topics/tag/game-plan/approaches>

Krok 4: Plánování procesu:

Skvělé, nyní víte, o co budete mladé lidi žádat, dalším krokem je podpora při dokončení úkolu, k tomu potřebujeme dobrý a dobře promyšlený proces! V tomto okamžiku je důležité si uvědomit, že WebQuest je formát učení založený na dotazech a „lešení“. Tím máme na mysli, že studenti jsou vedeni k tomu, aby prováděli vlastní dotazy a výzkum online, aby prohloubili své vlastní porozumění a znalosti předmětu, kterému se WebQuest věnuje. Pod pojmem „lešení“ máme na mysli, že se studenti budou učit postupně - nebo kousek po kousku a dále prohlubují své znalosti předmětu, čím více budou toto téma zkoumat. Úlohou procesu je proto poskytnout cestovní mapu, která bude tento typ učení řídit.



V tomto procesu můžete kromě poskytnutí procedurálních kroků, kterými by se mladí lidé měli řídit při plnění svých úkolů, také rozhodnout, zda v této fázi chcete přiřadit role skupinové práce.

Pokud tedy například učíte vedení a týmovou práci a chcete, aby skupina 3-4 mladých lidí vytvořila kampaň pro místní radu mládeže, můžete v této fázi rozhodnout, že ve skupině bude jedna osoba kandidát, jeden bude manažerem pro styk s veřejností, jedním bude manažer kampaně a jeden bude autorem řeči. Tímto způsobem je každému mladému člověku ve skupině přidělena konkrétní odpovědnost a musí převzít odpovědnost za svou roli, aby zajistil úspěch skupiny. Není nutné přiřadit takové role ve WebQuestu, ale je to možnost, pokud si myslíte, že je to vhodné pro váš úkol.

Při vývoji vašeho procesu je prvním krokem zmapování logických kroků, které by mladí lidé měli podniknout, aby splnili úkol, který jim byl přidělen. Doporučujeme mladým lidem zahrnout do procesu 4–6 kroků. Tento počet kroků je dostatečně obtížný na to, aby byl pro mladé lidi poutavý a náročný, ale také dostatečně krátký na to, aby bylo možné WebQuesty dokončit v daném časovém rámci.

Při určování kroků v procesu je také důležité mít na paměti dobu, kterou mladým lidem umožníte absolvovat WebQuest. WebQuesty lze dokončit za 2–3 hodiny nebo je lze prodloužit na měsíční projekty - zejména pokud má WebQuest za cíl povzbudit mladé lidi k rozvoji a zahájení kampaně na sociálních médiích nebo k získání finančních prostředků a po jedné k posouzení jejího výkonu - Měsíc. Pokud však chcete, aby byl WebQuest dokončen v jedné relaci skupinové práce, ujistěte se, že počet kroků a úroveň obtížnosti procesu je reálné dokončit v přiděleném časovém rámci.

Další informace o tom, jak naplánovat svůj Proces, mohou být dobrým výchozím bodem následující odkazy:

- [VIDEO] WebQuest 101 Část 4 - Proces: <https://youtu.be/IHZOh-KoEF4>
- WebQuest WebQuest - vývoj procesu: <http://questgarden.com/11/99/7/051206172945/process.htm>
- Webové učení: Jak lešení úkolů a design webových stránek podporují získávání znalostí: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ690967.pdf>

Krok 5: Vývoj procesu a nalezení vhodných zdrojů:

Nyní jste namapovali kroky, které budou tvořit základ vašeho procesu, dalším krokem je napsat nějaký text pod každý krok, který studenty provede tím, co by měli dokončit v tomto kroku, aby mohli postoupit k dalšímu kroku v procesu.



V tomto kroku s vámi v tomto procesu budeme hovořit o zahrnutí "odkazů" nebo "zdrojů" do procesu. V mnoha formálních průvodcích, které popisují strukturu WebQuest, doporučují vedení 'zdroje' oddělené od 'procesu'. Tak, že proces bude obsahovat pouze seznam kroků, a další část bude obsahovat seznam hypertextových odkazů na webové stránky a on-line zdroje. Nicméně, z našich zkušeností z práce s mladými lidmi, jsme zjistili, že v tomto případě, je lepší pro mladé studenty mít 'zdroje' bezprostředně po kroku v 'procesu', jak byly prezentovány v celém tomto WebQuest.

Při výběru odkazů, které chcete zahrnout do zdrojů, buďte opatrní. Cílem poskytování odkazů ve WebQuestu není, aby bylo snadné pro studenty. Cílem je poskytnout studentům dobrý výchozí bod pro jejich výzkum. Tímto způsobem to nemá trvat příliš mnoho času, aby mohli začít s jejich výzkumem, a jejich úkolem není jen najít jednu informaci. Pamatujte si, že chceme, aby studenti byli schopni vyhodnotit, analyzovat, syntetizovat a vyvodit své vlastní závěry z informací, které jsou jim prezentovány. Tímto způsobem je povzbuzujeme k tomu, aby přemýšleli kreativně, kriticky a nezávisle. Proto se ujistěte, že odkazy, které zahrnete, jsou dobrým výchozím bodem pro jejich provádění výzkumu.

Jak pracujeme s mladými lidmi, doporučujeme zahrnout některé odkazy na videa z YouTube a krátké blogy, články, top tipy, atd., které byly nalezeny online. Všechny odkazy obsažené ve zdrojích by měly být nalezeny online a vzhledem k cílové skupině mladých studentů doporučujeme zahrnout pouze krátké a relevantní odkazy.

Pro počet zdrojů doporučujeme zahrnout 3-5 kvalitní zdroje nebo odkazy pro každý krok v procesu. Po přezkoumání těchto odkazů jsou studenti povzbuzováni, aby provedli vlastní nezávislý výzkum na toto téma.

U každého odkazu, který zadáte, uveďte jej jako odrážku, uveďte krátký popis odkazu a nezapomeňte zahrnout funkční hypertextový odkaz. Doporučujeme otestovat všechny hypertextové odkazy před odesláním WebQuestu studentům.

Další informace o typech zdrojů, které je třeba zahrnout, a o tom, jak provádět přizpůsobené vyhledávání Google, abyste mohli najít přesnější odkazy pro svůj WebQuest, mohou být pro vás a vaši skupinu užitečné následující odkazy:

- Vytvoření WebQuestu - je to jednodušší, než si myslíte:
https://www.educationworld.com/a_tech/tech/tech011.shtml



- 23 Tipů pro vyhledávání na Googlu, které se budete chtít naučit:
<https://uk.pcmag.com/features/34673/23-google-search-tips-youll-want-to-learn>
- [VIDEO] Jak na Google jako profík! Top 10 Google vyhledávací tipy a triky 2020:
<https://youtu.be/R0DQfwc72PM>

Krok 6: Vyhodnocení Webquestu – určení dosažených výsledků učení:

Dobrá práce, teď se váš WebQuest opravdu formuje. Vybrali jste si téma, nastínili úkol, naplánovali poutavý proces a našli vhodné zdroje pro každý krok, ale jak se dozvíte, zda učení, jak jste si přáli bylo dosaženo? K tomu potřebujete výsledky učení!

Výsledky učení jsou jednoduchá prohlášení, která popisují znalosti, dovednosti a postoje, které by měl student získat do konce určitého kurzu, workshopu, cvičení nebo jiné vzdělávací činnosti. V tomto případě budou vaše výsledky učení určovat, jaké znalosti, dovednosti a postoje by mladý student rozvíjet v momentě, kdy dokončí tento WebQuest. Proč znalosti, dovednosti a postoje? Zakládá se na modelu vzdělávání založeném na kompetencích, který je dnes široce přijímaný a používáný v celé Evropě. Vzdělávání založené na kompetencích vyžaduje, aby si studenti nejen zachovali nové znalosti v oblasti učení, ale také aby měli dovednosti k tomu, aby své znalosti uplatňovali v daném kontextu nebo situaci, a aby měli správný postoj nebo povědomí, kdy by měli své znalosti a dovednosti uplatňovat v daném kontextu. Pouze tehdy, když mohou provádět všechny tři, jsou považovány za kompetentní v předmětu. Doporučujeme používat tento přístup k výsledkům učení ve WebQuestu, protože WebQuesty jsou založeny na rozvoji opravdových životních dovednosti a kompetencí u studentů, kteří je dokončí; proto jsou vhodným vzdělávacím nástrojem pro použití modelu založeného na kompetencích.

Chcete-li se dozvědět více o tom, jaké jsou výsledky učení, přejděte na následující odkazy, které mají být dobrým výchozím bodem:

- Co jsou výsledky učení?: <http://www.nuigalway.ie/centre-excellence-learning-teaching/teachinglearning/learningoutcomes/>
- Psaní výsledků učení studentů:
<https://www.atlantatech.edu/docs/about/WritingLearningandProgramOutcomes.pdf>
- Výsledky učení – Evropské středisko pro rozvoj odborného vzdělávání:
<https://www.cedefop.europa.eu/en/events-and-projects/projects/learning-outcomes>.



Abychom vám pomohli při psaní vlastních výsledků učení pro váš WebQuest, doporučujeme při popisu učení, kterého má být dosaženo, dodržovat Bloomovu taxonomii sloves. Pokud se chcete o této taxonomii dozvědět více, navštivte následující odkazy:

- Bloomova taxonomie měřitelných sloves:
<https://www.utica.edu/academic/Assessment/new/Blooms%20Taxonomy%20-%20Best.pdf>
- Použití Bloomova taxonomie k napsání výsledků učení:
<https://www.pearsoned.com/using-blooms-taxonomy-to-write-learning-outcomes/>
- Použití Bloomovy taxonomie k psaní efektivní cíle učení:
<https://tips.uark.edu/using-blooms-taxonomy/>

Příklad toho, jak vypadají dokončené výsledky učení, najdete níže v části „Vyhodnocení“ tohoto WebQuestu.

Krok 7: Čas pro sebehodnocení?

Tématu, jak vyhodnotit váš WebQuest, se budeme podrobněji věnovat v dalším modulu; prozatím však navrhujeme použít jednoduché cvičení sebehodnocení jako součást hodnotícího rámce pro WebQuest. Důvod, proč navrhujeme tuto formu hodnocení, je ten, že WebQuest je model vzdělávání zaměřený na studenta, a proto je vhodné zahrnout metodu hodnocení zaměřenou na studenta, jako je sebehodnocení. Chcete-li se dozvědět více o tom, jak rozvíjet sebehodnocení pro mladé studenty, dobrým východiskem jsou následující odkazy:

- Nástroje a tipy pro sebehodnocení a popis kompetencí:
<https://www.youthpass.eu/downloads/13-62-389/ValuedByYouValuedByOthers-chap4.pdf>
- Hodnocení studentů – Stanfordská univerzita:
<https://teachingcommons.stanford.edu/resources/teaching/evaluating-students/assessing-student-learning/student-self-assessment>
- Průvodce sebehodnocení - Trinity College Dublin:
<https://www.tcd.ie/CAPSL/assets/pdf/Academic%20Practice%20Resources/Guide%20to%20Student%20Self%20Assessment.pdf>

Kromě toho můžete také zvážit zahrnutí krátkého kvízu, který studentům pomůže „otestovat své znalosti“ z hlediska výzvy, kterou se snaží vyřešit. Pokyny, jak používat některé nástroje na vytváření online kvízů, vám pomohou následující odkazy:



- [VIDEO] Jak vytvořit Kahoot – výukový program: <https://youtu.be/KJgZZQcsSPk>
- Popusťte uzdu své fantazii! Jak vytvořit Kahoo v naší aplikaci: <https://kahoot.com/blog/2018/06/14/how-to-create-quizzes-in-kahoot-app/>
- Průvodce pro začátečníky k formulářům Google: <https://www.howtogeek.com/434570/the-beginners-guide-to-google-forms/>
- [VIDEO] LearningApps Ukázka: <https://youtu.be/m59n21UZU64>
- LearningApps - Vytvoření aplikace: <https://learningapps.org/createApp.php>

Jako krátké pokračování této hodnotící části se můžete také rozhodnout zahrnout některé navrhované otázky, které by zprostředkovatel nebo pracovník s mládeží mohl použít v celé skupinové diskusi k vysvětlení vámi vyvinutého WebQuestu. Příklad toho uvidíte v sekci „Hodnocení“ dále v tomto WebQuestu.

Krok 8: Napište svůj závěr

Gratulujeme, blížíte se ke konci svého prvního WebQuestu a děláte skvělou práci. Předposledním krokem v tomto procesu je napsat Závěr k vašemu úkolu. Psaní této části vám poskytuje příležitost shrnout zkušenosti studentů a povzbudit je, aby se zamysleli nad celým procesem a zpracovali to, co se naučili vyplněním tohoto WebQuestu. V této části můžete také doporučit další materiály ke čtení nebo učení nebo následnou aktivitu, kterou by mladí lidé ve vaší skupině měli dokončit. Volba je na vás! Pamatujte však, že WebQuesty mohou být zdlouhavými výukovými cvičeními, takže bez ohledu na to, co do závěru zahrnete, nezapomeňte nabídnout studentům, kteří dokončili váš WebQuest, slova blahopřání a povzbudit je, aby se naučili a aplikovali to na svět kolem nich, aby mohli pomoci, aby byl svět lepším místem!

- Psaní závěru pro WebQuest: <https://www.internet4classrooms.com/conclusion.htm>
- Jak si vyrobit vzdělávací psaní silnější: <https://supercopyeditors.com/blog/write-better/how-to-make-educational-writing-stronger/>
- 8 tipů pro psaní silnější závěry: <https://blog.hubspot.com/marketing/writing-powerful-conclusions>

Krok 9: Nezapomeňte skončit obrázkem a motivační nabídkou:

I když to není zahrnuto v žádném konkrétním modelu pro vývoj WebQuestu, doporučujeme každý WebQuest zakončit pěkným obrázkem a motivační nabídkou. Je to



příjemný způsob, jak dokončit poutavý a interaktivní proces učení, a vašim žákům to dá krátkou mantru, podle které budou žít!

Zdroj motivační nabídky můžete určit sami, ale abyste zajistili, že budete používat pouze obrázky bez licenčních poplatků a autorských práv, doporučujeme, abyste své obrázky pocházeli z následujících webů:

- Unsplash: Internetový zdroj volně použitelných obrázků: <https://unsplash.com/>
- Pixabay: Ohromující volné obrázky zdarma skladem: <https://pixabay.com/>
- Pexels: Online obrázky: <https://www.pexels.com/search/online/>

Hodnocení

Po dokončení tohoto WebQuestu dosáhnou pracovníci s mládeží těchto výsledků učení:

Znalosti	Dovednosti	Postoje
<ul style="list-style-type: none"> • Teoretické znalosti o metodických základech WebQuestů • Faktické znalosti struktury WebQuestu • Faktické znalosti o tom, jak navrhnout a vytvořit WebQuest • Faktické znalosti o tom, jak hodnotit WebQuest • Faktické znalosti o tom, jak rozvíjet sebehodnocení 	<ul style="list-style-type: none"> • Navrhování WebQuestu, který vyhovuje dané struktuře • Aplikování výzkumné dovednosti k identifikaci témat a výzev, které lze s mladými lidmi prozkoumat prostřednictvím Webquestů • Vyvíjení WebQuestu, který podporuje zážitkové učení kolem tématu, které ovlivňuje mladé lidi dnes • Spolupráce jako součást týmu pro vývoj WebQuestu • Prezentování svého WebQuestu své skupině vrstevníků a mládeže • Navrhování strategie hodnocení a hodnocení Webquestu • Vypracování sady výsledků učení pro jejich WebQuest • Rozpoznání potenciálu a omezení používání WebQuestů jako vzdělávacího zdroje • Určení vzdělávací situace a kontextů, v nichž může tato metodika podporovat účinný a 	<ul style="list-style-type: none"> • Povědomí o potenciálu WebQuestů umožňující studentům řídit své vlastní učení • Ocenění potenciálu WebQuestů k rozvíjení kritického a kreativního myšlení u mladých studentů • Povědomí o potenciálu WebQuestů rozvíjení generace nezávislých myslitelů a inovátorů • Ochota podílet se na zkušenostech s kolaborativním a vzájemným učením • Ochota začlenit učení založené na



<ul style="list-style-type: none"> Faktické znalosti o tom, jak psát výsledky učení pro WebQuest 	<p>poutavý přístup ke vzdělávání mládeže</p>	<p>výzvách do praxe práce s mládeží.</p>
---	--	--

V rámci sebehodnocení tohoto WebQuestu se od pracovníků s mládeží očekává, že vytvoří kompletní WebQuest, který bude připraven k testování s mladými lidmi v jejich skupinách. Všichni pracovníci s mládeží nejprve představí svůj WebQuest své vrstevnické skupině, tj. dalším pracovníkům s mládeží, kteří absolvují toto školení; předtím, než přivedou WebQuest zpět k mladým lidem v jejich skupině a vyhodnotí životaschopnost používání metodiky WebQuestu s mladými lidmi ke zvýšení jejich povědomí o sociálních, ekonomických, kulturních a environmentálních problémech, které ovlivňují jejich generaci.

Jako cvičení sebehodnocení pro tento WebQuest budou pracovníci s mládeží požádáni, aby absolvovali krátké sebereflexní cvičení a napsali 300–350 slov o tom, jak vnímají zkušenosti s prací v malém týmu na vývoji tohoto WebQuestu od začátku do konce. Tímto sebereflexním cvičením se budou řídit následující otázky:

- Jak vnímám cvičení vývoje WebQuestu v malém týmu?
- Je to něco, co bych chtěl(a) v budoucnu vyvíjet sám (sama)?
- Jsou WebQuesty vhodným formátem pro poskytování vzdělávacích aktivit mladým lidem?
- Myslím si, že WebQuesty lze aplikovat na jiná témata, aby se zvýšila informovanost mladých lidí o dalších výzvách, kterým čelí?
- Budu v budoucnu používat WebQuesty při své práci s mladými lidmi? Proč?

Závěr

Gratulujeme vám a vašemu týmu, dosáhli jste konce této výzvy a nyní rozumíte, co je zapotřebí k vývoji WebQuestu. Výborně! Dokončením této výzvy jste se naučili základy vývoje WebQuestu a nyní můžete tuto metodiku aplikovat na řadu různých předmětů a kontextů.

Dobré WebQuesty stimulují výzkum a kritické myšlení. Jedná se o model, který je poměrně jednoduchý a přímočarý, ale pokaždé, když představíte WebQuest skupině mládeže, získáte jiný výsledek, novou perspektivu, nový výsledek. Důvodem je to, že navzdory tomu, že jsou WebQuesty jednoduchým nástrojem pro vývoj a používání, podporují společné



učení, vzájemné vzdělávání a výměnu, nezávislé a svobodné myšlení a poskytují otevřený prostor pro spolupráci, aby se studenti mohli setkávat, být kreativní a rozvíjet něco nového.

Ve formálním vzdělávání mají mladí studenti příliš často pocit, že informace pohlcují, jen aby je opakovali při zkoušce nebo při úkolu, a to z jediného důvodu, aby získali dobrou známku. WebQuesty dávají studentům úkol, který jim umožňuje využívat jejich představivosti a dovednosti řešení problémů. Odpovědi nejsou ve WebQuestu předdefinovány - neexistují žádné správné a nesprávné odpovědi - a proto je nutné odpovědi objevit nebo vytvořit. K nalezení řešení problému musí studenti použít své vlastní dovednosti v oblasti kreativního myšlení a řešení problémů. WebQuesty jsou skvělý způsob, jak zachytit představivost studentů a umožnit jim prozkoumat téma nebo výzvu řízeným způsobem. Komunikace, skupinová práce, řešení problémů a kritické a kreativní myšlení se v dnešním světě stávají mnohem důležitějšími než to, že si studenti zapamatují předem určený obsah.

Skutečný WebQuest je struktura učení jako „lešení“, která využívá odkazy na základní zdroje na internetu a autentický úkol motivovat studenty k vyšetřování otevřené otázky. Prostřednictvím této výzvy mohou studenti rozvíjet své individuální odborné znalosti, zatímco se účastní skupinového procesu, který transformuje nově získané informace do sofistikovanějšího porozumění. Činnosti, které studenty nasměrují pouze na encyklopedické instruktáže nebo učebnice, nevyužívají výhody internetových zdrojů, které jsou interaktivní, bohaté na média, moderní, kontextualizované nebo z různých perspektiv. Měli bychom se zeptat: „Mohli by studenti dosáhnout tohoto učení stejně efektivně bez internetu?“ Pokud je odpověď ano, uložme šířku pásma pro něco lepšího. “ (Tom March, 2004)

Ve skutečném WebQuestu procházejí nově získané informace důležitou transformací uvnitř samotných studentů. Získání informací - „vstup pro učení“ - je snadná část. WebQuest bude komplikovanější a zajímavější v další části, ve které probíhá transformativní učení a mladí lidé a učitelé nebo pracovníci s mládeží mohou realizovat - nebo si neuvědomují - potenciál WebQuestu. Jak mohou WebQuesty vyvolat nehmotné zážitky „aha“, které leží v srdci autentického učení? Použití výkonných učebních strategií odlišuje skutečné WebQuesty od pouhých webových aktivit (Letkeman, 2000). Nyní, když jste prošli tímto procesem vytváření vlastního WebQuestu, je potenciál pro vývoj a integraci WebQuestů do vaší praxe s mládeží neomezený!

Pokud si z této lekce vezmete jednu věc, nezapomeňte:

„Slyším a zapomenu. Vidím a pamatuji si to. Dělán a chápu.“

- Konfucius



A teď chápete, jak vytvořit WebQuest!



Photo by Guille Álvarez, on Unsplash

Pokyny pro vývoj WebQuestu

Tato část si klade za cíl poskytnout všem účastníkům školení Solution Not Pollution jasné pokyny a standardizované pokyny pro vývoj zdrojů WebQuestu pro začlenění do jejich praxe s mládeží.

Co je WebQuest?

„WebQuest,“ podle Bernie Dodge, původce konceptu WebQuest, „je aktivita zaměřená na poptávku, při které většina nebo všechny informace používané studenty jsou čerpány z webu. WebQuesty jsou navrženy tak, aby dobře využívaly čas studentů, aby se soustředili spíše na využívání informací než na jejich hledání a na podporu myšlení studentů na úrovních analýzy, syntézy a hodnocení.“



WebQuesty nabízejí inovativní vzdělávací zdroje, které jsou nezapomenutelné a vzrušující, kreativní a zábavné, protože jejich hlavním bodem je zábava při učení.

Podle Dodge je pět stavebních kamenů WebQuestu:

ÚVOD	Poskytuje základní informace o tématu a připravuje studenty na aktivitu. Nastavuje kontext úkolu a pomáhá „nastavit scénu“.
ÚKOL	Popisuje "konečný produkt" aktivity, který představuje přehled aktivity, která má být dokončena.
PROCES	Vysvětluje kroky a strategie, které by studenti měli k dokončení úkolu použít. Každý krok v procesu by měl obsahovat odkazy na webové stránky, články, blogy, videa, atd., které mohou být použity k pomoci splnit úkol.
HODNOCENÍ	Měří výsledky činnosti a mělo by ilustrovat, čeho by studenti měli dosáhnout. Mělo být prezentované ve formě Kahout.
ZÁVĚR	Měl by studenty povzbuzovat, aby se zamysleli nad dosaženým procesem a výsledky a aby se zamysleli nad tím, čemu se naučili.

Níže v těchto pokynech najdete šablonu pro vývoj WebQuestu založenou na této struktuře s podrobnějším vysvětlením a pokyny v ní obsaženými.

WebQuest struktura

Struktura WebQuestu se skládá z následujících prvků:

- ÚVOD**, který orientuje studenty a zaujme jejich zájem.
Úvod by měl čtenáře vtáhnout do lekce vztahem k zájmům nebo cílům žáka a / nebo popisem přesvědčivé otázky nebo problému. Měl by stavět na předchozích znalostech žáka a efektivně připravit žáka předzvěstí toho, o čem lekce je.
- ÚKOL**, který popisuje konečný produkt aktivity. Úkol je konečným výsledkem úsilí studenta ... nikoli kroky spojené s jeho dosažením. Úkol by měl být proveditelný a poutavý a vyvolat myšlení, které jde nad rámec porozumění. Měl by vyžadovat syntézu více zdrojů informací a / nebo zaujmout pozici a / nebo jít nad rámec poskytnutých údajů a zobecnit nebo vyvinout kreativní produkt.



Dodge přišel s taxonomií úkolů zahrnujících jedenáct různých typů úkolů, včetně novinářských, záhadných, designových a konsensuálních úkolů. Více se o tom dozvíte zde: <http://webquest.org/sdsu/taskonomy.html>

3. **PROCES**, který vysvětluje strategie, které by studenti měli použít k dokončení úkolu, a je to podrobný popis toho, jak studenti úkol splní. Každý krok by měl být jasně stanoven, aby většina studentů věděla přesně, kde se v každém kroku procesu nacházejí, a věděli, co dělat dál, aniž by potřebovali vedení od zprostředkovatele.

V této části lze přiřadit různé role, které studentům pomohou porozumět různým perspektivám a / nebo sdílet odpovědnost při plnění úkolu. Můžete poskytnout vodítko, jak by měli shromážděné informace uspořádat, včetně otázek, které slouží jako průvodce nebo seznam kroků. Činnosti by měly jasně souviset a měly by být navrženy tak, aby studenty vedly od základních znalostí k myšlení na vyšší úrovni, a měli byste se pokusit zahrnout některé kontroly porozumění, abyste mohli posoudit, zda je studenti dostávají.

4. **ZDROJE**, což jsou hlavně webové stránky, příspěvky na blogu, online články, videa a dokumenty, které mohou studenti použít k dokončení úkolu, ale mohou to být také návrhy návštěv, aktivit, knih nebo článků ke čtení. Mělo by existovat jasné a smysluplné spojení mezi všemi zdroji a informacemi potřebnými pro studenty, aby splnili úkol. Každý zdroj by měl mít svou váhu, což znamená, že by měl vždy přidat něco nového. Odkazy by měly nést informace, které se běžně nenacházejí ve třídě, s využitím včasnosti a barevnosti internetu. V naší struktuře WebQuest doporučujeme zahrnout zdroje jako odkazy pod každý krok procesu. Cílem je zajistit, aby mladí studenti viděli logický tok plánování WebQuestu.
5. **VÝSLEDKY HODNOCENÍ A VZDĚLÁVÁNÍ**, které by měly vést studenty a pedagogy k tomu, jak budou měřeny výsledky WebQuestu. Jak zdůraznil Letkeman (2000), „tradiční techniky hodnocení nejsou nejlepším prostředkem pro hodnocení výsledků WebQuestu, protože všichni žáci se nemusí naučit stejný obsah. Hodnocení WebQuestu by měla provádět skupina ve třídě a školitel. Další vhodnou technikou pro hodnocení WebQuestů jsou sebehodnocení a sebeocenení.
6. **ZÁVĚR**, který shrnuje WebQuestovou aktivitu a povzbuzuje studenty, aby se zamysleli nad jejím procesem a výsledky.



Praktické tipy při plánování zdroje

1. Definujte oblast tématu a "koncový produkt" (fáze úvodu a úlohy)
2. Struktura procesu - úkoly, zdroje, atd. Najděte webové zdroje, které jsou vhodné obsahově a jazykově. Seskupte zdroje podle fází úkolu.
3. Návrh fází a koncepcí hodnocení

Podle nejnovějších globálních výzkumných studií zahrnují pracovní síly 21. století řadu dovedností, jako je spolupráce, (týmová práce), komunikace (písemná i ústní), kreativita / inovace, kritické myšlení a řešení problémů, informační a komunikační technologie, gramotnost, získávání a zvládnutí znalostí v terénu, profesionalita / pracovní morálka (motivace, plnění úkolů, dodržování termínů, docházka, přesnost a pozitivní přístup), adaptabilita, porozumění čtení a odpovědné / odpovědné globální občanství. Osvědčené postupy WebQuestu by se měly snažit napodobit co nejvíce těchto dovedností.

8 osvědčených postupů (pro rozvoj WebQuestů podporující rozvoj dovedností 21. století)

1. Vytvářejte úkoly spolupráce a spolutvorby
2. Úkol musí vyvolat a podporovat kritické myšlení pro kreativní řešení problémů a inovativní nápady
3. Vyžadujte písemnou a ústní komunikaci v rámci úkolu
4. Integrujte a vyžadujte dovednosti v informačních a telekomunikačních oblastech od začátku do konce
5. Formativní a souhrnné hodnocení pro získávání znalostí
6. Začleňte různé styly učení do úkolu podpory adaptability
7. Vytvořte autentické, použitelné, relevantní úkoly reálného světa
8. Začleňte do úkolu individuální a globální odpovědnost

- Při vývoji zdrojů mějte na paměti, že WebQuesty musí být zkušenostní, musí pracovat v prostředí neformálního učení a musí být atraktivní a přitažlivé pro jednotlivce, u nichž formální vzdělávání mohlo selhat a lze je charakterizovat jako „nechci se učit“ neschopný se učit;



- Nezapomeňte do každého WebQuestu zahrnout prvky na podporu získávání základních dovedností v kreativním myšlení, kolaborativního učení, digitální kompetence atd., Jakož i další prvky pro získání dovedností potřebných pro dovednosti 21. století, abyste uspěli a stali se produktivním členem komunity;
- Obsah by měl být často odkazován, aby se zachoval pocit lovu pokladů nebo dobrodružství.
- Učení obsahu zdroje by nemělo trvat příliš dlouho, než vyřešíte nebo dokončíte WebQuest.
- Před vytvořením zdroje si připravte svoji šablonu a postupujte podle pokynů.
- Věnujte pozornost logické posloupnosti textu, udržujte text krátký a jednoduchý, „snadno srozumitelný“
- Pamatujte: Kvalita nad kvantitou.
- Vždy mějte na paměti cílovou skupinu - vytvářejte svůj obsah, jako byste hovořili přímo s mladými lidmi a mladými dospělými (ve věku 15 až 25 let)
- Nepoužívejte Wikipedii jako zdroj informací.

Šablona vývoje WebQuestu

PŘIDĚLENÝ ČAS:	
NÁZEV WEBQUEST:	
ÚVOD (Zahrnuje poskytování základních informací o tomto tématu a často zavádí klíčovou slovní zásobu a koncepty, které budou studenti muset pochopit, aby mohli dokončit související úkoly. Měl by představovat scénář a kontext pro hraní úkolů ve WebQuestu a měl by být zábavný, poutavý a kreativní tak, aby přilákal studenty):	
ÚKOLY (jasně a přesně vysvětlují, co studenti musí dělat, měly by být motivující a zajímavé a pokud je to možné, měly by zahrnovat činnosti, které přispívají k rozvoji dovedností, které	



budou využívat ve svém každodenním životě. Měly by být uvedeny pokyny, jak předkládat zjištění; například mapy, grafy, eseje, nástěnné displeje a diagramy):

PROCES (sada kroků a výzkumných úloh s využitím předdefinovaných zdrojů, které jsou většinou založené na webu, obvykle ve formě, na kterou lze kliknout. Tato fáze má obvykle jeden nebo více "produktů", od kterých se očekává, že je studenti budou prezentovat na konci. Tyto produkty tvoří základ fáze hodnocení. Pro každý krok v procesu by měla být také zahrnuta řada odkazů (3-5 za krok). Tyto odkazy by měly zahrnovat videa, články, blogy, webové stránky atd., které mohou studenti navštívit, aby jim pomohli dokončit úkol. Odkazy by měly být vloženy do WebQuestu na stránky, databáze, vyhledávače a tak dále.) :

HODNOCENÍ (sebehodnocení, porovnávání a kontrastování toho, co se studenti naučili, poskytuje zpětnou vazbu pracovníkovi s mládeží o tom, jak se cítí, co se naučili. Zahrnuje také dokončení krátkého kvízu nebo hry na Kahoot, Google Forms nebo jiné platformě, aby otestovali své nové znalosti a dovednosti. Navrhněte otázky, které může zprostředkovatel použít v celé diskusi třídy k informování WebQuestu):



ZÁVĚR (poskytuje příležitost shrnout zkušenosti, podpořit reflexi o procesu, rozšířit a zobecnit to, co bylo naučeno, nebo kombinaci zmíněného.):

Přehledy aktivit pro hodnocení a používání WebQuestů v práci s mládeží

Název modulu	Hodnocení a používání Webquestů v práci s mládeží		
Název aktivity	WebQuest Hodnocení rubriky	Kód aktivity	A3.1
Typ zdroje	Listy aktivit (AS)	Typ učení	Osobní



<p>Doba trvání aktivity (v minutách)</p>	<p>40 minut</p>	<p>Výsledek učení</p>	<p>Po dokončení této aktivity účastníci lépe porozumí metrikám kvality, které se používají k vyhodnocení kvality, relevance a struktury WebQuestu jako výukového zdroje.</p>
<p>Cíl činnosti</p>	<p>Cílem této aktivity je seznámit účastníky s hodnocením rubriky WebQuestu, která byla vyvinuta za účelem vyhodnocení kvality, relevance a struktury WebQuestu jako studijního zdroje. Cílem dokončení WebQuestu hodnocení rubriky je určit oblasti nebo aspekty WebQuestu, které by mohly být vylepšeny pro zvýšení kvality učení, nabídnout další podporu studentům dokončujícím WebQuest nebo zlepšit spolupráci mezi členy týmu, kteří dokončují WebQuest. Vyplněním této rubriky budou účastníci schopni identifikovat aspekty svého vlastního WebQuestu, které mohou vylepšit, před zavedením aktivity do své skupiny mládeže.</p>		
<p>Materiály potřebné pro činnost</p>	<p>K realizaci této činnosti bude zprostředkovatel potřebovat:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kopie podkladů pro všechny účastníky, • Kopie WebQuestů vyvinuty jednotlivými týmy - účastníci budou potřebovat pouze kopii WebQuestu, který vyvinuli jako součást svého vlastního týmu, • Tréninkové místo s prostorem pro všechny týmy k dokončení jejich WebQuest vyhodnocování rubrik na vlastní pěst, • Pera a materiály pro pořizování poznámek pro všechny účastníky. 		
<p>Podrobné pokyny</p>	<p>K provedení této činnosti by měl zprostředkovatel zavést následující kroky:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Krok 1 – Účastníci dokončí tuto aktivitu ve svých týmech z modulu 2. • Krok 2 - Poskytněte každému účastníkovi kopii podkladu níže a ujistěte se, že každý účastník má kopii WebQuestu, který vytvořil během své skupinové pracovní činnosti v modulu 2. 		



- Krok 3 - Dejte všem týmům 20-25 minut na dokončení jejich WebQuestu vyhodnocení rubrik pro WebQuest, které vyvinuly. V tomto kroku by týmy měly zkontrolovat každý řádek v rubrice a upřímně vyhodnotit kvalitu svého WebQuestu ve vztahu k poskytnuté stupnici hodnocení.
- Krok 4 - Po 25 minutách vyzvěte všechny týmy, aby se znovu spojily v jedné skupině, a požádejte týmy, aby sdílely skóre ze 40, které získaly svůj WebQuest, s odůvodněním skóre.

Sylabus

WebQuest Hodnocení rubriky

	Začínající	Rozvíjející se	Splněná	Skóre
Úvod				
Motivační účinnost úvodu	0 bodů Úvod je čistě věcný, bez odvolání k relevanci nebo sociálnímu významu Nebo Představený scénář je transparentně falešný a nerespektuje mediální gramotnost dnešních studentů.	1 bod Úvod se poněkud týká zájmů studenta a / nebo popisuje přitažlivou otázku nebo problém.	2 body Úvod vtáhne čtenáře do hodiny tím, že se týká zájmů nebo cílů studenta a / nebo poutavě popisuje závažnou otázku nebo problém.	
Kognitivní účinnost úvodu	0 bodů Úvod nepřipravuje čtenáře na to, co přijde, ani nestaví	1 bod V úvodu se do určité míry odkazuje na předchozí znalosti	2 body Úvod staví na předchozích znalostech studenta a účinně ho připravuje	



	na tom, co už student ví.	a náhledy žáka, o čem je lekce.	nastíněním toho, o čem lekce je	
Úkol (Úkol je konečným výsledkem úsilí studentů ... nikoli kroky spojené s jeho dosažením.)				
Připojení úlohy k normám	0 bodů Úloha nesouvisí se standardy.	2 bod Tento úkol odkazuje na standardy, ale není jasně spojen s tím, co studenti musí vědět a být schopni udělat pro dosažení znalosti těchto norem.	4 body Tento úkol je odkazován na standardy a je jasně spojen s tím, co studenti musí vědět a být schopni udělat pro dosažení znalosti těchto norem.	
Kognitivní úroveň úkolu	0 bodů Úkol vyžaduje jednoduché pochopení nebo převyprávění informací nalezených na webových stránkách a zodpovězení věcných otázek.	3 body Úkol je splnitelný, ale jeho význam pro život studentů je omezený. Úkol vyžaduje analýzu informací nebo shromáždění informací z několika zdrojů.	6 bodů Úkol je proveditelný a poutavý a vyvolává myšlení, které jde nad rámec porozumění rote. Úkol vyžaduje syntézu více zdrojů informací a / nebo zaujetí pozice a / nebo překročení poskytnutých dat a vytvoření generalizace nebo kreativního produktu.	
Proces (Tento proces je podrobný popis toho, jak studenti budou plnit úkol.)				
Srozumitelnost procesu	0 bodů Proces není jasně stanoven. Studenti by už od přečtení přesně nevěděli, co mají dělat.	2 body Některé pokyny jsou uvedeny, ale chybí informace. Studenti mohou být zmateni.	4 body Každý krok je jasně stanoven. Většina studentů by přesně věděla, kde jsou v každém kroku procesu, a věděli, co dělat dál.	



	Lešení procesu	<p>0 bodů</p> <p>Tento proces postrádá strategie a organizační nástroje potřebné pro studenty získat znalosti potřebné k dokončení úkolu.</p> <p>Činnosti mají malý význam pro sebe navzájem a / nebo pro splnění úkolu.</p>	<p>3 body</p> <p>Strategie a organizační nástroje vložené do procesu jsou nedostatečné k zajištění toho, aby všichni studenti získali znalosti potřebné k dokončení úkolu.</p> <p>Některé činnosti se netýkají konkrétně plnění úkolu.</p>	<p>6 bodů</p> <p>Tento proces poskytuje studentům, kteří přicházejí na různých vstupních úrovních, strategie a organizační nástroje pro přístup a získání znalostí potřebných k dokončení úkolu.</p> <p>Aktiviny jasně souvisejí a jsou navrženy tak, aby studenty přivedly od základních znalostí k myšlení na vyšší úrovni.</p> <p>Integrovány jsou kontroly porozumění, které mají posoudit, zda to studenti dostávají.</p>	
	Bohatost procesu	<p>0 bodů</p> <p>Několik kroků, nejsou přiřazeny žádné samostatné role.</p>	<p>1 bod</p> <p>Některé samostatné úkoly nebo přiřazené role. Je vyžadována složitější činnost.</p>	<p>2 body</p> <p>Přiřazují se různé role, které studentům pomáhají porozumět různým perspektivám a/nebo sdílet zodpovědnost za plnění úkolu.</p>	
	<p>Zdroje (Poznámka: měli byste vyhodnotit všechny zdroje propojené se stránkou, i když jsou v jiných oddílech než v části procesu. Všimněte si také, že knihy, videa a další off-line zdroje mohou a měly by být použity v případě potřeby.)</p>				
	Relevance a množství zdrojů	<p>0 bodů</p> <p>Poskytnuté zdroje nejsou dostatečné pro</p>	<p>2 bod</p> <p>Existuje určité spojení mezi zdroji a informacemi potřebnými pro</p>	<p>4 body</p> <p>Existuje jasné a smysluplné spojení mezi všemi zdroji a informacemi</p>	



	<p>studenty k dosažení úkolu.</p> <p>Nebo</p> <p>Existuje příliš mnoho zdrojů, aby se na ně studenti mohli podívat v rozumném čase.</p>	<p>studenty k provedení úkolu.</p> <p>Některé zdroje nepřidávají nic nového.</p>	<p>potřebnými pro studenty k dosažení tohoto úkolu. Každý zdroj nese svou váhu.</p>	
Kvalita zdrojů	<p>0 bodů</p> <p>Odkazy jsou všední. Vedou k informacím, které by mohly být nalezeny v encyklopedii třídy.</p>	<p>2 body</p> <p>Některé odkazy obsahují informace, které se obvykle nenajdou ve třídě.</p>	<p>4 body</p> <p>Odkazy skvěle využívají včasnost a barevnost webu.</p> <p>Rozmanité zdroje poskytují studentům dostatek smysluplných informací k hlubokému zamyšlení.</p>	
Hodnocení				
Srozumitelnost hodnotících kritérií	<p>0 bodů</p> <p>Kritéria úspěchu nejsou popsána.</p>	<p>3 body</p> <p>Kritéria úspěchu jsou alespoň částečně popsána.</p>	<p>6 bodů</p> <p>Kritéria úspěchu jsou jasně stanovena ve formě rubriky. Kritéria zahrnují kvalitativní i kvantitativní deskriptory.</p> <p>Hodnotící nástroj jasně měří, co studenti musí vědět a být schopni udělat pro splnění úkolu.</p>	
Celkové skóre				/40



Název modulu	Hodnocení a používání Webquestů v práci s mládeží		
Název aktivity	Dokončení plánovacího plánu lekcí	Kód aktivity	A3.3
Typ zdroje	Listy aktivit (AS)	Typ učení	Osobní
Doba trvání aktivity (v minutách)	75 minut	Výsledek učení	Po dokončení této aktivity získají účastníci vhled do toho, jak efektivně vypracovat plán pro integraci výzev WebQuestu do praxe při práci s mládeží.
Cíl činnosti	Cílem této aktivity je poskytnout účastníkům šablonu, která jim umožní efektivně plánovat integraci WebQuestů do jejich praxe práce s mládeží. Prostřednictvím této aktivity budou pracovníci s mládeží požádáni, aby zvážili své cílové skupiny, jejich potřeby, zájmy, akademickou úroveň a vyplnili plánovací plán lekce, který jim představí řadu klíčových úvah, jimž by se měli věnovat před zavedením výzev WebQuestů do své pracovní praxe s mládeží.		
Materiály potřebné pro činnost	K realizaci této činnosti bude zprostředkovatel potřebovat: <ul style="list-style-type: none"> • Kopie podkladů pro všechny účastníky, • Kopie WebQuestů vyvinutými jednotlivými týmy - účastníci budou potřebovat pouze kopii WebQuestů, které vyvinuli jako součást svého vlastního týmu, • Tréninkové místo s prostorem pro rozdělení pro všechny účastníky, aby dokončili svůj plánovací plánu výuky sami, • Pera a materiály pro pořizování poznámek pro všechny účastníky. 		
Krok za krokem instrukce	K provedení této činnosti by měl zprostředkovatel zavést následující kroky: <ul style="list-style-type: none"> • Krok 1 - Účastníci tuto aktivitu dokončí jednotlivě. • Krok 2 - Poskytněte každému účastníkovi kopii letáku níže a zajistěte, aby každý účastník měl kopii WebQuestu, kterou vytvořil během své skupinové práce v modulu 2. 		



- Krok 3 - Dejte všem jednotlivcům 60 minut na dokončení svého plánovacího plánu lekce, který jim pomůže integrovat WebQuest do své praxe práce s mládeží.
- Krok 4 - Po 60 minutách vyzvěte všechny účastníky, aby se společně sešli v jedné skupině, a vyzvěte všechny jednotlivce, aby skupině představili svůj vyplněný plánovací plán. Na konci každé prezentace se každého účastníka zeptejte: „Je podle vašeho hodnocení možné použít WebQuesty ve své praxi s mládeží?“.
- Krok 5 - Jakmile všichni účastníci měli příležitost dokončit plánovací plán, dokončete po aktivitě krátké slovní hodnocení, abyste dešifrovali, jak účastníci vnímají nástroj plánovacího plánu.



A3.2 – Šablona plánovací plátno/ plán lekce

LESSON PLAN CANVAS				Workshop Title: _____					
Purpose	Target Group	Group Size	Trainer	Workshop Duration	Location				
Learning Outcomes					Preparation				
					€ Budget				
					Training Material				
Lesson Plan									
Topics and Sub-topics/Learning Activities/Presentations		Duration/ (minutes)	Training Methods	Materials/ Equipment	Topics and Sub-topics/Learning Activities/Presentations		Duration (minutes)	Training Methods	Materials/ Equipment



This work is provided under the license **Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives-4.0 International**

Dimitra Zervaki
Find your Vantage Angle

<http://dimitrazervaki.com>

Příloha I – Plány lekcí pro osobní moduly

Modul 1 – Úvod do teorie učení založené na výzvách

Název modulu: Úvod do učení založeného na výzvách			
Popis vzdělávacích aktivit	Časování (minuty)	Požadované materiály/ vybavení	Hodnocení/ Výsledek této relace
<p><u>Otevření workshopu:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Zprostředkovatel otevírá workshop tím, že vítá všechny účastníky a poskytuje stručný přehled projektu Solution not Pollution pomocí standardní prezentace (M1. PPT1) a podpisu prezenční listiny na zasedání. Zprostředkovatel poté vyzve všechny účastníky, aby dokončili činnost lámání zábran popsanou v A1.1 	<p><u>30 minut</u></p>	<p>Místo školení s IT vybavením pro všechny účastníky;</p> <p>Flipchart a fixy;</p> <p>Přihlašovací list pro workshop;</p> <p>Pera a materiály pro pořizování poznámek pro účastníky;</p>	<p>Účastníci se zapojí do všech skupinových aktivit</p> <p>Účastníci budou lépe rozumět projektu Solution Not Pollution – Řešení neznečištění a budou seznámeni se všemi pracovníky s mládeží, kteří absolvují školení.</p>
<p><u>Aktivita 1: Úvod do dnešních výzev</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Zprostředkovatel začíná tím, že předloží snímky 1 až 4 prezentace v PowerPointu (M1.PPT2) a zapojí pracovníky s mládeží do skupinové diskuse dotazem: Jaké výzvě dnes čelíme? (Globálně, na národní úrovni, lokálně, osobně?) 	<p><u>45 minut</u></p>	<p>Projektor a promítaná obrazovka;</p> <p>Přenosný počítač;</p>	<p>Účastníci se zapojí do skupinové diskuse, aby identifikovali výzvy, kterým dnes čelíme na čtyřech různých úrovních (globálně, na národní úrovni, místně a</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Zprostředkovatel bere na vědomí tyto výzvy na listu flipchartu • U každé zmíněné výzvy se zprostředkovatel ptá: <ul style="list-style-type: none"> ○ Co uděláme, abychom tuto výzvu překonali? ○ Kde jsme se naučili, jak tuto výzvu překonat? • Pro každou nabídnutou odpověď zprostředkovatel píše odpovědi vedle úkolů a vytváří diagram „pavoučí mapy“. • Poté, co skupina vyčerpala všechny výzvy a odpověděla na následné otázky, zprostředkovatel pokračuje snímky 5 až 8 prezentace (M1.PPT2). 		<p>Kopie standardní prezentace Řešení neznečištění – M1.PPT1</p> <p>Kopie listu aktivit A1.1 pro použití se všemi účastníky.</p> <p>Kopie prezentace – M1.PPT2</p>	<p>osobně) a určí, jak a kde se učíme překonávat výzvy, jako jsou ty, kterým čelíme dnes.</p> <p>Účastníci lépe porozumí hlavnímu cíli učení založeného na výzvách.</p>
<p><u>Aktivita 2: Co je učení založené na výzvách?</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Zprostředkovatel zahájí tuto relaci zobrazením snímku 9 z prezentace, M1.PPT2, a požádá všechny účastníky o odpověď na otázku: <ul style="list-style-type: none"> ○ Co je učení založené na výzvách? • Zprostředkovatel zapisuje odpovědi na flipchart, aby na ně později odkazoval na workshopu. • Zprostředkovatel poté předá účastníkům snímky 10 až 16 prezentací (M1.PPT2) a na konci každého snímku se krátce zastaví, aby odpověděl na všechny otevřené otázky, které mohou ze skupiny vyvstat. 	<p><u>45 minut</u></p>	<p>Místo školení s IT vybavením pro všechny účastníky prostor pro rozdělení do menších skupin;</p> <p>Flipchart a fixy;</p> <p>Projektor a promítaná obrazovka;</p> <p>Přenosný počítač;</p>	<p>Účastníci se zapojí do všech skupinových pracovních aktivit a diskusí.</p> <p>Účastníci získají lepší pochopení toho, co je učení založené na výzvách, jak je lze přizpůsobit a aplikovat na praxi práce s mládeží, a potenciálu učení založeného na výzvách změnit způsob, jakým jsou mladí lidé učeni myslet.</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Zprostředkovatel poté rozdělí všechny účastníky do skupin po 2–3 a požádá je, aby každých 5 minut brainstormovali: <ul style="list-style-type: none"> ○ O potenciálu učení založeného na výzvách v praxi práce s mládeží. ○ O aplikace učení založeného na výzvách v jejich každodenní praxi. • Po 10 minutách, zprostředkovatel sdružuje všechny skupiny a vede celou skupinovou diskusi o tom, jak učení založené na výzvách může být lépe používáno a aplikováno v kontextu práce s mládeží. • Po této neformální diskusi předloží zprostředkovatel snímky 17 až 21 prezentace (M1.PPT2). 		<p>Pera a materiály pro pořizování poznámek pro účastníky;</p> <p>Kopie prezentace – M1. PPT2.</p>	<p>Pracovníci s mládeží se navíc budou účastnit vzájemného učení a výměny osvědčených postupů prostřednictvím svých krátkých skupinových pracovních úkolů.</p>
<p><u>Aktivita 3: Proces učení založeného na výzvách</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Zprostředkovatel začíná toto zasedání tím, že představuje některé snímky ze tří fázového procesu učení založené na výzvách. • Pro představení tohoto tématu představuje zprostředkovatel snímky 1 až 8 prezentace (M1. PPT3). • Po této prezentaci zprostředkovatel požádá všechny studenty, aby spolupracovali ve dvojicích nebo v malých skupinách po 3, a věnovali 10 minut 	<p><u>60 minut</u></p>	<p>Místo školení s IT vybavením pro všechny účastníky a prostorem pro rozdělení do menších skupin;</p> <p>Flipchart a fixy;</p> <p>Pera a materiály pro pořizování poznámek pro účastníky;</p>	<p>Účastníci se zapojí do všech skupinových pracovních aktivit a diskusí.</p> <p>Účastníci budou mít možnost spolupracovat na zmapování scénáře učení založeného na výzvách.</p> <p>Účastníci lépe porozumí krokům spojeným s vývojem</p>



<p>přemýšlení o scénáři, který pro mladé studenty představuje velkou myšlenku a poskytuje jim „výzvu k akci“ řešit tento problém. Po této skupinové pracovní činnosti pak zprostředkovatel pokračuje v prezentaci (M1. PPT3) prezentací snímků 9 až 12 ve druhé fázi procesu učení založeného na výzvách.</p> <ul style="list-style-type: none">• Na základě těchto snímků zprostředkovatel vyzve účastníky, aby se znovu rozdělili do svých menších skupin a napsali několik „hlavních otázek“, které pomohou mladým studentům reagovat na výzvu k akci.• Po 10 minutách zprostředkovatel spojí celou skupinu zpět a pokračuje prezentací (M1.PPT3), snímky 13 až 16, které představují třetí fázi procesu.• Opět platí, že po těchto snímcích jsou účastníci vyzváni, aby se vrátili do svých menších skupin a provedli brainstorming možných řešení, která by mohla vyplynout z výzvy k akci, kterou kladou pro mladé lidi, a na základě hlavních otázek, které zahrnovali v kroku 2.• Po 10 minutách zprostředkovatel vyzve všechny skupiny, aby přišly a představily svůj velký nápad, výzvu k akci, hlavní otázky a možná řešení celé skupině.• Po každé prezentaci mohou všichni účastníci poskytnout zpětnou vazbu k prezentovaným		<p>projektor a projekční plátno;</p> <p>Přenosný počítač;</p> <p>Kopie prezentace – M1.PPT3</p>	<p>vzdělávacích zdrojů založených na výzvách.</p>
--	--	---	---

<p>studijním scénářům a procesům založeným na výzvách.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Po ukončení všech prezentací požádá moderátor skupinu, aby diskutovala: <ul style="list-style-type: none"> ○ Jaký dopad by to mělo pro mladé studenty, kdyby se pomocí této metodologie dozvěděli o těchto tématech, ve srovnání s tradičnějšími formami vzdělávání? • Zprostředkovatel bere na vědomí hlavní výhody a dopady uvedené na předváděcím sešitu. 			
<p><u>Aktivita 4: Typy výzev</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Zprostředkovatel představuje různé typy výzev, které lze integrovat do učebního zdroje založeného na výzvách. • Za tímto účelem zprostředkovatel předloží snímky 1 až 5 prezentace (M1.PPT4). • Po těchto snímkách pozve zprostředkovatel všechny účastníky, aby se připojili k novým malým skupinám o 2–3 účastnících a dokončili Nano výzvu, která je uvedena na snímku 5. K tomu budou všichni účastníci potřebovat přístup k notebooku, tabletu nebo smartphonu s přístupem k internetu. 	<p><u>180 minut</u></p>	<p>Místo školení s IT vybavením pro všechny účastníky;</p> <p>Flipchart a značky;</p> <p>Pera a materiály pro pořizování poznámek pro účastníky;</p> <p>projektor a projekční plátno;</p> <p>Přenosný počítač;</p>	<p>Účastníci se zapojí do všech skupinových pracovních aktivit a diskusí</p> <p>Účastníci získají zkušenosti z první ruky s řešením různých typů hádanek a výzev. To znamená, že budou mít přesnější znalosti o typech a formátech výzev, které mohou integrovat do svých vlastních WebQuestech, když se chystají vyvinout</p>



<p>Zprostředkovatel může odkaz sdílet přímo se všemi účastníky.</p> <ul style="list-style-type: none">• U této výzvy mají účastníci 90 sekund na dokončení výzvy. Zprostředkovatel by měl načasovat všechny účastníky.• Po 90 sekundách uspořádá zprostředkovatel krátkou relaci zpětné vazby o procesu dokončení výzvy v tak krátké době. Zde by měl zprostředkovatel posoudit:<ul style="list-style-type: none">○ Zda bylo dost času na dokončení obou hádanek v této výzvě.○ Kolik se toho účastníci dokázali naučit za pouhých 90 sekund?• Zprostředkovatel poté pokračuje v prezentaci předložením snímků 6 až 8 prezentace (M1.PPT4).• Po těchto snímcích zprostředkovatel vyzve skupiny, aby pokračovaly ve společné práci na dokončení Mini výzvy obsažené na snímku 8 prezentace.• Všichni účastníci budou opět muset k dokončení Mini výzvy použít vlastní zařízení s přístupem na internet.• Na tuto výzvu mají všichni účastníci 10 minut na vyřešení všech hádanek souvisejících s mentální flexibilitou.• Po 10 minutách by měl zprostředkovatel uspořádat další skupinovou diskusi, aby posoudil:		<p>Kopie prezentace – M1. PPT4;</p> <p>Tablety, notebooky nebo smartphony s přístupem k internetu pro všechny účastníky;</p> <p>Kopie A1.2 pro všechny účastníky</p>	<p>WebQuesty v příštím osobním workshopu.</p> <p>Účastníci lépe pochopí, jak načasování může zvýšit motivaci studenta dokončit výzvu. Dodává učení konkurenční povahu, protože týmy pracují na řešení problémů s časem.</p> <p>Účastníci si všimnou, co fungovalo nejlépe a jaké změny by v těchto výzvách provedli, aby lépe porozuměli tomu, jak budou v příštím zasedání rozvíjet své vlastní výzvy.</p>
---	--	--	---

<ul style="list-style-type: none">○ Zda bylo dost času na dokončení všech hádanek pro tuto výzvu.○ Co se účastníci mohli za tuto krátkou dobu naučit. ● Zprostředkovat poté pokračuje se snímky aplikace PowerPoint a dodává snímky 9 až 11.● Po snímku 11 zprostředkovatel poté distribuuje kopie časově vázané výzvy WebQuest (A1.2) všem skupinám a dává všem skupinám 100 minut na dokončení WebQuestu ve svých skupinách.● Po 100 minutách zprostředkovatel vyzve všechny skupiny, aby představily svůj finální produkt zbytku skupiny, vždy po 5 minutách.● Zprostředkovatel poté vede skupinovou diskusi k posouzení:<ul style="list-style-type: none">○ Měly všechny skupiny dostatek času na dokončení všech kroků v procesu v přiděleném čase?○ O kolik víc se díky této výzvě dokázali naučit ve srovnání s výzvami Nano a Mini?○ Líbil se jim proces WebQuestu? ● Po této diskusi zprostředkovatel dokončí poslední snímky aplikace PowerPoint z M1.PPT4, snímky 12 až 16 a odpoví na všechny otevřené otázky.			
--	--	--	--

<p><u>Aktivita 5: Výhody učení založeného na výzvách</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Poté, co všichni účastníci měli příležitost zúčastnit se dokončení tří různých typů vzdělávacích aktivit založených na výzvách: Nano výzva, mini výzva a standardní výzva; zprostředkovatel začíná toto sezení tím, že vyzve všechny účastníky, aby uvedli, jaké jsou podle nich výhody učení založeného na výzvách.• Zprostředkovatel zahájí tuto diskusi dotazem:<ul style="list-style-type: none">○ Jaké jsou výhody učení založeného na výzvách na základě vašich zkušeností s dokončováním některých výzev?○ Myslíte si, že by mladým lidem ve vaší skupině prospělo učení prostřednictvím těchto výzev, a proč?• Zprostředkovatel píše poznámky odpovědi účastníků na flipchart.• Zprostředkovatel poté předloží krátkou prezentaci výhod učení založeného na výzvách, a to prezentací snímků 1 až 10 prezentace M1.PPT5.• Chcete-li tuto relaci zakončit, zprostředkovatel se od začátku relace vrátí k listu na flipchartu.• Zprostředkovatel se účastníků zeptá:	<p><u>45 minut</u></p>	<p>Místo školení s IT vybavením pro všechny účastníky;</p> <p>Flipchart a fixy;</p> <p>Pera a materiály pro pořizování poznámek pro všechny účastníky;</p> <p>projektor a projekční plátno;</p> <p>Přenosný počítač;</p> <p>Kopie prezentace M1. PPT5</p>	<p>Účastníci se zapojí do všech skupinových diskusí</p> <p>Účastníci budou lépe rozumět výhodám spojeným s učením založeným na výzvách</p> <p>Účastníci budou podporováni, aby se zamysleli nad vlastními zkušenostmi s plněním výzev a uznali přínosy těchto vzdělávacích činností</p> <p>Účastníci dokončí krátkou sebereflexi, aby vyhodnotili, jak se jejich chápání učení založeného na výzvách změnilo v průběhu workshopu.</p>
--	------------------------	---	---

<ul style="list-style-type: none"> ○ Jak se v průběhu tohoto workshopu vyvinulo a změnilo vaše chápání učení založeného na výzvách? ○ Změnil se váš názor na učení založené na výzvách od začátku workshopu? ○ Myslíte si, že učení založené na výzvách lze přizpůsobit a aplikovat na vaši praxi s mládeží? 			
<p><u>Uzavření workshopu</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pro uzavření workshopu, zprostředkovatel provádí krátkou verbální zpětnou vazbu a pak vyzývá všechny, aby dokončili své "Výstupní skluzy". • Pro tuto evaluační aktivitu zprostředkovatel distribuuje indexové karty všem účastníkům, na nichž je na každém napsáno: <ul style="list-style-type: none"> ○ Tři věci, které jsem se naučil ○ Mám dvě otázky ○ Jedna věc, které jsem nerozuměl ○ To, co mi připadalo nejzajímavější • Zprostředkovatel poté shromáždí všechny indexové karty od účastníků a zkontroluje zpětnou vazbu před dalším zasedáním, aby bylo možné odpovědět na jakékoli otázky na příštím workshopu. 	<p><u>15 minut</u></p>	<p>místo výcviku;</p> <p>Pera a materiály pro pořizování poznámek pro účastníky;</p> <p>Indexové karty pro všechny účastníky.</p>	<p>Účastníci se zapojí do všech skupinových aktivit</p> <p>Všichni účastníci přispějí k vyhodnocení prvního modulu</p>



<ul style="list-style-type: none"> Zprostředkovatel poté děkuje všem účastníkům za jejich aktivní účast na zasedání a uzavírá workshop. 			
Celková doba trvání modulu	7 hodin		

Modul 2 - Vývoj WebQuestu výzvy

Název modulu: Vývoj WebQuestu Výzvy			
Popis vzdělávacích aktivit	Časování (minuty)	Požadované materiály/ vybavení	Hodnocení/ Výsledek této relace
<p><u>Zahájení workshopu:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Zprostředkovatel zahajuje workshop uvítáním všech účastníků, dokončuje krátkou neformální rekapitulaci toho, co proběhlo na prvním workshopu, a podepisuje prezenční listinu relace. Zprostředkovatel poté vyzve všechny účastníky, aby dokončili aktivitu bourání zábran popsanou v A2.1 <p><u>Aktivita 1: Co jsou WebQuesty?</u></p>	<u>30 minut</u>	<p>Místo školení s IT vybavením pro všechny účastníky;</p> <p>Přihlašovací list pro workshop;</p> <p>Pera a materiály pro pořizování poznámek pro účastníky;</p>	<p>Účastníci se zapojí do všech skupinových aktivit</p> <p>Účastníci lépe porozumí struktuře a technickým komponentám WebQuestu a budou schopni spojit tyto znalosti s WebQuestem, který absolvovali v Modulu 1</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Zatímco všichni účastníci z modulu 1 již budou mít zkušenosti s plněním výzvy WebQuestu, zprostředkovatel stručně představí několik snímků, které představí strukturu a technické součásti výzvy WebQuestu. • Pro tuto krátkou relaci zprostředkovatel předloží snímky 1 až 14 prezentace PowerPoint M2.PPT1. 	<p><u>15 minut</u></p>	<p>projektor a projekční plátno;</p> <p>Přenosný počítač;</p> <p>Kopie listu aktivit A2.1 pro použití se všemi účastníky.</p> <p>Kopie prezentace – M2. PPT1</p>	<p>- Úvod do teorie učení založené na výzvách</p>
<p><u>Aktivita 2: Vývoj WebQuestu výzvy</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Zprostředkovatel začíná toto zasedání rozdělením všech účastníků do skupin po 2-3, a poskytuje jim kopie podkladů: <ul style="list-style-type: none"> ○ WebQuest "Jak vyvinout webquest" (A2.1) a ○ Pokyny a šablony pro vývoj WebQuestu (A2.3) • Zprostředkovatel vysvětluje, že všichni účastníci budou spolupracovat ve svých týmech v průběhu příštích 6-hodin na výzkumu, vývoji a prezentaci svého vlastního dokončeného WebQuestu. • Během této dlouhé relace se zprostředkovatel chodí ze skupiny do skupiny a v případě potřeby poskytuje poradenství a poradenství. • Po 5,5 hodinách, bude zprostředkovatel sdružovat všechny účastníky dohromady, a požádá každou 	<p><u>360 minut</u></p>	<p>Místo školení s IT vybavením pro všechny účastníky a prostorem pro rozdělení do menších skupin;</p> <p>Flipchart a fixy;</p> <p>Notebooky, tablety nebo chytrá zařízení s přístupem k internetu pro všechny skupiny;</p>	<p>Účastníci se zapojí do všech skupinových pracovních aktivit.</p> <p>Účastníci budou spolupracovat ve skupinách rozvíjet své vlastní WebQuesty na jakékoli téma, které si myslí, že je relevantní pro mladé lidi, s kterými pracují.</p> <p>Prostřednictvím dokončení WebQuestů, účastníci získají znalosti a dovednosti</p>



<p>skupinu, aby prezentovala své dokončené WebQuesty pro celou skupinu.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Po každé prezentaci může zprostředkovatel poskytnout zpětnou vazbu skupině na předmět, strukturu a formát WebQuestů. • Jedná se o konkurenční proces a zprostředkovatel vybere vítězný tým, v závislosti na tom, který tým vyvinul 'nejlepší WebQuest', podle dokonalé struktury a zároveň je relevantní pro mladé lidi, zábavný a poutavý. 		<p>Pera a materiály pro pořizování poznámek pro účastníky;</p> <p>Kopie podkladů - 'Jak rozvíjet WebQuest' WebQuest (A2.1) pro všechny účastníky</p> <p>Kopie podkladů – Pokyny pro vývoj webquestu a šablony (A2.3) pro všechny účastníky</p>	<p>potřebné k rozvoji svých vlastních WebQuestů; novou metodiku, kterou mohou používat na řadu různých témat a projektů, které poskytují mladým lidem v jejich službách.</p>
<p><u>Uzavření workshopu</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pro uzavření workshopu, zprostředkovatel provádí krátkou verbální zpětnou vazbu a pak vyzývá všechny, aby dokončili své "Výstupní skluzy". • Pro tuto hodnotící činnost zprostředkovatel distribuuje indexové karty všem účastníkům s následujícími poznámkami: <ul style="list-style-type: none"> ○ Tři věci, které jsem se naučil ○ Mám dvě otázky ○ Jedna věc, které jsem nerozuměl ○ Co jsem našel nejzajímavější 	<p><u>15 minut</u></p>	<p>místo výcviku;</p> <p>Pera a materiály pro pořizování poznámek pro účastníky;</p> <p>Indexové karty pro všechny účastníky.</p>	<p>Účastníci se zapojí do všech skupinových aktivit</p> <p>Všichni účastníci přispějí k hodnocení druhého modulu</p>



<ul style="list-style-type: none"> • Zprostředkovatel pak shromažďuje všechny indexové karty od účastníků a přezkoumá zpětnou vazbu před dalším zasedáním, aby všechny otázky mohly být zodpovězeny na příštím workshopu. • Zprostředkovatel pak děkuje všem účastníkům za jejich aktivní účast na zasedání a uzavírá workshop. 			
<p style="text-align: right;">Celková doba trvání modulu</p>	<p>7 hodin</p>		

Modul 3 - Hodnocení a používání webových odkazů v práci s mládeží

<p>Název modulu: Hodnocení a používání WebQuestů v práci s mládeží</p>			
<p>Popis vzdělávacích aktivit</p>	<p>Načasování (minuty)</p>	<p>Materiály/ Vybavení Požadované</p>	<p>Hodnocení/ Výsledek této relace</p>
<p><u>Otevření workshopu:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Zprostředkovatel otevírá workshop tak, že uvítá všechny účastníky, dokončí rychlou neformální rekapitulaci toho, co bylo zahrnuto do druhého workshopu, a podepíše prezenční listinu zasedání. 	<p><u>30 minut</u></p>	<p>Tréninkové místo s prostorem pro rozdělení do menších skupin,</p> <p>Flipchart a fixy;</p>	<p>Účastníci se zapojí do všech skupinových aktivit.</p> <p>Účastníci budou lépe rozumět metrikám, které mohou používat k</p>



<ul style="list-style-type: none"> • Zprostředkovatel poté vyzve všechny účastníky, aby dokončili činnost bourání zábran popsanou v A3.1 <p><u>Aktivita 1: Hodnocení WebQuestů - Je tam rubrika pro to!</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Zprostředkovatel začíná toto zasedání tak, že vysvětluje, že když mluvíme o hodnocení WebQuestů, je vyhodnoceno na dvou úrovních. Za prvé, musíme vyhodnotit kvalitu WebQuestu ze strukturálního a obsahového hlediska a jako vzdělávací nástroj. Za druhé, musíme vyhodnotit studenty, kteří dokončí výzvu WebQuestu a zjistit, zda dosáhli výsledků učení stanovených v výzvě. • Zprostředkovatel pak vysvětluje, že hodnocení studenta bude dále zahrnuto v tomto modulu. Pro tuto chvíli se zprostředkovatel ptá: <ul style="list-style-type: none"> ○ Jaké jsou klíčové aspekty, které je třeba mít na paměti při hodnocení kvality WebQuestu, pokud jde o jeho strukturu, obsah a užitečnost jako vzdělávací aktivitu? • Zprostředkovatel může vzít na vědomí aspekty a parametry, které jsou uvedeny skupinou na flipchartu. • Zprostředkovatel pak představuje snímky v M3. PPT1 a představuje WebQuest hodnocení rubrik pro všechny účastníky. 	<p><u>60 minut</u></p>	<p>Přihlašovací list pro workshop;</p> <p>Pera a materiály pro pořizování poznámek pro účastníky;</p> <p>projektor a projekční plátno; Přenosný počítač;</p> <p>Kopie listu aktivit A3.1 pro použití se všemi účastníky.</p> <p>Kopie prezentace – M3. PPT1</p> <p>Kopie WebQuestů, které byly vyvinuty v modulu 2 pro všechny týmy</p> <p>Kopie listu aktivit A3.2 pro použití se všemi účastníky.</p>	<p>vyhodnocení kvality WebQuestu, který vyvinuli.</p> <p>Účastníci vyplní rubriku hodnocení WebQuestu pro svůj vlastní WebQuest.</p>
---	------------------------	---	--

<ul style="list-style-type: none"> • V návaznosti na tuto prezentaci, zprostředkovatel dává každému účastníkovi kopii WebQuestu hodnocení rubrik - A3.2 - a zve účastníky k práci ve svých malých týmech z modulu 2 k dokončení hodnocení rubriky pro svůj vlastní WebQuest. • Po 20–25 minutách zprostředkovatel spojí celou skupinu zpět a požádá každý tým, aby představila skóre, které získal jejich WebQuest, a toto skóre zdůvodnila. 			
<ul style="list-style-type: none"> • <u>Aktivita 2: Příprava na integraci WebQuestu do praxe práce s mládeží</u> • Zprostředkovatel začíná toto zasedání tak, že vysvětluje, že předtím, než pracovníci s mládeží mohou používat WebQuesty v jejich praxi práce s mládeží, je třeba dokončit některé přípravné kroky, které zajistí, že mohou realizovat WebQuesty ve svém centru pro mládež, aniž by se setkali s problémy. • Zprostředkovatel pak zobrazí snímky 2-5 prezentace aplikace PowerPoint (M3. PPT2). • Zprostředkovatel poté vysvětluje, že v tomto zasedání bude každý účastník pracovat samostatně a navštíví web projektu Solution Not Pollution (Řešení neznečištění) a bude mít přístup k některým Webquestům výzev ke změně klimatu, které byly vyvinuty projektovým týmem Solution Not Pollution. 	<p><u>60 minut</u></p>	<p>Místo školení s IT vybavením pro všechny účastníky a prostorem pro rozdělení do menších zasedání;</p> <p>projektor a projekční plátno;</p> <p>Přenosný počítač;</p> <p>Pera a materiály pro pořizování poznámek pro účastníky;</p> <p>Kopie prezentace – M3. PPT2.</p>	<p>Účastníci se zapojí do všech skupinových diskusí. Účastníci si budou více vědomi příprav a úvah, které budou muset provést, než zavedou WebQuesty do své praxe práce s mládeží.</p> <p>Účastníci získají lepší porozumění WebQuestů v oblasti změny klimatu, které byly vyvinuty týmem Solution Not Pollution, díky podrobné kontrole obsahu WebQuestů a díky vyplnění krátkého kontrolního seznamu toho, co budou potřebovat, aby</p>

<p>Tyto WebQuesty jsou přístupné na tomto odkazu: http://solutionnotpollution.eu/webquests.html</p> <ul style="list-style-type: none"> • Účastník si vybere jeden WebQuest, bude číst prostřednictvím WebQuestu v plném rozsahu, a pak bude odpovídat na otázky uvedené na snímku 6 snímků aplikace PowerPoint (M3. PPT2). • Účastníci stráví 30-40 minut přezkoumání WebQuestu a odpovědi na tyto otázky. Poté se o výsledky svého hodnocení podělí se zbytkem skupiny. 			<p>mohli tento WebQuest předat mladým lidem v jejich skupině.</p>
<p><u>Aktivita 3: Plánování lekcí s plátnem plánování lekce</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Zprostředkovatel začíná toto zasedání tím, že se ptá účastníků: <ul style="list-style-type: none"> ○ Už jste někdy slyšeli o plátnu plánování lekce? ○ Pokud ne, máte představu, co by to mohlo být? • V návaznosti na tuto neformální diskusi, zprostředkovatel pak představuje přehled o tom, co plátno plánování lekce je, a jak může být použito na pomoc pracovníkům s mládeží integrováno do WebQuestů - nebo alternativních vzdělávacích zdrojů nebo strategií- do jejich praxe práce s mládeží. Pro tuto prezentaci zprostředkovatel přináší snímky z prezentace aplikace PowerPoint (M3. PPT3). 	<p><u>90 minut</u></p>	<p>Místo školení s IT vybavením pro všechny účastníky a prostorem pro rozdělení do menších zasedání;</p> <p>Pera a materiály pro pořizování poznámek pro účastníky;</p> <p>projektor a projekční plátno;</p> <p>Přenosný počítač;</p>	<p>Účastníci se zapojí do všech jednotlivých aktivit a skupinových diskusí.</p> <p>Účastníkům bude představen nástroj plátna plánování lekce.</p> <p>Účastníci budou samostatně pracovat na přezkoumání WebQuestu, který vyvinuli jako součást týmu v Modulu 2, a na vytvoření Plánu lekcí pro posouzení vhodnosti</p>



<ul style="list-style-type: none">• Zprostředkovatel pak vyzve všechny účastníky, aby pracovali nezávisle na této relaci a dokončili plátno plánování lekce, aby naplánovali, jak mohou integrovat WebQuest, který vyvinuli v modulu 2 do své pracovní praxe pro mládež.• Pro toto zasedání, zprostředkovatel dá všem účastníkům kopii podkladu (A3.3) a zajistí, že každý účastník má kopii WebQuestu, který vyvinuli v modulu 2, aby mohli dokončit plátno pro své vlastní WebQuesty.• Po 60 minutách zprostředkovatel zve dobrovolníky, aby představili své kompletní plátno plánování lekce celé skupině.• Na konci každé prezentace se zprostředkovatel zeptá účastníků:<ul style="list-style-type: none">○ 'Z vašeho hodnocení, je možné používat WebQuesty ve vaší praxi práce s mládeží?'• Zprostředkovatel pak požádá všechny účastníky, aby vyhodnotili, jak užitečné je plátno plánování lekcí, které jim pomáhá plánovat lekce.		<p>Kopie prezentace – M3. PPT3</p> <p>Kopie listu aktivit A3.3 pro použití se všemi účastníky.</p>	<p>integrace WebQuestu do praxe při práci s mládeží.</p>
---	--	--	--



<p><u>Aktivita 4: Hodnocení a sledování výkonu žáka</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Na tomto zasedání zprostředkovatel vysvětlí účastníkům, že nyní přejdou na druhý typ hodnocení WebQuestu - kde hodnotí výkon mladých lidí, kteří dokončí své WebQuesty. • Za tímto účelem zprostředkovatel dodává snímky 1 až 20 z prezentace PowerPoint (M3.PPT4). • Jelikož je tato prezentace poměrně náročná na obsah, doporučuje se zprostředkovateli pravidelně rekapitulovat a klást účastníkům otázky, aby se ujistil, že sledují obsah, který je předmětem. Po prezentacivzprostředkovatel odpovídá na všechny otevřené otázky, než vyzve všechny účastníky, aby znovu vytvořili své malé týmy z modulu 2 a vytvořili hodnotící rubriku pro WebQuest, kterou vyvinuli. Tato hodnotící rubrika by měla stanovit kritéria, která budou používat k měření a sledování výkonu mladých lidí, kteří dokončili svůj WebQuest. • Týmy dostanou 60 minut na to, aby zkontrolovaly svůj WebQuest a splnily 4 kroky, které byly pro jejich WebQuest popsány v M3.PPT4. • Po hodině zprostředkovatel spojí celou skupinu zpět. Spíše než prezentovat své Rubriky skupině, jsou týmy požádány, aby vyměnily své Rubriky s jiným týmem a posoudily vzájemnou relevanci Rubriců při hodnocení 	<p><u>120 minut</u></p>	<p>Místo školení s IT vybavením pro všechny účastníky a prostor pro rozdělení do menších skupinových aktivit;</p> <p>Pera a materiály pro pořizování poznámek pro účastníky;</p> <p>projektor a projekční plátno;</p> <p>Přenosný počítač;</p> <p>Kopie prezentace – M1. PPT4.</p>	<p>Účastníci se zapojí do všech skupinových pracovních aktivit a diskusí.</p> <p>Účastníci se seznámí s tím, které metody hodnocení fungují nejlépe při poskytování alternativních vzdělávacích aktivit, jako jsou WebQuesty, skupině mladých studentů.</p> <p>Účastníci získají praktické zkušenosti s vývojem své vlastní hodnotící rubriky, která jim umožní sledovat výkon mladých lidí nebo týmů mladých lidí a dokončit svůj WebQuest.</p>
---	-------------------------	--	--

<p>výkonu mladého studenta nebo týmu mladých studentů, kteří dokončují výzvu WebQuest.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poté, co si každá skupina vzájemně prohlédne Rubriky, může mít každá 3-5 minut na to, aby druhé skupině předložila slovní zpětnou vazbu. 			
<p><u>Aktivita 5: Sdílení osvědčených postupů: Používání webových odkazů v práci s mládeží</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Tato aktivita představuje závěrečnou aktivitu v osobním plnění tohoto programu dalšího vzdělávání. Chcete-li zachytit, co se pracovníci s mládeží naučili absolvováním těchto modulů, budou jako závěrečná aktivita účastníci vyzváni, aby se zamysleli nad svými zkušenostmi s plněním těchto tří modulů a přišli s „jednou radou pro používání WebQuestů při práci s mládeží“. Tato rada může být zaměřena na další pracovníky s mládeží ve skupině, externí pracovníky s mládeží, kteří toto školení nedokončili, nebo dokonce pro sebe - jako něco, co si mohou vzít s sebou, když 	<p><u>45 minut</u></p>	<p>Místo školení s prostorem pro všechny účastníky sedět v půlkruhu, a se dvěma stoly, pokud je zvolen formát debaty;</p> <p>Flipchart a fixy;</p> <p>Pera a materiály pro pořizování poznámek pro všechny účastníky.</p>	<p>Účastníci se zapojí do všech skupinových diskusí.</p> <p>Účastníci budou podporováni, aby se zamysleli nad vlastními zkušenostmi s dokončením tohoto školení a nabídli jednu radu na základě toho, co se naučili prostřednictvím tří modulů.</p> <p>Účastníci vezmou na vědomí kolektivní rady nabízené</p>

<p>dnes opustí školící místnost a začnou používat WebQuests ve své praxi s mládeží.</p> <ul style="list-style-type: none">• Moderátor zajišťuje, aby všichni účastníci měli příležitost přispět k této aktivitě, a bere na vědomí rady sdílené na flipchartu nebo tabuli.• Poté, co všichni účastníci nabídnou svoji „jednu radu“, představí zprostředkovatel dvě nová témata pro skupinovou diskusi. Těmto tématům se lze také věnovat v krátké debatě, pokud o tom rozhodne zprostředkovatel, přičemž se účastníci rozdělí do dvou týmů - jeden je za pohyb a jeden je proti. To je ponecháno na uvážení zprostředkovatele a preferencích studující skupiny.• Témata, o nichž se bude diskutovat, jsou následující:<ul style="list-style-type: none">○ Vhodnost výzev WebQuestů pro praxi práce s mládeží. Pokud použijeme debatní model, bude tento pohyb následující: Výzvy WebQuestů jsou vhodné pro použití v prostředí práce s mládeží.○ Užitečnost modelu WebQuestů pro řešení větších problémů ve světě, jako je změna klimatu. Pokud použijeme formát debaty, bude to tento návrh: Výzvy WebQuestů jsou nejužitečnějším formátem pro zapojení mladých lidí do opatření proti změně klimatu a dalším výzvám, kterým dnes čelíme.			<p>všemi účastníky ve skupině a budou tyto poznámky používat jako reference pro případy, kdy uplatní to, co se dozvěděli o WebQuestech, na praxi při práci s mládeží.</p> <p>Účastníci se zapojí do aktivní diskuse nebo debaty o výhodách využívání učení založeného na výzvách s mladými lidmi, zvláště zaměřeného na témata, jako je změna klimatu.</p>
--	--	--	--

<ul style="list-style-type: none"> • Pokud má relace formu skupinové diskuse, zprostředkovatel si všimne vznesených klíčových bodů a uvede je na flipchartu. V tomto případě zprostředkovatel také umožňuje neformální vytváření sítí a žádá účastníky, aby se podělili o příklady osvědčených postupů, jak motivují mladé lidi ve svých skupinách k účasti na vzdělávacích aktivitách a projektech. • Pokud je použit debatní formát, zprostředkovatel vystupuje jako soudce - dává každému týmu 5 minut na vyjádření svých bodů a 3 minuty na vyvrácení druhého týmu. • Pro shrnutí této relace referent odkazuje na list flipchartu, rekapituluje všechny body, které byly v diskusi vzneseny. Pokud byl použit debatní formát, zprostředkovatel jmenuje jeden tým vítězem pohybu. • Zprostředkovatel děkuje všem účastníkům za aktivní účast na této souhrnné aktivitě před zavedením hodnocení workshopu. 			
<p><u>Uzavření workshopu</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Aby byl workshop uzavřen, zprostředkovatel provede krátkou verbální relaci zpětné vazby. • Zprostředkovatel poté vyzve účastníky, aby se zúčastnili hodnotící techniky „Kufr, zásobník na dopisy a přihrádka“ - popsán níže v příloze A3.4. 	<p><u>15 minutes</u></p>	<p>místo výcviku;</p> <p>Pera a materiály pro pořizování poznámek pro účastníky;</p>	<p>Účastníci se zapojí do všech skupinových aktivit</p> <p>Všichni účastníci přispějí k vyhodnocení prvního modulu</p>

<ul style="list-style-type: none">• Zprostředkovatel poté vysvětlí, že při dokončení těchto různých cvičení pro bourání zábran je cílem ukázat pracovníkům s mládeží řadu různých technik pro bourání zábran, aby mohli získat zkušenosti z první ruky s tím, co nejlépe funguje v nastavení skupinové práce, aby mohli tyto techniky a cvičení aplikovat na vlastní praxi při skupinové práci.• Jakmile je aktivita dokončena, zprostředkovatel poté děkuje všem účastníkům za jejich aktivní účast v celém programu a uzavírá workshop.• Zprostředkovatel sdílí se všemi účastníky formulář závěrečného hodnocení, který je třeba vyplnit po skončení zasedání. Hodnotící formulář je k dispozici na tomto odkazu: https://forms.gle/nk88xzhXtrCnfs1n7		Indexové karty pro všechny účastníky.	
Celková doba trvání modulu		7 hodin	

Příloha I.I – Činnosti pro lámaní zábran pro učební plány

Název modulu	Úvod do teorie učení založené na výzvách		
Název aktivity	Kde fouká vítr...	Kód aktivity	A1.1
Typ zdroje	Listy aktivit (AS)	Typ učení	Osobní
Doba trvání aktivity (v minutách)	20 minut	Výsledek učení	Po dokončení této činnosti se účastníci budou cítit více v pohodě se svou skupinou vrstevníků, budou se o sobě navzájem něco dozvídat a pracovníci s mládeží budou mít přístup k činnostem v oblasti dobrého team-buildingu, které mohou využít s mladými lidmi ve svých skupinách.
Cíl činnosti	Jedná se o dobré aktivity pro budování týmu, které můžete doplnit o novou skupinu studentů. Cílem této aktivity je uklidnit všechny členy skupiny a povzbudit je, aby o sobě navzájem poznali něco osobního. Všichni účastníci budou mít příležitost zúčastnit se a sdílet něco osobního. Pracovníci s mládeží budou také moci tuto aktivitu znovu použít s mladými lidmi ve svých skupinách.		
Materiály potřebné pro činnost	K dodání této aktivity pro bourání zábran bude zprostředkovatel potřebovat dostatečně velkou tréninkovou místnost, aby vyhovovala všem účastníkům stojícím v kruhu. Všichni účastníci si budou muset pro tuto činnost sundat boty.		
Podrobné pokyny	K provedení této činnosti by měl zprostředkovatel zavést následující kroky: <ul style="list-style-type: none"> • Krok 1 - Účastníci tvoří kruh se slušným prostorem uprostřed. • Krok 2 – Účastníci by si měli sundat boty jako zástupné symboly pro aktivitu. 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Krok 3 - Účastník je vybrán, aby stál uprostřed kruhu a řekl: "velký vítr fouká pro ty, kteří _____". Měli by říct něco o sobě nebo o něčem, co se jim líbí. • Krok 4 - Pokud účastníci v kruhu sdílejí uvedené zkušenosti, vlastnosti, musí běžet na místo někoho jiného. Ten, kdo zůstane bez místa, pak musí jít do středu. • Krok 5 - Pro tuto činnost zprostředkovatel žádá všechny účastníky, aby učinili svá prohlášení týkající se změny klimatu nebo životního prostředí. • Krok 6 - Zprostředkovatel to může obstarat, aby se každý dostal do běhu. Například při realizaci školení v komunitě může být zprostředkovatel uprostřed a říkat „vítr fouká pro ty, kteří žijí v X.“ Je pravděpodobné, že většina účastníků bude žít v komunitě nebo regionu, takže budou mít příležitost se zúčastnit. • Krok 7 - Po 10 až 12 kolech této činnosti, všichni účastníci by měli mít možnost stát uprostřed kruhu. Skupina by měla být také dobře zahřátá a měla by se dozvědět něco o svých vrstevnících. <p>(Zdroj, převzato z: https://www.grownyc.org/files/rcp/IceBreakers.pdf)</p>
--	---

Název modulu	Vývoj WebQuest výzvy		
Název aktivity	Kdo jsem...	Kód aktivity	A2.1
Typ zdroje	Listy aktivit (AS)	Typ učení	Osobní
Doba trvání aktivity (v minutách)	20 minut	Výsledek učení	Po dokončení této činnosti účastníci absolvují krátkou aktivitu bourání zábran a znovu se seznámí se svými vrstevníky z prvního workshopu. Pracovníci s mládeží budou mít přístup k činnosti v oblasti



			dobrého budování týmu, kterou mohou využít s mladými lidmi ve svých skupinách.
Cíl činnosti	Jedná se o dobrou aktivitu bourání zábran, zejména při zavádění témat "životního prostředí" skupině studentů. Tato aktivita bourání zábran bude nejprve použita s pracovníky s mládeží a účastníky programu odborné přípravy v provozu, ale i s pracovníky s mládeží, kteří ji mohou využít i s mladými lidmi ve své skupině a aktivita může být přizpůsobena tak, aby zahrnovala pouze zvířata z příslušných zemí nebo aby zdůraznila aspekty místní, regionální nebo vnitrostátní biologické rozmanitosti.		
Materiály potřebné pro činnost	K dodání tohoto aktivitu na bourání zábran bude zprostředkovatel potřebovat: <ul style="list-style-type: none"> • Výcvikovou místnost dostatečně velkou, aby vyhovovala všem účastníkům, kteří se volně procházejí. • Papír pro všechny účastníky s názvem zvířete, který bude na něm napsaný • Pásku pro přilepení listu na účastníky. • Pera a materiály pro pořizování poznámek pro všechny účastníky. 		
Podrobné pokyny	K provedení této činnosti by měl zprostředkovatel zavést následující kroky: <ul style="list-style-type: none"> • Krok 1 - Zprostředkovatel začíná nastavením časového limitu 15 minut pro tuto aktivitu, s časem na konci pro odhady. • Krok 2 – Přilepte nebo připněte jméno volně žijících živočišných druhů na záda každého účastníka a ujistěte se, že každý má papír a tužku. • Krok 3 - Každý účastník chodí po místnosti a snaží se zjistit, jaké zvíře on nebo ona je tím, že chodí k ostatním účastníkům a získává od nich stopy. Například osoba A poskytuje osobě B vodítka tím, že stručně popisuje, co je osoba B v jednom až čtyřech slovech. Osoba B zapíše tento popis a stručně popisuje, co je osoba A, 		



	<p>jedním až čtyřmi slovy. Osoba A zapíše tuto nápovědu a oba lidé se přesunou k ostatním účastníkům pro nové stopy.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Krok 4 - Zprostředkovatel to shrnuje tak, že požádá dobrovolníky, aby uhádli, co si myslí, že jsou, na základě vodítek, které dostali. <p>(Zdroj, převzato z: https://iowaee.org/2017/08/nature-based-classroom-icebreakers/)</p>
--	---

Název modulu	Hodnocení a používání WebQuestů v práci s mládeží		
Název aktivity	20 otázek týkající se odpadu...	Kód aktivity	A3.1
Typ zdroje	Listy aktivit (AS)	Typ učení	osobní
Doba trvání aktivity (v minutách)	20 minut	Výsledek učení	Po dokončení této činnosti účastníci absolvují jednoduchou aktivitu bourání zábran, která je bude učit o různých formách odpadu.
Cíl činnosti	Cílem této činnosti je uklidnit všechny členy skupiny a povzbudit je, aby se dozvěděli něco více o různých druzích odpadu. Pracovníci s mládeží budou také moci tuto činnost využívat s mladými lidmi ve svých skupinách.		
Materiály potřebné pro činnost	<p>K dodání této aktivity bourání zábran bude zprostředkovatel potřebovat dostatečně velkou tréninkovou místnost, aby se v ní všichni účastníci volně pohybovali.</p> <p>Zprostředkovatel bude také potřebovat:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Samolepky, kde budou napsány názvy různých druhů odpadu: <ul style="list-style-type: none"> ○ Kovový ○ Plastový 		



	<ul style="list-style-type: none">○ Elektronický○ Nebezpečný○ Organický○ Kapaliny○ Potraviny○ Skládky○ Recyklovatelný○ Průmyslový <ul style="list-style-type: none">● Flipchart listy nebo tabuli s napsanými všemi formami odpadu.
Podrobné pokyny	<p>K provedení této činnosti by měl zprostředkovatel zavést následující kroky:</p> <ul style="list-style-type: none">● Krok 1 - Každý z účastníků dostane samolepku, kde bude napsána jedna forma odpadu. Účastníci nesmějí číst, co je napsáno.● Krok 2 - Účastníci si přilepí nálepku na čelo, aniž by ji četli.● Krok 3 - Účastníci pak chodí po místnosti a ptají se na ano-ne otázky, když se setkají s jiným účastníkem. Účastník se například zeptá: 'Mohu se snadno recyklovat?', "Je těžké se mě zbavit?", nebo "Mám vůni?" a v závislosti na druhu odpadu napsaném na čele odpoví druhý účastník ano nebo ne.● Krok 4 – Pravidla stanoví, že účastník může každému účastníkovi, s nímž se setkají, položit pouze jednu otázku ano/ne; a musí odpovědět na otázku ano/ne výměnou za druhého účastníka.● Krok 5 – Po 10 minutách, pokud účastníci nebyli schopni identifikovat typ odpadu, který jsou, může zprostředkovatel zobrazit 10 různých druhů odpadu na flip listu nebo tabuli.● Krok 6 – V tomto bodě mohou účastníci dokončit poslední kolo a zeptat se svých spoluúčastníci, 'Jsem X typ odpadu?', informování o tom, co se dozvěděli o sobě v předchozích kolech.● Krok 7 - Po tomto posledním kole vede zprostředkovatel krátkou skupinovou diskusi, aby vyhodnotil, jak účastníci vnímají tuto aktivitu a zda by absolvovali toto krátké cvičení s mladými lidmi ve svých skupinách?



	<p>(Zdroj, převzato z: https://static.sustainability.asu.edu/docs/sustainableschools/learn-more/waste-icebreaker-final.pdf)</p>
--	---

Příloha I.II – Evaluační činnost pro učební plány

Název modulu	Hodnocení a používání WebQuestů v práci s mládeží		
Název aktivity	Kufr, zásobník na dopisy, hra na vyhodnocení koše	Kód aktivity	A3.4
Typ zdroje	Listy aktivit (AS)	Typ učení	Osobní
Doba trvání aktivity	10 minut	Výsledek učení	Účastníci se zúčastní krátkého hodnotícího cvičení, které si mohou přizpůsobit a aplikovat na své vlastní pracovní postupy s mládeží.
Cíl činnosti	Cílem této činnosti je zhodnotit úspěšnost závěrečného semináře pro pracovníky s mládeží a určit oblasti, v nichž by potřebovali další podporu. Kromě toho budou mít pracovníci s mládeží příležitost procvičit si alternativní techniku hodnocení, kterou mohou přizpůsobit a aplikovat na svou vlastní praxi v oblasti práce s mládeží.		
Materiály potřebné pro činnost	<p>Zprostředkovatel bude vyžadovat následující položky k dokončení této techniky hodnocení:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kufr / zásobník na dopisy / koš nebo obrázky těchto položek. • Karty (pokud je to možné, ve 3 různých barvách). • Pera a materiály pro psaní poznámek pro všechny účastníky. 		



Podrobné pokyny

Chcete-li tuto aktivitu použít v osobním zasedání, měl by zprostředkovatel:

- Krok 1 – začít tím, že všem účastníkům dá tři karty a pero.
- Krok 2 – požádat účastníky, aby si vzali své tři karty a odpověděli na následující otázky, s jednou odpovědí na každé kartě:
 - Jaké aspekty tohoto programu si vezmou s sebou?
 - O jakých aspektech nejsou přesvědčeni?
 - Které aspekty vůbec nepoužijí (pokud je to možné)?
- Krok 3 – zprostředkovatel pak umístí buď symbol kufru, zásobník na dopisy a přihrádku uprostřed místnosti, nebo tyto skutečné tři položky.
- Krok 4 – zprostředkovatel pak požádá všechny účastníky, aby podle toho rozdali své části karty takto:
 - Tyto aspekty, které si vezmou s sebou, jsou umístěny v kufru, protože je budou podporovat v jejich praxi práce s mládeží a při práci s mladými lidmi.
 - Ty aspekty, kterými si nejsou jisti, nebo nejsou o nich rozhodnutí, budou mít místo v zásobníku na dopisy, protože potřebují více výzkumu a zvážení, než se dostanou do jejich práce s mládeží praxi.
 - Ty aspekty, které neposoudili jako užitečné nebo prospěšné vůbec, a které nemohou být realizovány s jejich vlastní skupinou mládeže, budou hozeny do koše
- Jakmile všichni účastníci dokončí činnost, může zprostředkovatel shromáždit všechny karty, aby vyhodnotil, které aspekty programu byly pro přítomné pracovníky s mládeží nejvýhodnější, nejužitečnější a nejzajímavější.

Příloha II – Další výukové zdroje pro samořízené učení

Další studijní zdroje pro změnu klimatu a opatření v oblasti klimatu pod vedením mládeže



Název modulu:	Změna klimatu a akce v oblasti klimatu pod vedením mládeže
Název zdroje:	Příčiny a dopady změny klimatu
Kód zdroje:	R1.1
Úvod do zdroje:	Toto video vás seznámí s příčinami a důsledky změny klimatu. Video je to dobrým úvodem k tématu. Doba trvání: 3:04 min
Co získáte z používání tohoto zdroje?	Toto video vám přehledně představí, co způsobuje změnu klimatu (poskytne vám poznatky o skleníkovém efektu), a jak tato změna bude mít vliv na naše životy.
Odkaz na zdroj:	https://www.youtube.com/watch?v=G4H1N_yXBiA
Název modulu:	Změna klimatu a opatření v oblasti klimatu pod vedením mládeže
Název zdroje:	Zjednodušená Pařížská dohoda
Kód zdroje:	R1.2



Úvod do zdroje:	<p>Toto video vás seznámí s hlavními výsledky Pařížské dohody, které jsou uvedeny v teoretické kapitole tohoto modulu. Poskytne vám poznatky a zjednodušená vysvětlení textu dohody.</p> <p>Doba trvání: 8:30 min</p>
Co získáte z používání tohoto zdroje?	<p>Toto video vám představí vše, co potřebujete vědět o Pařížské dohodě. Umožní vám odpovědět na všechny otázky, které mohou mít mladí lidé, pokud se jedná o toto téma.</p> <p>Zobrazí vám informace o tom, jaké jsou důsledky zvýšení teploty o 2 ° C. Video je dobrým úvodem k tématu změny klimatu.</p> <p>Neváhejte si během videa dělat poznámky.</p>
Odkaz na zdroj:	<p>https://www.youtube.com/watch?v=1DdfNU5iATU</p>

Název modulu:	<p>Změna klimatu a akce v oblasti klimatu pod vedením mládeže</p>
Název zdroje:	<p>Za Gretou Thunberg: Povstání mladých klimatických aktivistů</p>
Kód zdroje:	<p>R1.3</p>



Úvod do zdroje:	<p>Toto video z Washington Post poskytuje návaznost na obsah jednotky „Mládežnická opatření v oblasti klimatu“ poskytnutím dalších informací o tom, jak mladí aktivisté bojují proti změně klimatu a jak požadují od těch, kteří jsou u moci, aby jednali za planetu.</p> <p>Doba trvání: 9:30 min</p>
Co získáte z používání tohoto zdroje?	<p>Sledováním tohoto videa získáte komplexní pochopení akcí mládeže pro klima, budete mít lepší znalosti o:</p> <ul style="list-style-type: none">• Značném počtu studentů a mladých aktivistů, kteří jsou zapojeni po celém světě do boje proti změně klimatu• Jak mohou klíčové osoby, jako je Greta a další aktivisté, inspirovat a motivovat ostatní mladé lidi, aby jednali za klimatickou spravedlnost• Akcích, které mohou mladí lidé podniknout, aby se vyjádřili tvůrci politik a činitelé s rozhodovací pravomocí.• Jak se vyvíjelo klimatické hnutí, od podpory environmentálního chování k převzetí ulic a demonstrací před sídlem institucí.• Jaké strategie se mladí aktivisté rozhodli zahájit celosvětové debaty o klimatu.
Odkaz na zdroj:	<p>https://www.youtube.com/watch?v=KoC_1rOAFX0</p>

Název modulu:	<p>Změna klimatu a akce v oblasti klimatu pod vedením mládeže</p>
Název zdroje:	<p>5 mladých aktivistů, kteří požadují naléhavé opatření v oblasti klimatu v Africe</p>



Kód zdroje:	R1.4
Úvod do zdroje:	<p>Pozorovali jsme a přemýšleli o tom, jak mladí lidé jednají za planetu v globálním hnutí zahrnujícím stovky zemí po celém světě. Místní opatření jsou však stejně důležitá jako opatření prováděná po celém světě. V tomto článku se dozvíte o klimatických iniciativách 5 afrických aktivistů bojujících proti změně klimatu na místní úrovni, aby inspirovali své komunity, zvýšili povědomí občanů o klimatické krizi a nechali slyšet jejich hlasy politiky ve svých zemích.</p> <p>Doba trvání: 15 min</p>
Co získáte z používání tohoto zdroje?	<p>Tento článek je o významu provozování místních opatření v oblasti klimatu ovlivnit místní komunity a poskytne vám několik dobrých příkladů, jak to udělat, zejména budete mít lepší znalosti a pochopení:</p> <ul style="list-style-type: none">• Podpory "zelených" iniciativ ve školách• Spuštění akcí místní komunikace zaměřených na vaši komunitu• Organizace komunitních vzdělávacích fór• Šíření slova mezi občany o významu přijmout ekologické návyky• O podpoře environmentálního chování mezi místními komunitami
Odkaz na zdroj:	https://www.globalcitizen.org/en/content/youth-climate-change-activists-in-africa/

Další výukové zdroje pro online a sociální podnikání

Název modulu:	Online a sociální podnikání
----------------------	-----------------------------



Název zdroje:	5 stránek, které potřebujete pro marketingový web svého start-upu
Kód zdroje:	R2.1
Úvod do zdroje:	Toto instruktážní video poskytuje informace o tom, jak efektivně vytvořit 5 základních stránek pro marketingové webové stránky.
Co získáte z používání tohoto zdroje?	<p>Toto video vás provede základními stránkami pro vaše marketingové webové stránky, aby webové stránky byly konkurenceschopné v odvětví, ve kterém chcete být.</p> <p>Video poskytuje užitečné informace a tipy týkající se:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5 stránek, které musíte mít • Jaké otázky si musíte položit, abyste dosáhli cíle v designu webových stránek • Domovská stránka (Potřebuji ji? 80% vašeho provozu končí zde) • Ceny (je to pro mě) • Stránka funkcí (Vyřeší to můj problém) • Stránka O stránce (Mohu těmto lidem důvěřovat - to buduje důvěru) • Blog (Jsou to inovátoři? - to ukazuje, že aktualizujete svůj web aktuálním vývojem)
Odkaz na zdroj:	https://www.youtube.com/watch?v=EptKcbr2M1M

Název modulu:	Online a sociální podnikání
Název zdroje:	Kompletní průvodce budováním úspěšného kanálu YouTube
Kód zdroje:	R2.2
Úvod do zdroje:	Tento článek představuje kompletní návod, jak vytvořit úspěšný kanál YouTube pro sdílení obsahu a být při tom úspěšný.



Co získáte z používání tohoto zdroje?	<p>Tento článek vám může pomoci rozšířit znalosti o následujících tématech:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rozhodněte se, kdo je vaše publikum • Kroky k přilákání pro více zhlédnutí videí • Instruktažní videa na YouTube marketing <p>Článek je navíc doprovázen videi z YouTube a různými obrázky, které ukazují kroky při budování vaší značky na YouTube.</p>
Odkaz na zdroj:	https://www.quicksprout.com/youtube/

Další studijní zdroj R2.3

Název modulu:	Online a sociální podnikání
Název zdroje:	Jak začít malou firmu online
Kód zdroje:	R2.3
Úvod do zdroje:	Tento článek představuje úplného průvodce s osvědčenou posloupností kroků, které můžete provést, abyste zajistili svůj úspěch při zahájení malého podnikání online.
Co získáte z používání tohoto zdroje?	<p>Tento článek vám může pomoci rozšířit znalosti o následujících:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Založení firmy, která řeší potřebu. • Napsání textů, které prodávají; • Navržení a vytvoření své webové stránky; • Použití vyhledávačů k přilákání cílených kupujících na váš web; • Vytvoření si pro sebe reputaci odborníka • Využití síly e-mailového marketingu k tomu, abyste návštěvníky proměnili v kupující;



	8. Zvýšení svého příjmu prostřednictvím back-end prodeje a upsellingu
Odkaz na zdroj:	https://www.entrepreneur.com/article/175242

Název modulu:	Online a sociální podnikání
Název zdroje:	5 důvodů, proč je sociální podnikání důležité
Kód zdroje:	R2.4
Úvod do zdroje:	Tento článek odkazuje na základní aspekty každého sociálního podniku a na to, proč je sociální podnikání důležité.
Co získáte z používání tohoto zdroje?	<p>Tento článek nabízí cenný vhled do sociálního podnikání a proč je důležité. Mezi diskutovaná témata patří:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jste inspirativním zdrojem dopadu • Budete reagovat na potřeby zákazníků • Navazování vztahů nad rámec ekonomického účelu • Citlivější podnik s cílem vytvořit ekonomickou a sociální hodnotu • Sociální poslání, aby se svět stal lepším místem
Odkaz na zdroj:	https://www.entrepreneur.com/article/175242

Název modulu:	Online a sociální podnikání
Název zdroje:	Jak začít sociální podnik: Definitivní průvodce zahájení podnikání s dopadem
Kód zdroje:	R2.5
Úvod do zdroje:	Tento čitelný článek představuje konečného průvodce sociálním podnikáním pro sociální podnikatele se všemi potřebnými informacemi na jednom místě.



Co získáte z používání tohoto zdroje?	<p>Tento článek nabízí na jednom místě důkladné pokrytí všeho, co byste mohli potřebovat při zahájení sociálního podniku. Zde najdete informace o různých tématech, z nichž některá jsou:</p> <ul style="list-style-type: none">• Co je to sociální podnik?• Financování vašeho sociálního podnikání;• Rozhodování o vaší obchodní struktuře;• Online marketing;• Obchodní plánování;• Obchodní modely sociálního podnikání;• Jak měřit dopad a mnoho dalšího!
Odkaz na zdroj:	https://www.inventshift.com/social-enterprise-start

Příloha II - Odkazy

Modul 1 – Změna klimatu a akce v oblasti klimatu pod vedením mládeže

Online reference

- Cambridge English Dictionary (2020). Retrieved June 29th, 2020 from: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/petition>
- Collins Dictionary (2020). Greenhouse gas emissions. Retrieved June 29th, 2020 from: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/greenhouse-gas-emissions>
- Conseil de l'Union européenne (2020). Changement climatique : ce que fait l'UE. Retrieved June 15th, 2020 from: <https://www.consilium.europa.eu/fr/policies/climate-change/>
- European Commission (2020). Causes of climate change. Retrieved June 15th, 2020 from: https://ec.europa.eu/clima/citizens/eu_en
- European Commission. Paris Agreement. Retrieved June 29th, 2020 from: https://ec.europa.eu/clima/policies/international/negotiations/paris_en
- European Commission (2019). Public consultations and other consultation activities. Retrieved June 13th, 2020 from: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=333&langId=en>
- European Parliament (2020). Petitions. Retrieved June 13th, 2020 from: <https://www.europarl.europa.eu/at-your-service/en/be-heard/petitions>



- Heathman, A. (2020). The top environmental influencers to follow on Instagram. Retrieved June 25th, 2020 from: <https://www.standard.co.uk/tech/earth-day-environment-influencers-instagram-2020-a4420656.html>
- Laville, S. and Watts, J. (2019). Across the globe, millions join biggest climate protest ever. Retrieved June 12th, 2020 from: <https://www.theguardian.com/environment/2019/sep/21/across-the-globe-millions-join-biggest-climate-protest-ever>
- Maris, E. (2019). Why young climate activists have captured the world's attention. Retrieved June 12th, 2020 from: <https://www.nature.com/articles/d41586-019-02696-0>
- National Geographic (2020). Climate Change. Retrieved June 29th, 2020 from: <https://www.nationalgeographic.org/encyclopedia/climate-change/>
- Oxford Reference (2020). Global Warming. Retrieved June 29th, 2020 from: <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803095855385#:~:text=The%20gradual%20increase%20in%20the,Science%20and%20technology%20%E2%80%94%20Environmental%20Science>
- Pittman, K. (2005). Balancing the equation: Communities supporting youth, youth supporting communities. Retrieved June 29th, 2020 from: https://books.google.fr/books?id=A_5yAwAAQBAJ&pg=PT895&lpg=PT895&dq=pittman+balancing+the+equation&source=bl&ots=Sg5amx_pNr&sig=ACfU3U15xaP1GvSPREnNiAtOVWgurWeovA&hl=en&sa=X&ved=2ahUKewjZiILYyqbqAhUKxYUKHeHuC4kQ6AEwCXoECACQAQ#v=onepage&q=pittman%20balancing%20the%20equation&f=false
- Schneider, F. (2019). A Paris, une agora pour le climat mobilise des jeunes. Retrieved June 12th, 2020 from: <https://www.la-croix.com/Sciences-et-ethique/Environnement/agora-climat-Paris-jeunes-2019-01-27-1200998408>
- Sengupta, S. (2019). Protesting Climate Change, Young People Take to Streets in a Global Strike. Retrieved June 12th, 2020 from: <https://www.nytimes.com/2019/09/20/climate/global-climate-strike.html>
- United Nations (2018). Report of the United Nations High Commissioner for Refugees. Retrieved June 15th, 2020 from: https://www.unhcr.org/gcr/GCR_English.pdf
- UN Refugee Agency (2020). Climate change and disaster displacement. Retrieved June 15th, 2020 from: <https://www.unhcr.org/climate-change-and-disasters.html>

Modul 2 – Online a sociální podnikání

Knihy

- Jonathan, A. (2020) Digital Entrepreneurship. Routledge-Taylor & Francis
- Bell, J. and Stellingwerf, J. (2012). Sustainable Entrepreneurship: The Motivations & Challenges of Sustainable Entrepreneurs in the Renewable Energy Industry (Jonkoping,



Sweden: Jonkoping International Business School Master Thesis in Business Administration, 2012)

- Isaak, R. (2020). The Making of the Ecopreneur. Greener Management International, 38 (2002), 81.

Online reference

- Ask Leanstack (2020). What is a business model. Retrieved May 21st, 2020 from: <http://ask.leanstack.com/en/articles/901366-what-is-a-business-model>
- Businessdictionary (n.d.) Business planning. Retrieved May 21st, 2020 from: <http://www.businessdictionary.com/definition/business-planning.html>
- Eisenmann, T. (2013). Entrepreneurship: A Working Definition. Retrieved May 20th, 2020 from: <https://hbr.org/2013/01/what-is-entrepreneurship>.
- Grassl, W. (2012). Business Models of Social Enterprise: A Design Approach to Hybridity. Retrieved May 21st, 2020 from: http://www.acrn.eu/resources/Journals/JoE012012/Grassl_SE-Hybridity.pdf
- Hack the Entrepreneur (n.d.). 6 Online Business Models. Retrieved May 21st, 2020 from: <https://hacktheentrepreneur.com/online-business-models/>
- Hankervisionary.com (2019). Digital entrepreneurship – The Definition and Traits of an Online Entrepreneur Retrieved May 20th, 2020 from: <https://hankervisionary.com/digital-entrepreneurship-the-definition-and-traits-of-an-online-entrepreneur>
- Investopedia (2020). Entrepreneur. Retrieved May 20th, 2020 from: <https://www.investopedia.com/terms/e/entrepreneur.asp>
- Investopedia (2019). Crowdfunding. Retrieved May 20th, 2020 from: <https://www.investopedia.com/terms/c/crowdfunding.asp>
- Investopedia (2019). Social Entrepreneur. Retrieved May 20th, 2020 from: <https://www.investopedia.com/terms/s/social-entrepreneur.asp>
- MSG (n.d.). What is Social Entrepreneurship? Retrieved May 20th, 2020 from: <https://www.managementstudyguide.com/social-entrepreneurship.htm>
- National Geographic (n.d.). Anthropocene. Retrieved May 20th, 2020 from: <https://www.nationalgeographic.org/encyclopedia/anthropocene/>
- Osberg, S. and Martin, R. (2015). Two Keys to Sustainable Social Enterprise. Retrieved May 20th, 2020 from: <https://hbr.org/2015/05/two-keys-to-sustainable-social-enterprise>
- Smale, T. (2015). 4 Reasons Why an Online Business is the Best Investment You Will Ever Make. Retrieved May 20th, 2020 from: <https://www.entrepreneur.com/article/241759>
- Stockholm Resilience Centre (2020). Planetary Boundaries. Retrieved May 20th, 2020 from: <https://www.stockholmresilience.org/research/planetary-boundaries.html>
- Workspace. (2020). Top 16 alternative funding sources for Businesses. Retrieved May 20th, 2020 from: <https://www.workspace.co.uk/community/homework/business-finance/top-15-alternative-funding-sources-for-new-and-gro>





SOLUTION NOT POLLUTION



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

"The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."
Project Number: 2019-3-IE01-KA205-065708