

**EDUKACYJNY MODEL SUKCESJI**

# Podręcznik dla Sukcesora

Autorzy:

Marek Składowski i Konrad Schroeder

Wykonane w ramach projektu:  
"POPOJUTRZE 2.0 – KSZTAŁCENIE",  
nr POWR.04.01.00-00-I108/19





## Spis treści:

1. Wprowadzenie	2
2. Model EMS – mapa modelu	3
3. Firma rodzinna – najważniejsze informacje	4
4. Jak korzystać z EMS	6
5. Scenariusze wykorzystania narzędzi EMS	7
6. Poznawanie firmy i biznesu	12
Scenariusz A	12
• Co poznajemy realizując scenariusz A	12
• Zakres wiedzy zdobywanej w scenariuszu A	12
• Zadania A (scenariusze A1, A2, A3)	13
Scenariusz B	23
• Co poznajemy realizując scenariusz B	23
• Zakres wiedzy zdobywanej w scenariuszu B	23
• Zadania B (scenariusze B1, B2, B3)	24
Scenariusz C	35
• Co poznajemy realizując scenariusz C	35
• Zakres wiedzy zdobywanej w scenariuszu C	35
• Zadania C (scenariusze C1, C2, C3)	36
7. Opis jak korzystać z narzędzi edukacyjnych EMS	53
a. Gra „Nasza firma. Razem na szczyt”	53
b. Karty wiedzy	54
c. Mapa firmy	55
d. Mapa otoczenia firmy	55
8. Polecane filmy i książki o tematyce biznesowej	56
9. Formularze postępu	57

## 1. Wprowadzenie

Młody Przyjacielu/Przyjaciółko!

Jeśli czytasz te słowa to zapewne Twoi rodzice lub jedno z nich, prowadzą własną firmę. Są jej właścicielami lub współnikami. Na pewno obserwujesz na co dzień ich ciężką pracę, bo prowadzenie własnej firmy to ciężka, ale też satysfakcjonująca praca. Taka firma, której właścicielami są nasi najbliżsi, nazywana jest „Firmą rodzinną”. Twoi rodzice nazywani będą **NESTORAMI** (choć zapewne są jeszcze młodymi osobami, a Ty będziesz nazywany **SKUCESOREM** (prawda, że brzmi dumnie).

Sukces firmy rodzinnej polega nie na tym, żeby ją stworzyć, choć oczywiście to jest fundament. Firma rodzinna tak naprawdę odnosi sukces wtedy, kiedy kolejne pokolenia jej założycieli, pracują w tej firmie, rozwijają ją i spełniają marzenia swoich rodziców, dziadków, pradziadków. Jednocześnie spełniają także swoje ambicje i swoje własne plany.

Dlatego stworzyliśmy EMS, czyli Edukacyjny Model Sukcesji. Narzędzia, które pozwolą Tobie przyszły Biznesmenie poznać firmę swoich rodziców, zrozumieć procesy, które w niej zachodzą i przygotować się do roli przyszłego właściciela lub współwłaściciela firmy.

Proponujemy Tobie i Twoim najbliższym wspólną pracę i zabawę. Waszym celem powinno być lepsze poznanie siebie na wzajem, poznanie przez Ciebie Firmy i przygotowanie się do współzarządzania firmą rodzinną.

W podręczniku znajdziesz opis poszczególnych plansz, sposobów korzystania z nich, wzory kart pracy, kwestionariusze oraz wiedzę niezbędną do zrozumienia świata biznesu.

Czeka na Ciebie wspaniała przygoda – więc do dzieła!!!!

## 2. Model EMS

# MODEL EMS

Diagnoza  
Wstępna

Scenariusz

Podręcznik  
dla  
Sukcesora  
i  
Nestora

Karty  
wiedzy

Mapa  
otoczenia

Karty  
zadań

Mapa  
firmy

Gra  
Razem  
na Szczyt

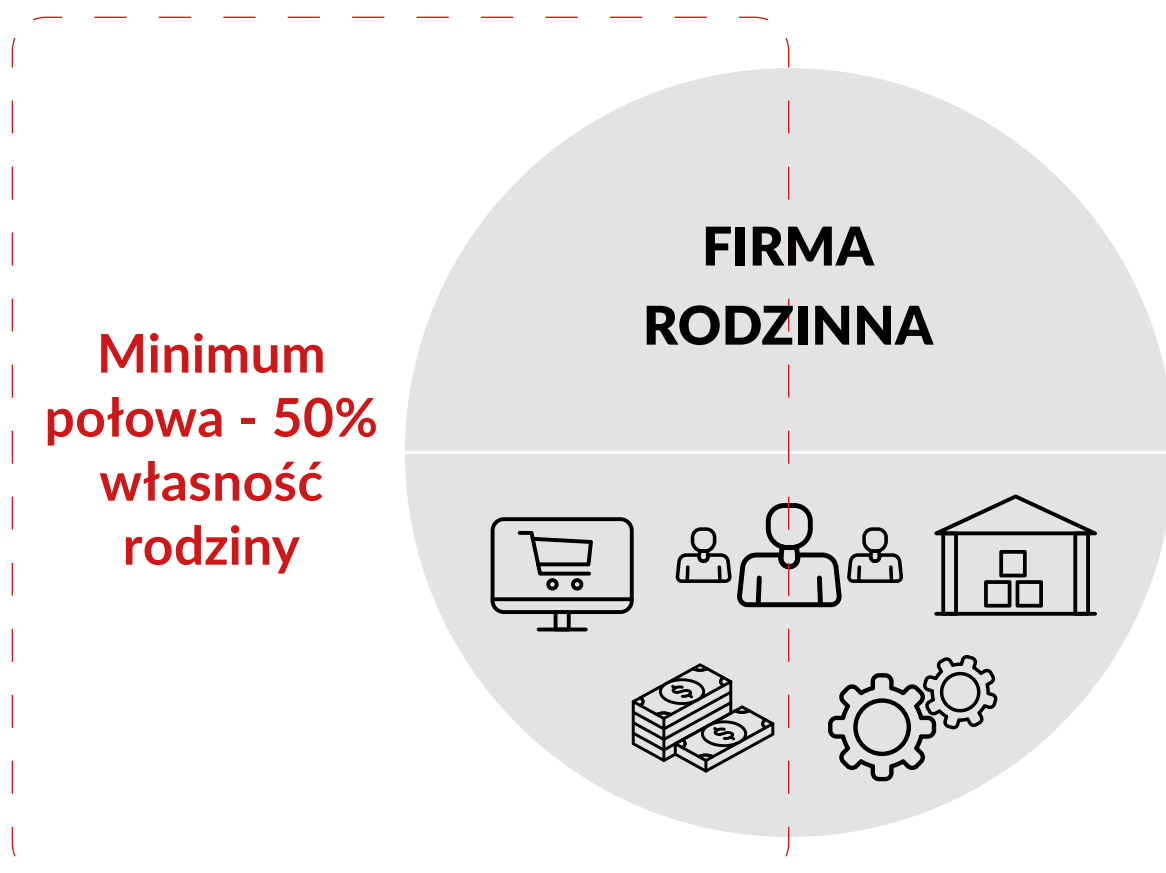
Plan  
sukcesji

### 3. Firma rodzinna

Pewnie zastanawiasz się co oznacza określenie **Firma Rodzinna** lub inaczej mówiąc **Przedsiębiorstwo Rodzinne**. Co wyróżnia taką firmę od innych działających w gospodarce? Definicji pojęcia Firma rodzinna znajdziemy bardzo dużo. My oprzemy się na jednej z nich.

Profesor Łukasz Sułkowski uważa, że przedsiębiorstwo rodzinne jest podmiotem, w którym większa część własności (przynajmniej 50% kapitału) oraz funkcje zarządzania znajdują się w rękach członków rodziny. Nie oznacza to, że w takiej organizacji wszystkie zatrudnione osoby muszą być ze sobą spokrewnione. Za firmy rodzinne uważa się takie jednostki, w których władzę sprawuje rodzina. Wystarczy więc, aby prezes, dyrektorzy poszczególnych działów czy członkowie rady nadzorczej połączeni byli więzami krwi, a przynajmniej ta część, która decyduje o najważniejszych sprawach w firmie.

Co to znaczy, że przynajmniej 50% kapitału znajduje się w rękach rodziny? Najprościej mówiąc oznacza to, że przynajmniej połowa wszystkiego co składa się na firmę należy do członków jednej rodziny.



Firmą rodzinną może być zarówno mały sklep, hotel, piekarnia, restauracja, jak i wielka firma produkująca samochody. Jeśli takie przedsiębiorstwo jest przynajmniej w połowie własnością Twojej rodziny to znaczy, że jest to firma rodzinna.

W małych i średnich firmach najczęściej członkowie rodziny pełnią najważniejsze funkcje w firmie. Są jednocześnie właścicielami tych firm i kierują nimi na co dzień. W większych firmach właściciele często zatrudniają na stanowiska kierownicze fachowców, którzy mogą być w przedsiębiorstwie dyrektorami, kierownikami czy nawet prezesami.

Jedną z cech firm rodzinnych jest dążenie do zapewnienia ciągłości kontroli firmy przez rodzinę.

Dzieci, wnuki (SUKCESORZY) właścicieli firm rodzinnych (NESTORÓW) najczęściej są przygotowywane do pracy w firmach dużo wcześniej. Od tego jak ten proces będzie przebiegał zależy przyszłość firmy rodzinnej.

Dlatego wszystkie narzędzia, które są tutaj opisane, mają służyć temu, abyś poznał firmę należącą do Twojej rodziny, bo jej przyszłość kiedyś będzie w Twoich rękach!!!

## Co składa się na firmę – przedsiębiorstwo rodzinne

Ludzie



Nieruchomości i urządzenia - budynki, place, biura, hale, samochody, komputery itp.



Środki finansowe - np. pieniądze



Wiedza: technologia, patenty, znajomość rynku i klientów itp. Nazwa firmy, znaki towarowe, marka.



## 4. Jak korzystać z EMS

### Krok 1.

Aby wystartować w pierwszej kolejności wypełnij kwestionariusz dla Sukcesorów, który ma 3 wersje. Wybierz ten pasujący do twojego przedziału wiekowego. Podobny kwestionariusz wypełnia Twój rodzic. Możesz także sprawdzić poziom swojej wiedzy biznesowej oraz zdiagnozować swoje kompetencje miękkie. Wszystko to znajdziesz w "Zestawie narzędzi diagnostycznych i testów wiedzy", które są integralną częścią EMS.

### Krok 2

Po wypełnieniu kwestionariusza przez Ciebie – Sukcesora i Twojego rodzica – Nestora, powinniście ustalić jaki scenariusz – inaczej sposób działania pasuje do Twojego wieku oraz wielkości Waszej firmy. Sprawdźcie to w podręczniku w rozdziale „scenariusze działania”.

### Krok 3

Postępując się odpowiednim scenariuszem przystępujesz do poznawania firmy i zdobywania wiedzy biznesowej. Ułatwią Ci to takie narzędzia jak „**Mapa firmy**”, „**Mapa otoczenia firmy**”, **gra „Nasza firma. Razem na szczyt”** oraz **karty wiedzy i karty zadań**. Zadania do wykonania są opisane w danym scenariuszu. Opis pojęć biznesowych, zadań do wykonania w ramach poszczególnych scenariuszy, oraz instrukcje postępowania się planszami i narzędziami znajdziesz w odpowiednich rozdziałach podręcznika.

### Krok 4

Kiedy zakończycie każdy etap, dokonujecie wspólnie z Nestorem podsumowania tego co się wydarzyło. Wypełniacie odpowiednią kartę posumowania realizacji scenariusza (wzór karty w podręczniku) i możecie przystąpić do kolejnego etapu. Zaplanowane są trzy etapy-poziomy.

Po zakończeniu całej przygody z EMS przygotowujecie wspólnie plan sukcesji, który w przyszłości ma doprowadzić do momentu, w którym staniesz się osobą współzarządzającą Firmą Rodzinną, a może i jej właścicielem/właścicielką. „Plan Edukacji/Plan Sukcesji” jest także dołączony do EMS.

### **Pamiętaj !!!!**

**Ten proces jest rozłożony na lata, EMS nie jest przygodą na jeden wieczór czy weekend. Jeśli chcesz stać się częścią świata biznesu, zarządzać w przyszłości firmą, rozwijać ją, a może zakładać nowe firmy, to potrzebujesz do tego 3 rzeczy:**

- **ZAANGAŻOWANIA**
- **PASJI**
- **CIERPLIWOŚCI**

**Powodzenia !!!!**



## 5. Scenariusze wykorzystania narzędzi EMS

### Jak korzystać ze scenariuszy

Scenariusze są wskazaniem sposobu wdrażania Sukcesorów w świat firmy rodzinnej prowadzonej lub współprowadzonej przez ich rodziców lub członków rodziny. Mają pomóc Nestorom w uporządkowaniu planu wdrażania Sukcesorów w sprawy ich firmy.

Każdy scenariusz jest dopasowany zarówno do odpowiedniej grupy wiekowej Sukcesorów jak i do wielkości firmy rodzinnej.

Są 3 główne scenariusze dla Sukcesorów:

1. Grupa A w wieku 7-11 lat (klasy 1-4 SP)
2. Grupa B w wieku 12-15 lat (klasy 5-8 SP)
3. Grupa C w wieku 16-19 lat (szkoła ponadpodstawowa)

W każdej z tych grup wiekowych są 3 warianty postępowania w zależności od wielkości i złożoności firmy rodzinnej.

Firma mikro: zatrudnienie poniżej 10 osób

Firma mała: zatrudnienie od 10 do 50 osób

Firma średnia: zatrudnienie od 50 do 250 osób

### WAŻNE !!!

- Jeśli korzystanie EMS zaczyna się w grupie wiekowej B lub C, to ważne abyście zrealizowali także wszystkie zadania zawarte we wcześniejszych scenariuszach i dopiero wtedy przystąpili do realizacji zadań ze swojego poziomu wiekowego. Np. jeśli masz 13 lat, czyli jesteś w grupie B to zanim przystąpisz do realizacji zadań przewidzianych dla swojego poziomu powinnaś / powinieneś zrealizować zadania z poziomu A, jeśli zaś masz już swój dowód osobisty, czyli znajdujesz się w grupie C, to zanim przystąpisz do realizacji zadań przewidzianych dla Ciebie, koniecznie zrealizuj zadania z poziomu A i B. Jeśli przejdziesz od razu do zadań z poziomu C, pominiesz ogromną dawkę kluczowego materiału.
- Zalecamy Wam byście wykonywali Mapy Firmy i Mapy Otoczenia przynajmniej raz w roku i porównywali je z wcześnie opracowanymi wersjami. Kolejne wersje możecie utrzymywać np. poprzez fotografowanie.
- Przewidywany w scenariuszach katalog zadań nie jest zamknięty, zarówno Ty jako Sukcesor jak i Twój rodzic jako Nestor, możecie rozszerzać je o własne, nowe pomysły. Do czego serdecznie Was zachęcamy.

## EMS

### matryca doboru scenariusza

	Firma Mikro >10 osób	Firma Mała < 10,50 <	Firma Średnia < 50, 250<
7-11 lat (klasy 1-4 SP)	A1	A2	A3
12-15 lat (klasy 5-8 SP)	B1	B2	B3
16-19 lat (szkoła ponadpodstawowa)	C1	C2	C3

Legenda oznaczeń:

T - tak

N - nie

O - opcja

#### Zestawienie zadań dla przedziału wiekowego A

Zdanie do wykonania – opis	A1	A2	A3
Opowiedzenie historii firmy przez Nestora/ Rodzica Sukcesorowi/Dziecku.	T	T	T
Omawianie raz w miesiącu tego co najważniejsze wydarzyło się w firmie.	T	T	T
Wspólne zwiedzanie firmy.	T	T	T
Zapoznanie z pracownikami.	T	T	O
Zapoznanie z najważniejszymi osobami w firmie.	O	O	T
Zapoznanie ze specyfiką poszczególnych działów.	N	O	T
Wspólne obejrzenie filmu o tematyce biznesowej.	T	T	T
Przeczytanie wybranej książki o tematyce biznesowej.	T	T	T
Zbudowanie Mapy Firmy – Plansza EMS (zadanie dla Nestora – z gry).	T	T	T
Zbudowanie Mapy Otoczenia Firmy – Plansza EMS (zadanie dla Nestora – z gry).	T	T	T
Gra w grę EMS „Nasza firma. Razem na szczyt” – Etap 1.	T	T	T
Wspólna wizyta u któregoś z Klientów/Dostawców/Partnerów.	O	O	T
Analiza konkurencji (zadanie dla Sukcesora - z gry) – opis w podręczniku*.	T	T	T
Analiza strony internetowej (zadanie dla Sukcesora - z gry) – opis w podręczniku.	T	T	T
Lista towarów/usług (zadanie wspólne z gry).	T	T	T
„Pokaż klientowi, że Ci na nim zależy” (zadanie wspólne z gry).	T	T	T
Zlecenie prostych zdań do wykonania dla firmy.	O	O	O

### Zestawienie zadań dla przedziału wiekowego B

Zdanie do wykonania - opis	B1	B2	B3
Zadania dla przedziału wiekowego A jeśli Sukcesor zaczyna pracę z EMS będąc w wieku z przedziału B.	T	T	T
Omawianie raz w miesiącu tego co najważniejsze wydarzyło się w firmie.	T	T	T
Wspólne obejrzenie filmu o tematyce biznesowej (zdanie wspólne z gry w etapie 2).	T	T	T
Przeczytanie wybranej książki o tematyce biznesowej.	T	T	T
Gra w grę EMS „Nasza firma. Razem na szczyt” – etap 2.	T	T	T
Wspólna wizyta u któregoś z Klientów/Dostawców/Partnerów.	O	O	T
Nakręcenie filmu o firmie z wykorzystaniem „smartphone” (zadanie dla Sukcesora z gry).	T	T	T
„3 nowe produkty” (zadanie dla Sukcesora z gry).	T	T	T
Opis procesu powstawiania produktu (zadanie dla Nestora z gry).	T	T	T
Schemat organizacyjny firmy ( zadanie dla Nestora z gry).	T	T	T
Analiza SWOT (zadanie wspólne z gry w etapie2).	T	T	T
Zlecenie prostych zadań do wykonania dla firmy.	T	T	T

### Zestawienie zadań dla przedziału wiekowego C

Zdanie do wykonania - opis	C1	C2	C3
Zadania dla przedziału wiekowego A i B jeśli Sukcesor zaczyna pracę z EMS będąc w wieku z przedziału C.	T	T	T
Omawianie raz w miesiącu tego co najważniejsze wydarzyło się w firmie.	T	T	T
Gra w grę EMS „Nasza firma. Razem na szczyt” – etap 3.	T	T	T
Wspólna wizyta u któregoś z Klientów/Dostawców/Partnerów.	O	O	T
Analiza działań firmy w obszarze promocji i reklamy (zadanie dla Sukcesora z gry).	T	T	T
„3 inspiracje biznesowe” (zadanie dla Sukcesora z gry).	T	T	T
„Finanse firmy” (zadanie dla Nestora z gry).	T	T	T
„Najważniejsze projekty” (zadanie dla Nestora z gry).	T	T	T
„Model Business Canvas dla firmy” (zadanie wspólne z gry).	T	T	T
„Misja i wizja” (zadanie wspólne z gry).	T	T	T
Praktyki w poszczególnych działach firmy.	O	T	T
Uczestnictwo w aktualnych, wybranych projektach biznesowych.	T	T	T
Wykonywanie uzgodnionych wspólnie z Nestorem prac na rzecz firmy.	T	T	T

**Karta zadania**

<b>KARTA ZADANIA</b>		
<b>Nazwa zadania</b>		
<b>Opis zadania</b>		
<b>Termin realizacji od - do</b>		
<b>Potrzebne zasoby (materiały, narzędzia, środki finansowe)</b>		
<b>Osoba bezpośrednio wspierająca</b>		
<b>Planowane efekty</b>		
<b>Potwierdzenie realizacji</b>	<b>Podpis Sukcesora</b>	<b>Podpis Nestora</b>

## Karta posumowanie realizacji scenariusza

<b>Karta podsumowania realizacji scenariusza - A,B,C*</b>		
Omówienie i ocena poszczególnych zadań. Co było trudne, co wymagałoby dodatkowych wyjaśnień czy wsparcia.		
Czy Nestor i Sukcesor są zadowoleni. Oce- na w skali od 1 do 10, gdzie 1 jest najniższą ocena, a 10 najwyższą.	Sukcesor	Nestor
Jakie efekty osiągnął Sukcesor?		
Jakie efekty osiągnął Nestor?		
Jakie efekty osiągnięto dla firmy?		
Jakie są oczekiwania od kolejnego etapu.	Oczekiwania Sukcesora	Oczekiwania Nestora

\*- należy zaznaczyć odpowiedni rodzaj scenariusza A, B lub C, jeśli jest taka konieczność wydrukuj więcej niż jedną kartę do podsumowania danego poziomu

## 6. Poznawanie firmy i biznesu

### **WAŻNE !!! Dotyczy wszystkich scenariuszy.**

Swoją przygodę z firmą rodzinną i biznesem możesz rozpocząć w każdym wieku. Należy jednak pamiętać, że jeśli rozpoczynasz ją w starszym wieku, np. 15 lat, to i tak powinienna/eś uzyskać wiedzę z wszystkich poziomów scenariuszy, zaczynając od A, poprzez B i dopiero wtedy przejść do scenariusza C. Jeśli natomiast jesteś młodszy/sza i masz za sobą np. przejście scenariusza A, a chcesz więcej, to nic nie stoi na przeszkodzie, żeby wspólnie z rodzicem przejść do zadań i wiedzy z kolejnych scenariuszy. Dotyczy to także zadań z poszczególnych scenariuszy A, B lub C.

### **Poznawanie firmy i biznesu – Scenariusz A**

#### **Co poznajemy realizując scenariusz A**

- Ten etap jest kluczowym z punktu widzenia Nestora i Sukcesora.
- W czasie pracy nad tym scenariuszem powinnaś/powinieneś:
  - o Poznać firmę
  - o Zapoznać się z pracownikami
  - o Poznać poszczególne części firmy
  - o Zrozumieć w jakim otoczeniu działa firma
  - o Poczuć więź z rodzinnym biznesem
- Także w tym etapie będziesz realizować proste zadania tak, aby poczuć lepiej specyfikę firmy i to czym się ona zajmuje.
- Propozycje przykładowych zadań znajdują się zarówno w scenariuszu, jak i w kartach zadań – są opisane na kolejnych stronach.

#### **Zakres wiedzy zdobywanej w scenariuszu A**


Celem jest wprowadzenie Ciebie w świat pojęć biznesowych, służyć temu będzie wspólna praca z Nestorem – zabawa z wykorzystaniem plansz edukacyjnych – gra, mapa firmy, mapa otoczenia.

Zakres pojęć wprowadzanych w podczas realizacji scenariusza A jest wypisany poniżej, pojęcia są także opisane na kartach wiedzy.

**UWAGA !!! Podstawowe pojęcia opisane na kartach wiedzy są umieszczone na kolorowym tle, dodatkowe pojęcia na tle szarym.**

W czasie pracy ze scenariuszem A realizowane są także zadania opisane poniżej, które są częścią gry, dodatkowo zostały one opisane na kartach zadań.

## Pojęcia biznesowe A (scenariusze A1, A2, A3)

Pojęcie	Opis	Kategoria	Hasła z innych kart
 <b>FINANSE</b>			
<b>ZYSK</b>	<p>Zysk najprościej można opisać jako różnicę pomiędzy wszystkimi <b>przychodami</b> firmy, a wszystkimi jej <b>kosztami</b>.</p> <p>Zysk może być liczony w skali całej firmy lub pojedynczych <b>transakcji</b>.</p> <p>Zysk można wyliczyć dla różnych okresów np. zysk roczny.</p>	<b>Finanse</b>	<b>Przychód</b> <b>Koszt</b> <b>Transakcja</b>
<b>PIENIĄDZ</b>	Zaakceptowany przez ludzi rodzaj <b>towaru</b> , w którym wyrażamy wartość różnych <b>produktów</b> . Pieniądz danego kraju nazywamy <b>walutą</b> . Pieniądz może postać materialną i niematerialną. Rolę pieniądza w historii często spełniały takie towary jak: metale szlachetne, kamienie szlachetne, muszle, korale itp.	<b>Finanse</b>	<b>Towar</b> <b>Produkt</b> <b>Waluta</b>
<b>CENA</b>	Jest to wartość czegokolwiek wyrażona w pieniądzu. Podczas <b>transakcji</b> kupna-sprzedaży, kupujący płaci sprzedającemu tyle <b>pieniędzy</b> , ile obie strony zaakceptowały i określiły w konkretnej <b>cenie</b> .	<b>Finanse</b>	<b>Transakcja</b> <b>Pieniądz</b> <b>Cena</b>
<b>KOSZT</b>	To wszystkie poniesione przez <b>przedsiębiorcę</b> wydatki niezbędne, aby wytworzyć jakiś produkt. Koszty opisujemy za pomocą pieniądza. Wydatkami będą np. koszty wynagrodzeń dla pracowników, koszt zakupu <b>surowców</b> niezbędnych do produkcji, koszt energii elektrycznej itp.	<b>Finanse</b>	<b>Przedsiębiorca</b> <b>Surowiec</b>
<b>PRZYCHÓD</b>	Całkowita ilość <b>pieniędzy</b> jaką uzyskujemy ze sprzedaży oferowanych przez nas <b>produktów</b> . Przychód może być dzienny, miesięczny, roczny itp.	<b>Finanse</b>	<b>Pieniądz</b> <b>Produkt</b>

<b>STRATA</b>	W działalności <b>przedsiębiorstwa</b> jest to ujemny wynik. Powstaje generalnie wtedy, kiedy osiągnięte <b>przychody</b> są niższe od poniesionych <b>kosztów</b> . Stratę możemy liczyć w różnych okresach czasu, ale także dla konkretnej <b>transakcji</b> . Jeśli sumujemy wszystkie przychody i odejmiemy od nich sumę wszystkich kosztów, to jeśli wynik będzie ujemny mamy stratę, a jak dodatni to <b>zysk</b> .	<b>Finanse</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Przychód</b> <b>Koszt</b> <b>Transakcja</b> <b>Zysk</b>
<b>KREDYT</b>	Umowa regulowana ustawą Prawo bankowe zobowiązująca bank do oddania do dyspozycji kredytobiorcy na oznaczony czas kwoty środków pieniężnych z przeznaczeniem na ustalony <b>cel</b> , a kredytobiorcę do korzystania z niej na warunkach określonych w umowie, a także do zwrotu kwoty wykorzystanego kredytu wraz z odsetkami w oznaczonych terminach spłaty oraz zapłaty prowizji od udzielonego kredytu. Czyli Bank daje do dyspozycji klienta określoną kwotę pieniędzy na określonych warunkach.	<b>Finanse</b>	<b>Cel</b>
<b>KONTO BANKOWE</b>	To inaczej rachunek bankowy, prowadzony przez bank dla <b>przedsiębiorstwa</b> . <b>Pieniądze</b> ze sprzedaży gromadzone są na koncie i z niego opłacane są także <b>koszty</b> przedsiębiorstwa.	<b>Finanse</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Pieniądz</b> <b>Koszt</b>
<b>WALUTA</b>	To nazwa <b>pieniądza</b> obowiązującego w danym kraju. Polską walutą jest Złoty Polski.	<b>Finanse</b>	<b>Pieniądz</b>
<b>PRZELEW</b>	Bezgotówkowa usługa płatnicza polegająca na uznaniu określoną kwotą rachunku płatniczego odbiorcy (beneficjenta), realizowana z <b>konta bankowego</b> /rachunku płatniczego płatnika. Operację tę przeprowadza bank prowadzący rachunek płatnika (lub inny dostawca usług płatniczych), na podstawie jego dyspozycji. Usługę tę nazywa się także poleceniem przelewu lub przelewem bankowym. Przelew bankowy jest podstawowym sposobem rozliczeń w biznesie.	<b>Finanse</b>	<b>Konto bankowe</b>



 **MARKETING**

<b>PRODUKT</b>	Wszystko, co może być oferowane na rynku i jest przedmiotem <b>wymiany handlowej</b> . <b>Produktem</b> może być dobro materialne – <b>towar</b> , może to też być <b>usługa</b> , miejsce, organizacja bądź idea.	<b>Marketing</b>	<b>Rynek</b> <b>Usługa</b> <b>Wymiana handlowa</b> <b>Towar</b>
<b>HANDEL</b>	To działalność polegająca na dokonywaniu przez <b>przedsiębiorstwo transakcji</b> sprzedaży w celu uzyskania <b>zysku</b> . Czyli przedsiębiorstwo kupuje <b>towar</b> , dolicza swoją <b>marżę</b> i go odsprzedaje, np. sklep.	<b>Marketing</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Transakcja</b> <b>Zysk</b> <b>Towar</b> <b>Marża</b>
<b>DOSTAWCA</b>	To ktoś (firma, osoba, instytucja) od kogo <b>przedsiębiorstwo</b> kupuje <b>towary, usługi, surowce, materiały</b> , które służą jemu do prowadzenia działalności gospodarczej.	<b>Marketing</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Towar</b> <b>Usługa</b> <b>Surowce</b> <b>Materiał</b>
<b>KLIENT</b>	Każdy (osoba, <b>przedsiębiorstwo</b> , instytucja itp.), kto dokonuje zakupu jakiegoś <b>produktu</b> dla swoich potrzeb lub w celu dalszego przetworzenia, lub też odsprzedania.	<b>Marketing</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Produkt</b>
<b>USŁUGA</b>	<b>Działalność gospodarcza</b> o charakterze nieprodukcyjnym, nie wytwarza namacalnych <b>produktów</b> . Polega na działaniach podejmowanych w celu dostarczenia określonych korzyści lub zaspokojenia potrzeb, np. usługi zdrowotne, usługi hotelarskie itp.	<b>Marketing</b>	<b>Działalność gospodarcza</b> <b>Produkt</b>
<b>TRANSAKCJA</b>	Jest to czynność, w której jedna ze stron oferuje (sprzedaje) jakiś <b>produkt</b> określając jego <b>cenę</b> , a druga jest gotowa kupić ten produkt płacąc określoną sumę <b>pieniędzy</b> .	<b>Marketing</b>	<b>Produkt</b> <b>Cena</b> <b>Pieniądz</b>

<b>TOWAR</b>	Towar to zakupione <b>dobra materialne</b> przeznaczone do sprzedaży, bez ich przetworzenia. Jeśli takie dobro zostanie przetworzone to wtedy określamy je <b>materiałem</b> , a po przetworzeniu otrzymamy <b>wyrób gotowy</b> . Np. kupujemy mąkę. Jeśli sprzedamy ją w sklepie z marżą to będzie towar. Jeśli z tej mąki upieczemy chleb to mąka będzie materiałem, a chleb wyrobem gotowym. Dla sklepu, który kupi chleb i go sprzeda z <b>marżą</b> , chleb będzie towarem.	<b>Marketing</b>	<b>Dobro materialne</b> <b>Materiał</b> <b>Wyrób gotowy</b> <b>Marża</b>
<b>SUROWIEC</b>	Surowiec – <b>materiał</b> przeznaczony do dalszej przeróbki. Surowce są produktami przemysłu wydobywczego, rolnictwa, leśnictwa lub powstają w wyniku przerobu odpadów. Surowcem może być np. drzewo z którego wytwarza się deski.	<b>Marketing</b>	<b>Materiał</b>
<b>MATERIAŁ</b>	W najbardziej ogólnym sensie jest to <b>surowiec</b> w postaci pierwotnej lub częściowo przetworzony, z którego wytwarza się <b>produkty</b> . Materiałem mogą być deski, które służą do produkcji mebli.	<b>Marketing</b>	<b>Surowiec</b> <b>Produkt</b>
<b>WYRÓB GOTOWY</b>	Powstaje w wyniku procesu produkcyjnego z wykorzystaniem zakupionych <b>materiałów</b> i procesu technologicznego. Jest całkowicie skończony. Może być sprzedawany jako <b>towar</b> do klienta końcowego lub jako <b>produkt</b> do wykorzystania w produkcji innych produktów. Wyrobem końcowym są meble, które powstały z materiału jakim są deski, a deski powstały z <b>surowca</b> jakim jest drzewo.	<b>Marketing</b>	<b>Materiał</b> <b>Towar</b> <b>Produkt</b> <b>Surowiec</b>


**ZARZĄDZANIE**

<b>PRZEDSIĘBIORSTWO</b>	Przedsiębiorstwo to praktycznie cały prowadzony przez kogoś biznes, potocznie zwany Firmą. W języku prawnym przedsiębiorstwo jest tzw. zorganizowanym zespołem <b>składników materialnych i niematerialnych</b> , używanym do prowadzenia działalności gospodarczej.	<b>Zarządzanie</b>	<b>Składniki materialne</b> <b>Składniki niematerialne</b>
<b>PRZEDSIĘBIORCA</b>	Przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą. Przedsiębiorcą może być <b>osoba fizyczna, osoba prawna</b> i inna jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność do czynności prawnych.	<b>Zarządzanie</b>	<b>Osoba fizyczna</b> <b>Osoba prawna</b>
<b>PRACOWNIK</b>	Każda osoba pracująca dla firmy, zatrudniona na podstawie <b>umowy o pracę</b> , powołania, wyboru, mianowania lub spółdzielczej umowy o pracę.	<b>Zarządzanie</b>	<b>Umowa o pracę</b>
<b>MENEDŻER</b>	Menedżer, także menadżer (ang. manager) – <b>pracownik przedsiębiorstwa</b> - osoba, której podstawowym zadaniem jest realizacja procesu zarządzania: <b>planowanie</b> i podejmowanie decyzji, organizowanie, przewodzenie, <b>motywowanie</b> i <b>kontrolowanie</b> . Zazwyczaj zarządza jakimś zespołem pracowników.	<b>Zarządzanie</b>	<b>Pracownik</b> <b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Motywowanie</b> <b>Planowanie</b> <b>Kontrolowanie</b>
<b>ZARZĄDZANIE</b>	Jest to zestaw działań (obejmujący <b>planowanie</b> i podejmowanie decyzji, organizowanie, <b>przewodzenie</b> , tj. kierowanie ludźmi, i <b>kontrolowanie</b> ), skierowanych na zasoby organizacji (ludzkie, finansowe, rzeczowe i informacyjne). Zarządzanie jest realizowane przez osoby kierujące przedsiębiorstwem i wykonywane z zamiarem osiągnięcia celów organizacji w sposób sprawny i skuteczny.	<b>Zarządzanie</b>	<b>Planowanie</b> <b>Przewodzenie</b> <b>Kontrolowanie</b>
<b>NEGOCJACJE</b>	Negocjacje to proces zachodzący pomiędzy dwoma stronami mającymi rozbieżne interesy, którego celem jest dojście do porozumienia. Można je rozumieć jako sekwencję wzajemnych posunięć, poprzez które strony dążą do osiągnięcia możliwie korzystnego rozwiązania dla każdej ze stron.	<b>Zarządzanie</b>	

<b>STRUKTURA ORGANIZACYJNA</b>	Struktura organizacyjna – jest to sposób zorganizowania firmy, zestaw takich elementów jak: stanowiska, działy, zespoły (części wyodrębniane przez samą firmę). Struktura organizacyjna pokazuje także powiązania i zależności pomiędzy poszczególnymi jej elementami. Struktura może być opisana oraz przedstawiona graficznie w formie schematu organizacyjnego.	<b>Zarządzanie</b>	
<b>DELEGOWANIE</b>	Delegowanie zadań, uprawnień i obowiązków jest to technika <b>zarządzania</b> polegająca na podziale zadań i przydzieleniu ich innym osobom (pracownikom). Wraz z podziałem zadań dzielona jest też odpowiedzialność za nie ponoszona. <b>Pracownikom</b> , oprócz przydzielenia zadań, należy też przydzielić zakres uprawnień i odpowiedni stopień decyzyjności.	<b>Zarządzanie</b>	<b>Zarządzanie</b> <b>Pracownik</b>
<b>CEL</b>	Cel jest to opisany stan jaki chcemy osiągnąć w danym obszarze życia – działalności. Cel w <b>przedsiębiorstwie</b> opisuje stan-efekt jaki ma być osiągnięty w określonym terminie. Dobrze opisany cel powinien mieć tzw. cechy SMART czyli powinien być: Skonkretyzowany (ang. Specific), Mierzalny (ang. Measurable), Osiągalny (ang. Achievable), Istotny (ang. Relevant) i Określony w czasie (ang. Time-bound)	<b>Zarządzanie</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b>
<b>PLANOWANIE</b>	Planowanie stanowi jedną z 4 funkcji <b>zarządzania</b> . Samo planowanie polega głównie na ustanawianiu celów i zgodnych do nich działań. Pojęcie to można rozumieć jako projekt na przyszłość i dobór odpowiednich środków dla jego organizacji. Planowanie może być również rozumiane jako działanie w przyszłość, opierające się na przewidywaniu późniejszych zdarzeń w ograniczonym czasie oraz dobór odpowiednich i najkorzystniejszych środków, <b>celów</b> , zadań i sposobów.	<b>Zarządzanie</b>	<b>Zarządzanie</b> <b>Cel</b>

## Zadania A (scenariusze A1, A2, A3)

Zadania wykonywane podczas realizacji gry

Zadania dla Sukcesora/Dziecka	Zadania dla Nestora/Rodzica	Zadania wspólne
<p><b>Pole nr 7</b></p> <p>Wejdź na stronę internetową Waszej firmy. Zastanów się co Ci się na niej podoba, a co byś zmienił/zmieniła. Czego według Ciebie brakuje? Czy można coś dodać, czy coś usunąć? Jak wyglądają zdjęcia, grafiki, opisy itp.? Wykorzystaj do tego formularz z Twojego podręcznika. Jeśli firma nie ma strony www to zaproponuj, jak powinna wyglądać. Zobacz strony konkurencji i porównaj z Waszą stroną lub oprzyj na nich propozycję nowej strony.</p> <p>Czas: 1-2 dni</p>	<p><b>Pole nr 7</b></p> <p>Wykorzystując planszę „Mapa firmy”, wytłumacz dziecku jak wygląda Wasza firma. Jakie są jej najważniejsze działy i jakie wypełniają zadania. Wykorzystaj do tego instrukcję z podręcznika.</p> <p>Zadanie można przeprowadzić firmie i połączyć to zadanie z jej poznawaniem.</p> <p>Czas: 1- 3 godzin</p>	<p><b>Pole nr 21</b></p> <p>Stwórzcie wspólnie listę produktów Waszej firmy. Ustalcie co jest ich najważniejszymi wartościami i korzyściami jakie dostaje klient. Dla każdego waszego produktu znajdźcie odpowiedniki jakie ma konkurencja. Uzgodnijcie ich cechy wspólne i to co je różni. Wykorzystajcie formularz z podręcznika Nestora/Rodzica.</p> <p>Czas: 1-3 godzin</p>
<p><b>Pole nr 14</b></p> <p>Firma Twoich rodziców ma konkurentów. Firmy, które sprzedają podobne produkty. Zrób wywiad. Poszukaj przynajmniej 5 konkurentów dla Waszej firmy. Opisz te firmy wykorzystując formularz z podręcznika. Gotową listę omów z Rodzicem.</p> <p>Przykład: konkurencją dla Poczty Polskiej jest firma Inpost – właściciel „Paczkomatów”, konkurentem firmy Volkswagen są inni producenci samochodów.</p> <p>Czas: 1-2 dni</p>	<p><b>Pole nr 14</b></p> <p>Wykorzystując planszę „Mapa otoczenia firmy” wyjaśnij dziecku w jakich realiach działa Wasza firma. Wypełnij razem z dzieckiem formularz z najważniejszymi informacjami o partnerach biznesowych, instytucjach, konkurencji, dostawcach, działających w otoczeniu Waszego biznesu.</p> <p>Czas: 1-3 godzin</p>	<p><b>Pole nr 21</b></p> <p>Zastanówcie się wspólnie jak możecie pokazać, że zależy Wam na swoich klientach. W jaki sposób Klienci mogą się dowiedzieć i przekonać, że są dla Was ważni? Co sprawi, że wybierając Wasze produkty poczują, że Wam na nich zależy?</p> <p>Wykorzystajcie formularz z podręcznika Nestora/Rodzica.</p> <p>Forma – burza mózgów</p> <p>Czas: 2-4 godzin</p>

## Zadania dla Sukcesora

### Zadanie „Analiza strony internetowej” Pole nr 7

Analizując stronę internetową Waszej firmy odpowiedz sobie na następujące pytania:

Czy strona ma atrakcyjny wygląd i dlaczego?	
Czy jest czytelna i łatwo na niej znaleźć potrzebne informacje?	
Czy Klient dowie się najważniejszych rzeczy o produktach i samej firmie?	
Czy strona posiada formularz kontaktowy i mapę dojazdu do firmy?	
Czy na stronie są zdjęcia i opisy Waszych produktów?	
Czy Klient będzie wiedział kto jest właścicielem firmy i kto za co odpowiada w firmie?	
Co byś zmienił w wyglądzie strony?	
Co Ci się najbardziej podoba, a co Ci się nie podoba na stronie Waszej firmy?	

### Zadanie „Analiza konkurencji” pole nr 14

Nazwa konkurenta	Adres strony www	Siedziba firmy	Główne produkty	Wielkość firmy
Konkurent 1				
Konkurent 2				
Konkurent 3				
Konkurent 4				
Konkurent 5				

## Zadanie wspólne dla Nestora i Sukcesora - formularze wsparcia

Zadanie „Opis produktów firmy” pole 21

<b>Produkt – towar/ usługa</b>	<b>Opis produktu</b>	<b>Korzyści dla klienta</b>	<b>Produkty konkurencyjne</b>	<b>Różnice produktów naszych i konkurencji</b>

### Zadanie „Pokaż Klientowi, że Ci na nim zależy” pole 21

W zadaniu chodzi o to, aby stworzyć jak najwięcej pomysłów, które pomogą pokazać, że zależy Wam na swoich klientach. Wymyślcie w jaki sposób Klienci mogą się dowiedzieć i przekonać, że są dla Was ważni. Co sprawi, że wybierając Wasze produkty poczują, że Wam na nich zależy?

Zastosujecie tutaj proces twórczego myślenia tzw. „Burzę mózgów”.

Zasady „burzy mózgów”:

1. Wyznaczamy limit czasowy wymyślania pomysłów np. 20 minut
2. Wszystkie pomysły zapisujemy (bez względu na ich jakość)
3. Skupiamy się na ilości (czyli pomysły, pomysły i jeszcze raz pomysły)
4. Powstrzymujemy krytykę (na ocenę przyjdzie czas później)
5. Witamy niezwykłe pomysły (czytaj szalone, niepoważne, dziwne)
6. Można łączyć i ulepszać pomysły (z powstałych tworzymy kolejne, nowe pomysły)
7. Po zamknięciu listy analizujemy pomysły w 4 wymiarach wykorzystując poniższą matrycę

	<b>Tanio</b>		
	Tanie – Długie wdrożenie	Tanie – Szybkie wdrożenie	
<b>Wolno</b>	Drogie – Długie wdrożenie	Drogie – Szybkie wdrożenie	<b>Szybko</b>
	<b>Drogo</b>		

**Po tym etapie powinnaś / powinieneś rozumieć logikę prowadzonego przez Twoją rodzinę biznesu. Co jest głównym produktem (towarem/usługą) firmy, jak wyglądają podstawowe procesy w Firmie.**

**Zamknięciem każdego etapu jest wypełnienie karty posumowania realizacji scenariusza ewaluacji, której wzór znajduje się w rozdziale poświęconym scenariuszom.**



## Poznanie firmy i biznesu – Scenariusz B

### Co poznajemy realizując scenariusz B

- Ten etap jest kontynuacją poznawania zarówno własnej firmy jak i sposobu jej prowadzenia.
- W czasie pracy z tym scenariuszem powinniśmy:
  - o Utrwalić swoją wiedzę o firmie i rynku na jakim ona działa
  - o Dobrze poczuć się w firmie rodziców i być rozpoznawalnym przez jej pracowników
  - o Zrealizować kolejne zadania wynikające ze scenariusza

### Zakres wiedzy zdobywanej w scenariuszu B

Celem tej części jest rozszerzenie wiedzy biznesowej. Realizacja tego scenariusza pozwoli na utwalenie materiału zdobytego w poprzednim etapie oraz wprowadzenie nowych terminów i pojęć, które pozwolą na zrozumienie bardziej złożonych spraw związanych z zarządzaniem firmą.


Podobnie jak w poprzednim scenariuszu służyć temu będzie wspólna praca z Nestorem – nadal z wykorzystaniem plansz edukacyjnych – gra, mapa firmy, mapa otoczenia.

Zakres pojęć wprowadzanych podczas realizacji scenariusza B jest opisany poniżej, pojęcia są także opisane w kartach wiedzy.

**UWAGA !!! Podstawowe pojęcia opisane na kartach wiedzy są umieszczone na kolorowym tle, dodatkowe pojęcia na tle szarym.**

W czasie pracy ze scenariuszem B realizowane są także zadania opisane poniżej, które są częścią gry, dodatkowo zostały one opisane na kartach zadań.

## Pojęcia biznesowe B (scenariusze B1, B2, B3)

Pojęcie	Opis	Kategoria	Hasła z innych kart
 <b>FINANSE</b>			
<b>PODATEK</b>	<p>Obowiązkowe świadczenie pieniężne pobierane przez związek publicznoprawny (państwo, jednostka samorządu terytorialnego) bez konkretnego, bezpośredniego świadczenia wzajemnego. Zebrane podatki są wykorzystywane na potrzeby realizacji zadań publicznych.</p> <p>Współcześnie pieniądze z podatków trafiają do skarbu państwa, województwa, powiatu albo gminy, które dzięki temu mogą inwestować w rozwój infrastruktury, wojska, policji, oświaty, służby zdrowia itp.</p>	<b>Finanse</b>	
<b>UBEZPIECZENIE</b>	<p>Umowny obowiązek dokonania świadczenia przez ubezpieczyciela na rzecz ubezpieczonego na wypadek powstania zdarzeń określonych w umowie ubezpieczeniowej, występujących w życiu, zdrowiu lub mieniu ubezpieczonego; wykonanie obowiązku ubezpieczyciel realizuje poprzez wypłatę odszkodowań lub świadczeń z funduszu tworzonego ze składek wnoszonych przez ubezpieczonych.</p>	<b>Finanse</b>	
<b>UBEZPIECZENIE SPOŁECZNE</b>	<p>Ubezpieczenia społeczne to system świadczeń pieniężnych i rzeczowych przysługujących pracownikom i ich rodzinom w razie choroby, niezdolności do pracy, starości, śmierci, macierzyństwa.</p>	<b>Finanse</b>	

<b>PŁYNNOŚĆ FINANSOWA</b>	Płynność finansowa - jest to zdolność firmy do spłacania bieżących zobowiązań (płatnych do 1 roku) oraz do dokonywania zakupów wszelkiego rodzaju <b>towarów</b> i <b>usług</b> . Od płynności zależy czy, w terminie wypłacane jest wynagrodzenie <b>pracownikom</b> , zobowiązania dostawcom za dobra i usługi oraz czy firma jest w stanie dokonać zakupów dóbr i usług, kiedy są one potrzebne do zaspokojenia własnych potrzeb.	<b>Finanse</b>	<b>Towar</b> <b>Usługa</b> <b>Pracownik</b>
<b>STOPA PROCENTOWA</b>	Wyrażony procentowo koszt kredytu lub zwrot z zainwestowanych środków. Pojęcie stóp procentowych może dotyczyć m.in. stóp banku centralnego, stóp rynku międzybankowego lub oprocentowania kredytów i depozytów bankowych. Stopy procentowe mogą mieć różną wysokość zależnie od długości kontraktu (zapadalności), ryzyka związanego z kontrahentem i innych czynników.	<b>Finanse</b>	
<b>BIZNESPLAN</b>	Biznesplan (plan biznesowy, ang. business plan) – dokument przedsiębiorstwa zawierający ocenę opłacalności przedsięwzięcia gospodarczego. Sporządzany m.in. w celu pozyskania źródeł finansowania inwestycji. Zawiera opis celów, jakie przedsiębiorstwo zamierza realizować w przyszłości z uwzględnieniem istniejących uwarunkowań rynkowych, finansowych, marketingowych, technologicznych, organizacyjnych i kadrowych. Jego elementami są m.in. analiza finansowa, analiza rynku, analiza SWOT.	<b>Finanse</b>	
<b>MARŻA</b>	Jest to swoisty <b>zysk</b> uzyskiwany z <b>transakcji</b> . Różnica pomiędzy <b>kosztami</b> zakupu/wytworzenia danego <b>produktu</b> i jego <b>ceny</b> sprzedaży. Marżę możemy opisać wartościowo lub procentowo.	<b>Finanse</b>	<b>Zysk</b> <b>Transakcja</b> <b>Koszt</b> <b>Produkt</b> <b>Cena</b>

<b>PODATKI BEZPOŚREDNIE i POŚREDNIE</b>	<b>Podatki</b> bezpośrednie – nałożone na <b>dochód</b> lub majątek podatnika, np. podatek dochodowy, gruntowy, spadkowy;  Podatki pośrednie – nakładane na przedmiot spożycia, np. VAT, akcyza – ostatecznie płaci konsument.	<b>Finanse</b>	<b>Dochód</b> <b>Podatek</b>
<b>PODATEK AKCYZOWY (AKCYZA)</b>	Jest rodzajem podatku pośredniego (obok <b>podatku VAT</b> ) nakładany na wytwórcę lub sprzedawcę (towaru lub usługi akcyzowej) przeliczony jest na konsumenta w postaci podwyższonej <b>ceny</b> sprzedawanych <b>towarów i usług</b> .	<b>Finanse</b>	<b>Podatek VAT</b> <b>Towar</b> <b>Usługa</b> <b>Cena</b>
<b>PODATEK VAT</b>	Inaczej zwany podatkiem od wartości dodanej, jest specyficznym typem pośredniego, powszechnego podatku obrotowego, który obciąża ostatecznego nabywcę towaru i zawarty jest w jego cenie zakupu. Podatek ten nakłada się na każdą transakcję sprzedaży w procesie produkcji i dystrybucji.	<b>Finanse</b>	

 **MARKETING**

<b>MARKETING</b>	Wszelkie działania <b>przedsiębiorstwa</b> , które służą jak najlepszemu dopasowaniu oferowanych <b>produktów</b> do oczekiwań i potrzeb <b>klientów</b> .	<b>Marketing</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Klient</b> <b>Produkt</b>
<b>RYNEK</b>	Aby istniał rynek potrzebni są nabywający (klienci) i sprzedający, oraz zasady i warunki dokonywania między nimi <b>transakcji</b> kupna-sprzedaży. Tą przestrzeń możemy określić rynkiem. Jeśli są <b>przedsiębiorstwa</b> produkujące i sprzedające rowery i są <b>klienci</b> , którzy je kupują to możemy mówić o „rynku rowerów”.	<b>Marketing</b>	<b>Klient</b> <b>Transakcja</b> <b>Przedsiębiorstwo</b>
<b>REKLAMA</b>	Wszelkie działania, których celem jest skłonienie ludzi najczęściej do zakupu określonych <b>towarów, usług</b> lub skłanianie ich do określonych zachowań.	<b>Marketing</b>	<b>Towar</b> <b>Usługa</b>

<b>PROMOCJA</b>	Wszelkie działania <b>przedsiębiorstwa</b> mające zwiększyć <b>popyt</b> na oferowane <b>towary</b> lub <b>usługi</b> , a przez to powodujące wzrost ich sprzedaży i w konsekwencji wzrost <b>przychodów</b> .	<b>Marketing</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Towar</b> <b>Popyt</b> <b>Usługa</b> <b>Przychód</b>
<b>ANALIZA SWOT</b>	Analiza SWOT jest jedną z podstawowych metod analizy strategicznej <b>przedsiębiorstwa</b> . Nazwa metody jest akronimem angielskich słów strengths (mocne strony), weaknesses (słabe strony), opportunities (szanse potencjalne lub zaistniałe w otoczeniu), threats (zagrożenia prawdopodobne lub istniejące w otoczeniu). Można ją stosować dla całego przedsiębiorstwa, lub w poszczególnych sferach jego funkcjonowania, np. <b>marketingu</b> , finansach, produkcji, itp. Może być także wykorzystywana w działalności doradczej (konsultingu).	<b>Marketing</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Marketing</b>
<b>POPYT</b>	Popyt - ogólnie rzecz biorąc popyt to ilość dóbr, jaką nabywcy są w stanie zakupić przy różnych poziomach <b>ceny</b> . Zamiar i oferta kupna poparte odpowiednią sumą <b>pieniędzy</b> , jaką dysponuje potencjalny nabywca. W większości przypadków rozmiary popytu i cena to wielkości odwrotnie proporcjonalne. Gdy cena rośnie, ilość sprzedawanego dobra spada i na odwrót - jeżeli cena maleje to ilość dobra, które jest sprzedawane rośnie. Prawidłowość ta jest nazwana <b>prawem popytu</b> .	<b>Marketing</b>	<b>Cena</b> <b>Pieniądz</b> <b>Prawo popytu</b>
<b>PODAŻ</b>	Podaż najprościej zdefiniować jako ilość lub objętość sprzedawanych dóbr, które znajdują się w danej chwili na <b>rynku</b> . Mają one określoną cenę w konkretnym czasie i miejscu. Na podaż mają wpływ takie czynniki jak: koszty produkcji, technologie, polityka państwa, konkurencja, czynniki losowe itp.	<b>Marketing</b>	<b>Rynek</b>
<b>EXPORT</b>	Sprzedaż oferowanych <b>towarów</b> , <b>usług</b> i innych dóbr materialnych za granicę danego kraju. Np. jeśli polskie <b>przedsiębiorstwo</b> sprzedaje sery do Niemiec to mówimy, że eksportuje sery do Niemiec.	<b>Marketing</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Towar</b> <b>Usługa</b>

<b>IMPORT</b>	Zakup <b>towarów, usług</b> i innych dóbr materialnych za granicę danego kraju. Np. jeśli <b>przedsiębiorstwo</b> z Polski kupuje w Szwajcarii czekolady, żeby je sprzedawać w Polsce, to mówimy, że importuje czekolady ze Szwajcarii.	<b>Marketing</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Towar</b> <b>Usługa</b>
<b>LOGO</b>	To graficzne przedstawienie nazwy <b>firmy</b> lub <b>produktu</b> .	<b>Marketing</b>	<b>Firma</b> <b>Produkt</b>

 **ZARZĄDZANIE**

<b>ZASOBY PRZEDSIĘBIORSTWA</b>	Zasoby <b>przedsiębiorstwa</b> , to wszystkie materialne i niematerialne elementy, które są niezbędne przedsiębiorstwa do osiągnięcia założonych <b>celów</b> biznesowych. Możemy wyróżnić cztery takie grupy zasobów: zasoby ludzkie (pracownicy i ich umiejętności), zasoby finansowe, zasoby rzeczowe (budynki, sprzęt, materiały, itp.), zasoby informacyjne (dane, informacje niezbędne do prowadzenia biznesu).	<b>Zarządzanie</b>	<b>Cel</b> <b>Przedsiębiorstwo</b>
<b>MONOPOL</b>	Monopol to struktura-sytuacja rynkowa polegająca na tym, że jedna firma dostarcza całą produkcję dóbr i <b>usług</b> w danym kraju lub na danym obszarze (poczta, gazociągi miejskie). Może przybierać formę związków producentów. Związki te dają przewagę ekonomiczną nad konkurentami, poprzez osiągnięcie wyższych <b>zysków</b> , dzięki korzystnemu ustalaniu <b>cen</b> sprzedaży. Przestanką istnienia monopolu może być posiadanie patentu, praw autorskich lub prawo wyłączności na sprzedaż danego produktu na danym <b>ryнку</b> .	<b>Zarządzanie</b>	<b>Usługa</b> <b>Zysk</b> <b>Cena</b> <b>Rynek</b>
<b>MOTYWOWANIE</b>	Jest to sposób oddziaływania na innych ludzi ( <b>pracowników</b> ), poprzez różnego rodzaju narzędzia (pieniądze, nagrody, szkolenia itp.). <b>Celem</b> motywowania jest osiągnięcie założonych celów przy jednoczesnym oferowaniu różnych korzyści wymiernych i niewymiernych zaangażowanym w osiągnięcie tych celów pracownikom.	<b>Zarządzanie</b>	<b>Cel</b> <b>Pracownik</b>

<b>KONTROLOWANIE</b>	Kontrolowanie polega na sprawdzeniu czy osiągnięto <b>cele</b> postawione przez kierownictwo w procesie <b>planowania</b> . Dzięki kontrolowaniu możliwe jest identyfikowanie błędów, wskazywanie możliwości lepszego wykonania zadań w przyszłości, doskonalenie.	<b>Zarządzanie</b>	<b>Cel</b> <b>Planowanie</b>
<b>PRZEWODZENIE/ PRZYWÓDZTWO</b>	Przywódstwo można rozumieć jako umiejętność wpływania na jednostki lub grupę w <b>celu</b> uzyskania określonych efektów. W zarządzaniu należy rozumieć jako zdolność do wpływania na zachowania pracowników w celu realizacji określonych celów. Przywództwo opiera się przede wszystkim na autorytecie danej osoby, a także władzy, którą inni dobrowolnie akceptują. Przywództwo to również <b>motywowanie</b> i inspirowanie, wyzwalamie energii w ludziach. Przywództwo jest niezbędne do tworzenia zmian, a <b>zarządzanie</b> do systematycznego uzyskiwania wyników. Dobry <b>menadżer</b> to przywódca.	<b>Zarządzanie</b>	<b>Cel</b> <b>Zarządzanie,</b> <b>Motywowanie</b> <b>Menadżer</b>
<b>ZARZĄD</b>	Zespół ludzi odpowiedzialny za kierowanie przedsiębiorstwem. Prawnie - organ wykonawczy <b>spółki</b> akcyjnej, spółki z o.o., spółdzielni, fundacji i innych <b>osób prawnych</b> , reprezentujący te instytucje na zewnątrz. Podejmuje większość najważniejszych decyzji.	<b>Zarządzanie</b>	<b>Spółka</b> <b>Osoba prawna</b>
<b>PRZEWAGA KONKURENCYJNA</b>	Przewaga konkurencyjna jest to osiągnięcie przez <b>przedsiębiorstwo</b> lepszej pozycji wobec większej liczby konkurentów. Pozwala na zaoferowanie klientom <b>usług</b> lub <b>produktów</b> odpowiadających ich oczekiwaniom, a lepszych niż oferty konkurencji. Wyraża się to w wyższej jakości produktu, niższej <b>cenie</b> i lepszej obsłudze lub bardziej kompleksowym zaspokojeniu potrzeb klienta.	<b>Zarządzanie</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Produkt</b> <b>Usługa</b> <b>Cena</b>

<b>PROJEKT BIZNESOWY</b>	Projekt - jest tymczasowym przedsięwzięciem, który ma na celu stworzenie unikalnej <b>usługi</b> lub <b>produktu</b> . Tymczasowości określa, że to przedsięwzięcie ma bardzo ściśle określony początek i koniec, zaś unikalność oznacza, że usługa lub produkt w zauważalny sposób jest całkowicie inna niż wszystkie podobne usługi bądź produkty. Pojęcie projektu wymaga sprecyzowania głównych cech. Należą do nich: <b>cel</b> , niepowtarzalność, złożoność, określoność, zmienność, zaangażowanie zasobów ludzkich, ograniczoność czasowa.	<b>Zarządzanie</b>	<b>Produkt</b> <b>Usługa</b> <b>Cel</b>
<b>SKŁADNIKI/ZASOBY MATERIALNE</b>	Do składników materialnych można zaliczyć wchodzące w skład <b>przedsiębiorstwa</b> nieruchomości oraz ruchomości - urządzenia, <b>materiały</b> , czy też wytworzone przez przedsiębiorstwo <b>towary i wyroby</b> .	<b>Zarządzanie</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Materiał</b> <b>Towar</b> <b>Wyrób gotowy</b>
<b>SKŁADNIKI/ZASOBY NIEMATERIALNE</b>	Składnikami niematerialnymi są w szczególności: <ul style="list-style-type: none"> <li>• nazwa <b>przedsiębiorstwa</b>;</li> <li>• wierzytelności, prawa z papierów wartościowych i środki pieniężne;</li> <li>• koncesje, licencje i zezwolenia;</li> <li>• patenty i inne prawa własności przemysłowej;</li> <li>• majątkowe prawa autorskie i majątkowe prawa pokrewne;</li> <li>• tajemnice przedsiębiorstwa (know-how);</li> </ul> księgi i dokumenty związane z prowadzeniem przedsiębiorstwa.	<b>Zarządzanie</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b>



## Zadania B (scenariusze B1, B2, B3)

Zadania wykonywane podczas realizacji gry

Zadania dla Sukcesora/Dziecka	Zadania dla Nestora/Rodzica	Zadania wspólne
<p><b>Pole 28</b></p> <p>Wiesz jakie produkty/usługi sprzedaje Wasza firma. Zastanów się jakie nowe produkty (towary/usługi) byś zaproponował/a, aby rozszerzyć Waszą ofertę. Przygotuj listę co najmniej 3 takich usług produktów i opisz je wykorzystując „kartę produktów” zamieszczoną w Twoim podręczniku. Po wykonaniu zadania przedyskutujcie razem z rodzicem/ami Twoje propozycje.</p> <p>Czas: 1-2 dni</p>	<p><b>Pole 28</b></p> <p>Wytłumacz dziecku w jaki sposób przygotowujecie swoje produkty/ usługi, tak aby najlepiej spełniały oczekiwania klientów. Pokaż cały proces od momentu wymyślenia produktu/usługi/rozszerzenia asortymentu do momentu sprzedaży. Wykorzystaj „kartę procesu” umieszczoną w Twoim podręczniku. Przedyskutujcie razem cały proces. Zwróć uwagę na spostrzeżenia i propozycje dziecka.</p> <p>Czas: 2-4 dni</p>	<p><b>Pole 42</b></p> <p>Obejrzyjcie wspólnie jeden z filmów o tematyce biznesowej z listy umieszczonej w podręcznikach dla poziomów 1-2. Po obejrzeniu przedyskutujcie to co zobaczyliście. Zastanówcie się jakie części i wątki filmu można odnieść do Waszego biznesu. Co można wykorzystać i dlaczego. Wykorzystajcie listę pytań do filmu z podręcznika.</p> <p>Czas: 3-5 godzin</p>
<p><b>Pole 35</b></p> <p>Odwiedź firmę ze swoim telefonem komórkowym. Zrób zdjęcia, kręć filmy. Wykorzystaj nagrany materiał do przygotowania filmu/ prezentacji pokazującej Waszą firmę klientom. Zrób prezentację filmu dla pracowników firmy, dla znajomych. Posłuchaj, jak oni odbierają Waszą firmę i Twój film. Po uzgodnieniu z Rodzicem umieść firm w mediach społecznościowych.</p> <p>Czas: 1-2 tygodni</p>	<p><b>Pole 35</b></p> <p>Pokaż dziecku schemat organizacyjny Waszej firmy. Jeśli go nie masz to narysuj wykorzystując instrukcję z podręcznika. Omów zadania poszczególnych komórek – działów. Wyjaśnij zależności pomiędzy nimi. Zaznacz kto odpowiada za poszczególne obszary.</p> <p>Czas: 2-4 godzin</p>	<p><b>Pole 42</b></p> <p>Opracujcie wspólnie Analizę SWOT dla Waszej firmy. Przedyskutujcie co ma się znaleźć w poszczególnych polach i dlaczego. Po wypełnieniu wszystkich pól przeprowadźcie analizę wyników i zastanówcie się jakie wnioski i jakie działania możecie wdrożyć teraz a jakie w przyszłości.</p> <p>Wykorzystacie matrycę analizy SWOT i instrukcję z podręcznika dla Nestora/Rodzica.</p> <p>Czas: 3-6 godzin</p>

## Zadania dla Sukcesora - formularze wsparcia

### Zadanie „Wymyśl 3 nowe produkty” Pole nr 28

Wiesz już jakie produkty są w ofercie Waszej firmy. Wymyśl 3 nowe produkty, które mogłyby zainteresować Waszych klientów. Chodzi o pomysł, a nie o szczegółowy opis. Wykorzystaj poniższy formularz. Pamiętaj, że produktem może być zarówno towar jak i usługa.

Nazwa nowego produktu	Opis nowego produktu	Rynek – grupa docelowa	Korzyści dla Klienta	Korzyści dla firmy
Produkt 1				
Produkt 2				
Produkt 3				

### Zadanie „Nakręć film o firmie” Pole nr 35

Jak mówi stare powiedzenie „reklama jest dźwignią handlu”, w obecnych czasach dobrze zaprezentowana firma w mediach społecznościowych to podstawa. Wykorzystaj swoją kreatywność i nakręć film, zrób zdjęcia i przygotuj prezentację Waszej firmy, jej produktów, jej pracowników. Tak naprawdę to liczy się Twoja pomysłowość. Nie ograniczaj się niczym. Pokaż efekt swojej pracy Nestorowi/Rodzicowi i pracownikom. Pokaż go światu poprzez media społecznościowe, oczywiście w uzgodnieniu z Nestorem.

### Zadania wspólne dla Nestora i Sukcesora formularze wsparcia

#### Zadanie „Oglądanie filmu o tematyce biznesowej” pole 42

Wspólne oglądanie filmu może być fajną przygodą. Możecie skorzystać z listy filmów rekomendowanych przez nas (lista na końcu podręcznika) lub znaleźć jakiś inny film. Ważne, żeby opowiadał historię związaną z prowadzeniem firmy, karierą biznesową lub konkretnym produktem. Takich historii w kinie jest mnóstwo.

Po obejrzeniu podyskutujcie razem na temat tego co zobaczyliście, pomocne w tym mogą być poniższe pytania.

1. Jaka jest historia głównego bohatera/ów?
2. W jakich czasach rozgrywa się akcja filmu?
3. O jakiej firmie, produkcie jest ten film?
4. Które problemy są podobne do tego co możecie spotkać wokół swojej Firmy?
5. Jakie wyzwania biznesowe były pokazane w firmie?
6. Co było źródłem sukcesów lub porażek bohatera/ów filmu?
7. Jakie pomysły, inspiracje mogą być wykorzystane w Waszej Firmie?
8. Dlaczego warto oglądać takie filmy?
9. Co podobało Ci się u głównego bohatera, a co nie?
10. Jakie cechy pomagają, a jakie przeszkadzają w osiągnięciu sukcesu?

## Zadanie „Opracowanie analizy SWOT” pole 42

Analiza SWOT jest jedną klasycznych i podstawowych metod tzw. analizy strategicznej przedsiębiorstwa. Nazwa jest akronimem od angielskich określeń poszczególnych obszarów tej analizy tj.

**STRENGTHS** – mocne strony

**WEAKNESSES** – słabe strony

**OPPORTUNITIES** – szanse

**THREATS** – zagrożenia

Analiza SWOT może być stosowana zarówno do całego przedsiębiorstwa, jak i do poszczególnych obszarów jego działania np. produkcji, marketingu, finansów.

### Zawartość poszczególnych pól matrycy:

**Mocne strony** – to wewnętrzne pozytywne czynniki, które są atutami firmy, wyróżniają ją wśród konkurencji, pozwalają osiągać sukces. Mocnych stron możemy szukać w takich obszarach jak: wiedza i ludzie, produkcja, logistyka, technologia, badania, sprzedaż i obsługa klienta, zasoby finansowe, zarządzanie, procesy biznesowe, marketing.

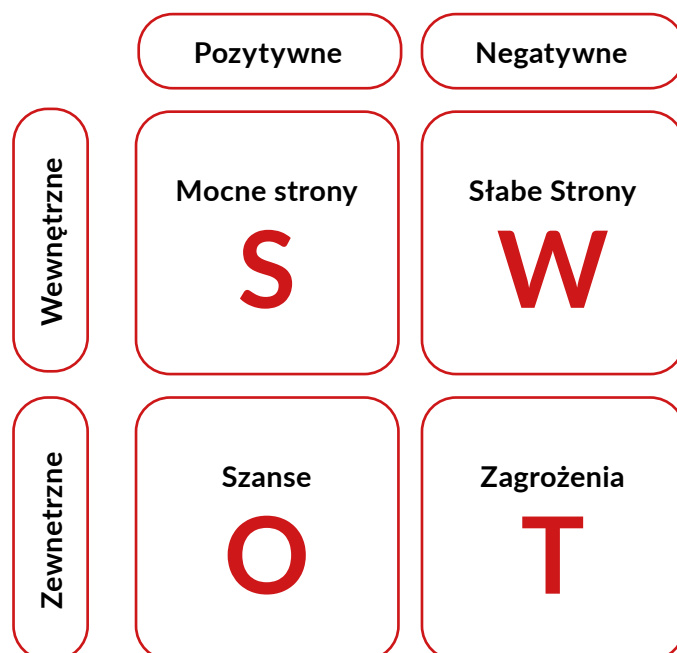
**Słabe strony** – wszystkie czynniki negatywne wewnątrz firmy. Mogą być w takich obszarach jak: kwalifikacje pracowników, przestarzała technologia, brak zasobów finansowych, brak procesów i procedur, nieskuteczna organizacja sprzedaży i obsługi klienta itd. Wszystko to co sprawia, że firma nie działa sprawnie i nie potrafi właściwie reagować na zmiany w otoczeniu, oraz zachowania konkurencji.

**Szanse** – wszystkie czynniki zewnętrzne – pozytywne. Wszelkie zjawiska, procesy, zachowania konsumentów, trendy w technologii itd., które mogą pomóc firmie w budowaniu przewagi konkurencyjnej.

**Zagrożenia** – wszystkie czynniki zewnętrzne – negatywne, które mogą osłabić firmę i spowodować problemy w różnych obszarach. Mogą być także barierą w rozwoju. Np. trudność w realizacji procesu sukcesji.

Obszary będące najczęściej źródłem szans i zagrożeń to zjawiska:

- Polityczne
- Gospodarcze
- Technologiczne
- Prawne
- Ochrona środowiska
- Etyczne
- Społeczno-kulturowe



## Poznanie firmy i biznesu – Scenariusz C

### Co poznajemy realizując scenariusz C

Celem tej części jest pogłębienie wiedzy biznesowej. Realizacja tego scenariusza pozwoli na utrwalenie materiału zdobytego w dwóch poprzednich etapach oraz wprowadzenie nowych terminów i pojęć.

Realizując ten scenariusz powinieneś stać się pełnoprawnym partnerem w rozmowach o firmie oraz być włączanym w procesy decyzyjne dotyczące prostych i codziennych spraw zarządzania firmą.

Także na tym etapie powinny się pojawić Twoje praktyki w firmie (np. w wakacje) połączone z określonymi zadaniami, odpowiedzialnością oraz wynagrodzeniem za pracę.

Pod koniec realizacji scenariusza C Sukcesor – czyli Ty powinieneś być postrzegany w firmie jako przyszły jej pracownik, a z czasem osoba, która kiedyś będzie także odpowiadała za firmę.

### Zakres wiedzy zdobywanej w scenariuszu C

Zadania realizowane w tym scenariuszu mają walory praktyczne i służą firmie i jej rozwojowi.


Podobnie jak w poprzednich scenariuszach służyć temu będzie wspólna praca z Nestorem – nadal z wykorzystaniem plansz edukacyjnych – gra, mapa firmy, mapa otoczenia.

Zakres pojęć wprowadzanych podczas realizacji scenariusza C jest wypisany poniżej, pojęcia są także opisane w kartach wiedzy.

**UWAGA !!! Podstawowe pojęcia opisane na kartach wiedzy są umieszczone na kolorowym tle, dodatkowe pojęcia na tle szarym.**

W czasie pracy ze scenariuszem C realizowane są także zadania opisane poniżej, które są częścią gry, dodatkowo zostały one opisane w kartach zadań.

## Pojęcia biznesowe C (scenariusze C1, C2, C3)

Pojęcie	Opis	Kategoria	Hasła z innych kart
 <b>FINANSE</b>			
<b>SPRAWOZDANIE FINANSOWE</b>	Jest dokumentem, obrazującym sytuację finansową <b>przedsiębiorstwa</b> wyrażoną w <b>pieniądku</b> . Zestawia ono dane liczbowe, które dostarczają informacji na temat majątkowej, finansowej i dochodowej sytuacji jednostki dotyczące pewnego okresu (np. roku). W Polsce sprawozdanie finansowe sporządza się w języku i walucie polskiej, według ściśle określonych terminów (na dzień zamknięcia ksiąg rachunkowych lub inny dzień bilansowy) oraz zasad i wzorów zgodnych m.in. z ustawą o rachunkowości.	<b>Finanse</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Pieniądz</b>
<b>CASH FLOW</b>	Rachunek przepływów pieniężnych (ang. cash flow) jest jednym z elementów <b>sprawozdania finansowego</b> . Prezentuje on pomiar wyniku finansowego działalności przedsiębiorstwa w danym okresie. Rachunek przepływów pieniężnych stanowi różnicę wszystkich gotówkowych wpływów i gotówkowych wydatków. Innymi słowy, jest on wyjaśnieniem źródeł zwiększenia lub zmniejszenia stanu tych środków w <b>bilansie</b> .	<b>Finanse</b>	<b>Sprawozdanie finansowe</b> <b>Bilans</b>
<b>BILANS PRZEDSIĘBIORSTWA</b>	Bilans <b>przedsiębiorstwa</b> przedstawia wyrażony w pieniądku stan i strukturę posiadanych przez przedsiębiorstwo <b>aktywów</b> (majątku) oraz wskazuje na źródła ich finansowania - <b>pasywa</b> . Bilans w odróżnieniu od <b>rachunku zysków i strat</b> ma charakter statyczny - odzwierciedla stan majątku na dany moment i jest sporządzany na podstawie aktualnych w dniu jego sporządzenia danych z systemu księgowego firmy.	<b>Finanse</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Aktywa</b> <b>Pasywa</b> <b>Rachunek zysków i strat</b>

<b>INFLACJA</b>	Proces trwałego wzrostu cen w gospodarce związany ze spadkiem siły nabywczej pieniądza krajowego. Inflacja jest procesem przeciwnym do <b>deflacji</b> .	<b>Finanse</b>	<b>Deflacja</b>
<b>DEFLACJA</b>	Proces trwałego spadku cen w gospodarce związany ze wzrostem siły nabywczej pieniądza krajowego. Deflacja jest procesem przeciwnym do <b>inflacji</b> .	<b>Finanse</b>	<b>Inflacja</b>
<b>AKTYWA</b>	Kontrolowane przez <b>przedsiębiorstwo</b> zasoby majątkowe o wiarygodnie określonej wartości, uzyskane w wyniku przeszłych zdarzeń, które spowodują w przyszłości wpływ do jednostki korzyści ekonomicznych. Jeśli zasób majątkowy nie spełnia któregoś z powyższych kryteriów, nie może być ujęty w <b>bilansie</b> . Np. jeśli firma posiada w magazynie <b>towar</b> , który może być sprzedażny w przyszłości to zostanie wykazany w bilansie. Jeśli towar jest przeterminowany/bezwartościowy to nie zostanie wykazany jako majątek.	<b>Finanse</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Bilans</b> <b>Towar</b>
<b>PASYWA</b>	<b>Pasywa</b> są to źródła finansowania majątku przedsiębiorstwa. Pojęcie pasywów jest ściśle związane z <b>bilansem przedsiębiorstwa</b> .  Pasywa w przedsiębiorstwie dzielą się na dwie grupy: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kapitał własny – są to wartości wniesione do spółki przez jej właścicieli (głównie kapitał zakładowy) oraz środki uzyskane w trakcie działalności i będące własnością spółki (głównie zysk)</li> <li>• Kapitały obce – są to wszelkiego rodzaju źródła finansowania przy wykorzystaniu kapitału obcego. Będą to w dużej mierze kredyty i pożyczki oraz zobowiązania handlowe</li> </ul>	<b>Finanse</b>	<b>Pasywa</b> <b>Bilans</b> <b>przedsiębiorstwa</b>

<b>RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT</b>	Rachunek zysków i strat (rachunek wyników) stanowi obok <b>bilansu</b> kluczowy element <b>sprawozdania finansowego</b> . Jest syntetycznym zestawieniem operacji finansowych przeprowadzonych w przedsiębiorstwie w ciągu danego okresu, zazwyczaj jednego roku. Różnica między <b>przychodami</b> i <b>kosztami</b> pokazuje obraz <b>wyniku finansowego</b> przedsiębiorstwa (zysk lub stratę) brutto. Wynik brutto skorygowany o obowiązkowe obciążenia wyniku brutto (głównie podatek dochodowy) ukazuje wynik finansowy netto za dany okres.	<b>Finanse</b>	<b>Bilans</b> <b>Sprawozdanie finansowe</b> <b>Przychód</b> <b>Koszt</b> <b>Wynik finansowy</b>
<b>WYNIK FINANSOWY</b>	Wynik finansowy to różnica pomiędzy <b>przychodami</b> a <b>kosztami</b> ich uzyskania, informuje nas o finansowym rezultacie działalności gospodarczej danego <b>przedsiębiorstwa</b> . Jest pozycją w <b>bilansie</b> przedsiębiorstwa.	<b>Finanse</b>	<b>Przychód</b> <b>Koszt</b> <b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Bilans</b>
<b>KAPITAŁ</b>	Kapitał - pojęcie z dziedziny ekonomii i finansów oznaczające zasoby trwałe (majątek, środki, <b>aktywa</b> ) służące rozpoczęciu lub kontynuacji działalności gospodarczej. Jest jednym z podstawowych, klasycznych czynników produkcji, obok: pracy i ziemi, które są potrzebne do rozpoczęcia lub kontynuowania produkcji. Występujące w postaci zasobów pieniężnych, środków produkcji oraz zasobów intelektualnych.	<b>Finanse</b>	<b>Aktywa</b>



 **MARKETING**

<b>ZNAK TOWAROWY</b>	To znak graficzny (wyraz, rysunek, kompozycja kolorystyczna, forma przestrzenna), melodia lub sygnał dźwiękowy, który w jednoznaczny sposób pozwala odróżnić <b>produkt</b> jednego <b>przedsiębiorstwa</b> od produktu tego samego rodzaju innych przedsiębiorstw.	<b>Marketing</b>	<b>Produkt Przedsiębiorstwo</b>
<b>MARKA</b>	Marka to nazwa, symbol, termin, wzór, znak graficzny lub ich kombinacja stworzona po to, aby oznaczyć i odróżnić produkty <b>przedsiębiorstwa</b> od <b>produktów</b> konkurencyjnych.  Marka może składać się z części werbalnej -słownej (nazwy) i niewerbalnej (symbolu, logo).	<b>Marketing</b>	<b>Produkt Przedsiębiorstwo</b>
<b>PRAWO POPYTU</b>	W większości przypadków rozmiary <b>popytu</b> i <b>cena</b> to wielkości odwrotnie proporcjonalne. Gdy cena rośnie, ilość sprzedawanego dobra spada i na odwrót- jeżeli cena maleje to ilość dobra, które jest sprzedawane rośnie. Prawidłowość ta jest nazwana prawem popytu.	<b>Marketing</b>	<b>Popyt Cena</b>
<b>SEGMENTACJA RYNKU</b>	Segmentacja <b>rynku</b> to proces podziału rynku według określonych kryteriów na możliwie jednolite grupy nabywców tzw. segmenty rynkowe, które wymagają zastosowania odmiennych strategii <b>marketingowych</b> . Chodzi o to aby poszukać takiej grupy klientów, której oczekiwania i preferencje najlepiej odpowiadają naszym towarom i usługom. Tak aby realizować założone cele sprzedażowe i finansowe.	<b>Marketing</b>	<b>Rynek Marketing</b>

<b>E-MARKETING</b>	<b>Marketing</b> internetowy (e-marketing) oznacza prowadzenie działalności marketingowej poprzez globalną sieć. Internet nie zastępuje tradycyjnych sposobów działania ani też nie ustanawia nowych zasad marketingowych. Jest on natomiast nowym narzędziem marketingowym. Główną wartością e-marketingu jest sposób i czas komunikacji, łatwość zdobywania informacji o kliencie i jego szeroki zakres, poszerzenie <b>ryнку</b> odbiorców o klientów wcześniej niedostępnych, uelastycznienie współpracy z zewnętrznymi partnerami, a w efekcie szanse na obniżenie <b>kosztów</b> prowadzonej działalności.	<b>Marketing</b>	<b>Marketing</b> <b>Rynek</b> <b>Koszt</b>
<b>SUBSTYTUT</b>	To <b>produkt (towar</b> lub <b>usługa)</b> zaspokajający te same potrzeby nabywcy, ale inny ze względu na technologię wytwarzania. Przykładowo substytutem masła jest margaryna, a substytutem parkietu – wykładzina z tworzyw sztucznych. Możliwość pojawienia się substytutów to jeden z kluczowych czynników zagrażających atrakcyjności danego sektora gospodarki.	<b>Marketing</b>	<b>Produkt</b> <b>Towar</b> <b>Usługa</b>
<b>KANAŁ DYSTRYBUCJI</b>	Układ wzajemnie zależnych organizacji/firm zaangażowanych w proces udostępniania <b>produktu</b> bądź usługi konsumentom lub odbiorcom przemysłowym. Możemy wyróżnić: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kanał bezpośredni – producent dostarcza produkty bezpośrednio finalnym nabywcom; brak pośredników handlowych</li> <li>• Kanał pośredni – produkty sprzedawane są finalnym nabywcom przy pomocy co najmniej jednego pośrednika handlowego (np. hurtownia)</li> </ul>	<b>Marketing</b>	<b>Produkt</b>

<b>STRATEGIA PRZEDSIĘBIORSTWA</b>	Strategia <b>Przedsiębiorstwa</b> to pewna ogólna formuła mówiącej o tym, w jaki sposób przedsiębiorstwo zamierza konkurować oraz jakie powinny być jego <b>cele</b> i jakie zasady postępowania będą potrzebne do realizacji tych celów. Zazwyczaj strategia dotyczy dłuższego horyzontu czasowego – powyżej 3 lat.	<b>Marketing</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Cel</b>
<b>POLITYKA CENOWA</b>	Strategia cenowa <b>przedsiębiorstwa</b> to nic innego jak określenie poziomu cenowego dla produktów i usług. Poprzez poziom <b>cen</b> decydujemy do jakich grup odbiorców będziemy kierować nasze <b>produkty (towary/ usługi)</b> , oraz na jaką marżę możemy liczyć. Zazwyczaj niskie ceny oznaczają ukierunkowanie na rynek konsumenta masowego, a wysokie ceny na klientów bardziej wymagających i bogatszych.	<b>Marketing</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Cena</b> <b>Produkt</b> <b>Towar</b> <b>Usługa</b>
<b>RÓWNOWAGA RYNKOWA</b>	Jest to taka sytuacja na rynku danego dobra, w której wielkość <b>popytu</b> równa jest wielkości <b> podaży</b> . Czyli oczekiwania konsumentów są zaspakajane przez producentów w sposób dopasowany.  <b>Rynek</b> na którym występuje stan równowagi jest rynkiem stabilnym. W przeciwnym wypadku mówimy o rynku niestabilnym.	<b>Marketing</b>	<b>Popyt</b> <b>Podaż</b> <b>Rynek</b>

 **ZARZĄDZANIE**

<b>SPÓŁKA</b>	Pod pojęciem spółki należy rozumieć rodzaj działalności <b>osób fizycznych</b> lub <b>osób prawnych</b> oparty na umowie lub statucie, którego celem jest zazwyczaj prowadzenie działalności gospodarczej.	<b>Zarządzanie</b>	<b>Osoba fizyczna</b> <b>Osoba prawna</b>
<b>OUTSOURCING</b>	Outsourcing dotyczy zlecania zadań, które dotychczas były realizowane w <b>przedsiębiorstwie</b> innym podmiotom poprzez wydzielenie ich ze struktury organizacyjnej. Jest to rozwiązanie podejmowane zazwyczaj w następstwie działań restrukturyzacyjnych. Outsourcing wykorzystać można nie tylko do pojedynczych <b>usług</b> , czy nawet funkcji pomocniczych, ale zwłaszcza w zakresie procesów gospodarczych realizowanych wcześniej samodzielnie przez zleceniodawcę.	<b>Zarządzanie</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Usługa</b>
<b>SPÓŁKA CÓRKA</b>	<b>Spółka</b> zależna nazywana również spółką-córką jest <b>przedsiębiorstwem</b> kontrolowanym przez inne przedsiębiorstwo, bądź przez takie, które posiada więcej niż 50 procent udziałów, nazywanym przedsiębiorstwem dominującym lub "spółką-matką". W przypadku gdy do spółki matki należy 100 procent kapitału, przedsiębiorstwo to staje się spółką w pełni zależną.	<b>Zarządzanie</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Spółka</b>

<b>UDZIAŁY W SPÓŁCE</b>	<p>Za udziały w <b>spółce</b> uważa się ogół praw i obowiązków wspólnika wobec spółki. Wyznaczają one status prawny wspólnika. Ponadto stanowią one podstawę bycia wspólnikiem w spółce. Powinny one również odzwierciedlać wkłady, jakie zostały wniesione do spółki.</p> <p>Udziały w spółkach mogą być również rozumiane jako część kapitału zakładowego firmy. Suma udziałów składa się na kapitał zakładowy danego <b>przedsiębiorstwa</b>. Kapitał ten dzieli się na udziały o równej albo nierównej wartości nominalnej.</p>	<b>Zarządzanie</b>	<b>Spółka</b> <b>Przedsiębiorstwo</b>
<b>AKCJE SPÓŁKI</b>	<p>Akcja (equity, stock, share) jest to papier wartościowy dający prawo jej posiadaczowi do udziału (współwłasności) w <b>spółce</b> akcyjnej, która go wyemitowała. Podmiot (osoba), który nabywa akcje zostaje jej akcjonariuszem, co oznacza, że jest współwłaścicielem jej majątku i ma określone prawa do pobierania nowych akcji, uczestniczenia w podziale wypracowanego przez spółkę <b>zysku</b> (dywidendy), uczestnictwa w walnych zgromadzeniach akcjonariuszy, a także majątku spółki w przypadku jej likwidacji. Akcje zaliczamy do papierów wartościowych dających zmienny <b>dochód</b>.</p>	<b>Zarządzanie</b>	<b>Spółka</b> <b>Zysk</b> <b>Dochód</b>
<b>START-UP</b>	<p>Start-up, także startup – nowo utworzone <b>przedsiębiorstwo</b> lub tymczasowa organizacja poszukująca modelu biznesowego, który zapewniłby jej zyskowy rozwój. Startupy zazwyczaj mają nowatorski pomysł <b>produktu (towaru lub usługi)</b> we wstępnej fazie i poszukują możliwości rozwoju biznesu poprzez pozyskanie partnerów, kapitału lub jednego i drugiego. Istnieje wiele definicji start-upów. Podmioty zaliczane do tej kategorii są najczęściej związane z technologiami informacyjnymi i komunikacyjnymi (ICT) oraz sektorami high tech.</p>	<b>Zarządzanie</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Produkt</b> <b>Usługa</b>

<b>MODEL BIZNESOWY</b>	<p>Model biznesowy jest sposobem, metodą opisu działalności <b>przedsiębiorstwa</b>, pokazującym w jaki sposób firma działa i realizuje <b>zyski</b>.</p> <p>Model biznesowy obejmuje opis segmentów do jakich kierowany jest <b>produkt/usługa</b>, wartości jakie są oferowane klientom, kanały dystrybucji, źródła <b>przychodów</b>, <b>koszty</b>, itp. Model wynika ze <b>strategii przedsiębiorstwa</b>.</p>	<b>Zarządzanie</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b> <b>Zysk</b> <b>Przychód</b> <b>Koszt</b> <b>Strategia przedsiębiorstwa</b> <b>Produkt</b> <b>Usługa</b>
<b>KODEKS SPÓŁEK HANDLOWYCH</b>	Kodeks spółek handlowych (skrót K.s.h. lub KSH) to akt prawny zawierający zbiór przepisów dotyczących ustroju i działalności spółek handlowych. Drugim ważnym aktem prawnym w obszarze biznesu jest „ustawa o swobodzie działalności gospodarczej” regulująca podejmowanie, wykonywanie i zakończenie działalności gospodarczej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.	<b>Zarządzanie</b>	
<b>OSOBA FIZYCZNA</b>	Osoba fizyczna. Prawne określenie człowieka od chwili narodzin do chwili śmierci.	<b>Zarządzanie</b>	
<b>OSOBA PRAWNA</b>	Osoba prawna to jednostka organizacyjna (np. Skarb Państwa, <b>przedsiębiorstwo</b> państwowe, bank, spółka kapitałowa, fundacja, spółdzielnia, stowarzyszenie) stworzona w określonych celach, której przepisy szczególne przyznają osobowość prawną i uznają ją za samodzielny podmiot prawa cywilnego, mający zdolność do występowania w obrocie prawnym jako podmiot praw i obowiązków. Zdolność prawna polega na możliwości posiadania praw i obowiązków w dziedzinie prawa cywilnego.	<b>Zarządzanie</b>	<b>Przedsiębiorstwo</b>

## Zadania C (scenariusze C1, C2, C3)

### Zadania wykonywane podczas realizacji gry

Zadania dla Sukcesora/Dziecka	Zadania dla Nestora/Rodzica	Zadania wspólne
<p><b>Pole nr 49</b></p> <p>Przygotuj własną analizę działań firmy w obszarze promocji i reklamy w Internecie. Sprawdź z jakich kanałów dotarcia do klientów korzysta Wasza firma. Jak wyglądają poszczególne profile w mediach społecznościowych. Zaproponuj zmiany lub wprowadzenie nowych narzędzi. Wykorzystaj listę pytań zawartą w Twoim podręczniku.</p> <p>Czas: 2-5 dni</p>	<p><b>Pole nr 49</b></p> <p>Przygotuj aktualną informację finansową dla Waszej firmy. Może to być Rachunek wyników, F04 lub po prostu zestawienie kosztów i przychodów, oraz wynik finansowy. Wyjaśnij co buduje koszty w Waszej firmie, jaki udział w przychodach mają poszczególne produkty/ usługi, w jaki sposób prowadzisz zarządzanie finansami i kto jest za to odpowiedzialny. Wykorzystaj instrukcję do zadania z podręcznika.</p> <p>Czas: 2-4 dni</p>	<p><b>Pole nr 63</b></p> <p>Przygotujcie razem aktualny model biznesowy Waszej firmy wykorzystując matrycę Model Business Canvas zawartą w podręczniku Rodzica/ Nestora, oraz instrukcję do jej wypełniania. Przedyskutujcie wspólnie wyniki waszej pracy.</p> <p>Zastanówcie się co w przyszłości może ulec zmianie i dlaczego.</p> <p>Czas: 2-3 dni</p>
<p><b>Pole nr 56</b></p> <p>Zastanów się jakie firmy podziwiasz, dlaczego mogą stanowić inspirację i wzór dla Waszej firmy. Wybierz 3 takie firmy. Poszukaj informacji o ich historii, aktualnej pozycji na rynku, liderach i ich produktach i usługach. Przygotuj taką analizę wykorzystując formularz z podręcznika. Przedstaw swoje wnioski Rodzicowi/om. Przedyskutujcie Twoją pracę i co można wykorzystać w Waszej firmie.</p> <p>Czas: 1-3 dni</p>	<p><b>Pole nr 56</b></p> <p>Przygotuj listę najważniejszych zadań/ projektów jakie będą realizowane w Waszej firmie w najbliższym roku. Pokaż listę dziecku i omów zakres tych zadań. Zapytaj dziecko, który z projektów z jego punktu widzenia wydaje się najbardziej atrakcyjny i ciekawy. W którym wzięłoby udział osobiście. Zaproponuj udział w takim zadaniu/projekcie swojemu dziecku. Ustalcie jakie zadania może ono wykonywać i w jakim zakresie.</p> <p>Czas: 1-2 dni</p> <p>Udział w projekcie – w zależności od ustaleń.</p>	<p><b>Pole nr 63</b></p> <p>Jeśli Wasza firma posiada wizję i misję to przedyskutujcie jej brzmienie i zastanówcie się na ile jest ona aktualna i jakie wyzwania będą dla Was największe w przyszłości. Jeśli nie macie wizji i misji to spróbujcie ją wspólnie opracować.</p> <p>W trakcie dyskusji wykorzystajcie opracowaną wcześniej analizę SWOT oraz Model Biznesowy.</p> <p>Wykorzystajcie instrukcję do zadania z podręcznika Nestora/ Rodzica.</p> <p>Czas: 3 -5 dni</p>

## **Zadania dla Sukcesora – formularze wsparcia.**

### **Zadanie „Analiza promocji internetowej firmy” Pole nr 49**

Sprawdź w jakim zakresie Wasza firma korzysta z takich narzędzi jak strona www, media społecznościowe, reklamy internetowe, pozycjonowanie itp. Wykorzystaj pytania poniżej. Przygotuj analizę i rekomendacje dla Nestora w formie prezentacji.

1. Jak wygląda Wasza strona www (możesz wykorzystać wyniki zadania ze scenariusza A, ale pamiętaj, że od tego czasu mogło się dużo zmienić)?
2. Na jakich profilach społecznościowych jest obecna Wasza firma i jak je wykorzystuje? Ile osób Was obserwuje? Jaka jest aktywność na tych profilach?
3. Kto zajmuje się aktualizacją treści internetowych?
4. Kto moderuje komunikację z klientami w mediach społecznościowych?
5. Jak wypadamy na tle konkurencji?
6. Czy korzystamy z reklamy np. Google Ads czy Facebook Ads, a może z innych?
7. Jaki jest budżet tych działań?
8. Czy prowadzimy sprzedaż online i w jakiej formie?
9. Kto przygotowuje treści na strony www i portale społecznościowe?
10. Co Ci się podoba, a co nie?
11. Co można zmienić i w jaki sposób?
12. W jaki sposób firma utrzymuje aktywny kontakt z Klientami?

Jeśli w firmie są osoby odpowiedzialne za ten obszar to zróbcie spotkanie z nimi i z Nestorem. Wspólnie przedyskutujcie Twoje obserwacje i wnioski.



Zadanie „Moje inspiracje biznesowe” Pole nr 56

	<b>Firma 1</b>	<b>Firma 2</b>	<b>Firma 3</b>
Nazwa firmy			
Profil działalności - czym się zajmuje			
Pozycja na rynku			
Główne produkty			
Kto jest Liderem/Liderami ?			
Od kiedy firma działa?			
Co Ci imponuje w tej Firmie?			
Co sądzisz o Liderach tej Firmy?			
Co można wykorzystać w Waszej Firmie?			

## Zadania wspólne dla Nestora i Sukcesora formularze wsparcia

### Zadanie „ Business Model Canvas” – pole 63

Do przygotowania obrazu działalności Waszej Firmy wykorzystamy poniższy szablon, zwany Business Model Canvas. Jest to obecnie jeden z najpopularniejszych modeli pokazujących w sposób spójny i skondensowany filozofię organizacji i prowadzenia biznesu przez daną firmę.

Twórcą Business Model Canvas jest Alexander Osterwalder. Ten szwajcarski przedsiębiorca przeanalizował działalność firm z przeróżnych branż i na tej podstawie wyodrębnił dziewięć podstawowych elementów każdego biznesu. Są one związane z kluczowymi obszarami działalności biznesowej: klientami, ofertą, infrastrukturą i odpowiednią pozycją finansową.

Na 9 polach przedstawiono najważniejsze elementy związane z działalnością organizacji, które można zapisać na jednej kartce A4.



Ważne jest, aby wypełnianie pól odbywało się w kolejności przedstawionej poniżej.

#### 1. Segmentacja Klientów

- Opisujemy tutaj naszych klientów – ludzi, firmy, instytucje itd., do których kierujemy naszą „propozycję wartości”.
- Odpowiadamy na pytania: Dla kogo powstaje produkt/usługa? Kto może być potencjalnym klientem i dlaczego? Kto będzie w stanie płacić za produkt?
- Zastanówcie się jakie wspólne cechy mają konkretne grupy Klientów, co ich łączy. Można zdefiniować parę segmentów Klientów.

#### 2. Propozycja wartości

- Tutaj wpisujemy to co oferujemy Klientom – czyli jakie produkty (towary/usługi) i ich wartość, oraz korzyści jakie otrzymują Klienci
- Odpowiadamy na pytania: Jakie problemy klientów chcemy rozwiązać? Co ma największe znaczenie dla odbiorców? Co jest dla nich największą wartością? Jaką wartość generujemy dla klientów?
- Wartość może być oparta na wielu czynnikach takich jak: jakość, cena, wygoda, prestiż, bezpieczeństwo, nowość itp. Wartość powinna rozwiązywać problemy konsumenta albo zaspokajać jego potrzeby.

### 3. Kanały

- a. To pole opisuje w jaki sposób dostarczamy Klientom nasze produkty – naszą propozycję wartości.
- b. Odpowiadamy na pytania: Gdzie bywają nasi Klienci? Gdzie chcemy spotykać naszych klientów? Z jakich kanałów będziemy korzystać przy nawiązywaniu kontaktu z klientem? Jakie koszty generują poszczególne kanały? Jaka jest ich efektywność?
- c. W zależności od modelu biznesowego, kanały mogą mieć za zadanie przede wszystkim podnoszenie świadomości odbiorców o produktach lub usługach, które oferuje Twoja firma. Pomagają też klientom wyrabiać sobie opinię na temat Twojej oferty. Kanały umożliwiają konsumentom zakup i mogą zapewniać wsparcie posprzedażowe.

### 4. Relacje z klientami

- a. Tutaj opisujemy jaki charakter mają nasze relacje z klientami i jakich relacji oni oczekują podczas dostarczania propozycji wartości. Czy oczekują osobistego wsparcia, a może szybkiej i automatycznej obsługi?
- b. Odpowiadamy na pytania: Jakich relacji oczekują od naszej firmy Klienci? Czy możemy sprostać tym oczekiwaniom? Ile mnie to nas kosztuje? Czy oczekują osobistego wsparcia, a może szybkiej i automatycznej obsługi?
- c. To właśnie od tego elementu modelu biznesowego zależy, jakie doświadczenie będzie miał klient w kontakcie z firmą. Czy będzie on zadowolony? W dobie mediów społecznościowych formy tradycyjnej relacji sprzedawca-klient to często po prostu za mało. Odbiorcy coraz częściej współtworzą wartość oferowaną przez firmę poprzez polecenie, wystawianie opinii i recenzji.

### 5. Struktura przychodów

- a. W tym miejscu modelu wypisujemy wszystkie możliwe źródła przychodów dla poszczególnych segmentów Klientów. Takich źródeł może być kilka w zależności od tego co sprzedajemy.
- b. Odpowiadamy na pytania: Za co płacą Wasi Klienci teraz i za jaką wartość byliby w stanie zapłacić? W jaki sposób płacą, a jak mogliby płacić? Jaki jest udział danych strumieni przychodów w ogólnych przychodach?
- c. Firma może mieć kilka strumieni przychodów, które będą różnić się mechanizmem cenowym. Przykładowo, za Wasze produkty klienci mogą płacić według ustalonego cennika, możesz też używać stawek, które można negocjować. Klienci mogą płacić jednorazowo za produkt, może to być także opłata abonamentowa. Jeden produkt może generować przychód w różnych formach.

### 6. Kluczowe zasoby

- a. W tej części wskazujemy wszystkie zasoby, które są potrzebne do wytworzenia produktu, dotarcia do klienta i generowania przychodów. Do kluczowych zasobów należą zasoby fizyczne (np. sprzęt, samochody, maszyny, magazyny) finansowe (pieniądze potrzebne do wyprodukowania wartości dla klienta), intelektualne (prawa autorskie, patenty) i ludzkie (pracownicy).
- b. Odpowiadamy na pytania: Jakich zasobów wymaga propozycja wartości firmy? Jakie zasoby są potrzebne do prawidłowego funkcjonowania kanałów dystrybucji? Jakich zasobów wymagają relacje z klientami?
- c. Zasoby mogą być naszą własnością, możemy też je dzierżawić.

### 7. Kluczowe czynności

- a. Tutaj opisujemy jakie czynności trzeba wykonać aby generować przychody, nawiązać i utrzymywać

relacje z klientami. Innymi słowy opisujemy kluczowe procesy naszego biznesu.

- b. Odpowiadamy na pytania: Jakie działania musimy podjąć, aby zapewnić przychody? Co musimy zrobić, żeby nawiązać i utrzymać relacje z klientami? Jakich czynności wymagają kanały dystrybucji? Jakich najważniejszych działań wymaga propozycja wartości?
- c. Dla niektórych firm taką czynnością będzie sama produkcja, czyli wytwarzanie i dostarczanie towarów. Dla innych kluczową czynnością będzie rozwiązywanie problemów klienta. Mogą to być także czynności realizowane w Internecie, takie jak: prowadzenie e-sklepu, prowadzenie platformy usługowej, blog, itp.

## **8. Kluczowi partnerzy**

- a. Czas na opisanie najważniejszych partnerów w naszym otoczeniu. Tych wszystkich, od których jest uzależniona działalność naszej firmy. To mogą być: dostawcy, wykonawcy, partnerzy handlowi, organizacje i instytucje itp.
- b. Odpowiadamy na pytania: Kim są nasi kluczowi dostawcy? Kim są nasi najważniejsi partnerzy biznesowi? Jakie produkty i usługi dostarczają nam partnerzy? W jakich obszarach i od kogo uzyskujemy wsparcie?
- c. Zastanówcie się, jakie korzyści daje Wam partnerstwo. Dzięki współpracy możecie zyskać dostęp do pewnych zasobów, zminimalizować ryzyko związane z prowadzeniem działalności czy też zmniejszyć koszty generowane przez firmę.

## **9. Struktura kosztów**

- a. Nie przypadkowo ostatnim polem jest pole kosztów. Nie można policzyć kosztów bez wcześniejszej analizy takich czynników jak: zasoby, działania, partnerzy czy propozycja wartości.
- b. Odpowiadamy na pytania: Jakie działania firmy wymagają największych nakładów finansowych? Co generuje największe koszty? Jakie kluczowe zasoby kosztują najwięcej?
- c. W modelach biznesowych firmy mogą koncentrować się na kosztach lub wartościach. W pierwszym przypadku celem jest obniżanie kosztów tam gdzie to jest możliwe (np. tanie linie lotnicze), w drugim przypadku celem jest dostarczenie wartości na odpowiednim poziomie (np. dobra i usługi luksusowe). Można też korzystać z modeli mieszanych.

## **UWAGA !!!**

Business Model Canvas ma tą zaletę, że jest prosty i czytelny. Jest także łatwy do analizy i dlatego należy do niego wracać, zawsze wtedy, kiedy zmieniają się czynniki zarówno zewnętrzne jak i wewnętrzne. Aktualizacja modelu jest czynnością pomagającą skutecznie prowadzić biznes, wprowadzać zmiany i budować przewagę konkurencyjną.

### Zadanie „Wizja i misja Firmy ” pole 63

Wizja firmy to nic innego jak wyobrażenie o tym jak nasza firma ma wyglądać za parę lat. Wizja jest pewnego rodzaju inspiracją. Dzięki wizji możemy budować plan jej realizacji, przekładać ją na konkretne strategie i sposoby osiągnięcia założonych celów.

Zastanówcie się wspólnie jaka jest Wasza wizja prowadzonej przez Was Firmy. Wykorzystajcie poniższe pytania.

#### **Wizja firmy:**

- Jak będziemy wyglądać za 3-5lat?
- Jakie będą główne produkty (towary/usługi)?
- Kto będzie u nas pracował?
- Jakie będą kwalifikacje pracowników?
- Jakie postawy będą dla nich charakterystyczne?
- Jakie będą wspólne wartości organizacji?
- Z jakimi odczuciami będzie się wiązać praca w firmie?
- Jak pracownicy będą prezentowali firmę na zewnątrz?
- W jaki sposób organizacja będzie postrzegana przez: pracowników i współpracowników, klientów?
- Jakie technologie i narzędzia będą nam potrzebne?
- Jaką rolę będziemy spełniać w Firmie?

#### **Misja Firmy**

Misja firmy to nic innego jak pewna deklaracja skierowana zarówno do Klientów, otoczenia jak i samych pracowników. Misja wskazuje jakimi wartościami firma się kieruje, co jest DNA jej działania, na czym buduje swoją przewagę konkurencyjną i pozycję na rynku.

- Misja powinna być konkretna
- Unikamy niejasności
- Misja musi być zrozumiała dla wszystkich, którzy mają ją realizować
- Określenia dwuznaczne starannie definiujemy

Jeśli mamy być „najlepsi i najwięksi” to: czy najwięksi pod względem: wartości sprzedaży? przychodów? zysków? asortymentu? ..... Najlepsi pod względem: obsługi klienta? Poziomu zadowolenia klientów? jakości usług lub produktów? itd. ...

**Misja powinna inspirować i wzbudzać zaufanie**

## Wybrane przykłady misji firm polskich i zagranicznych:

### Wizja oraz idea biznesowa IKEA

„Naszą pasją jest życie w domu. Nasza kultura oparta jest na entuzjazmie, poczuciu wspólnoty i podejściu opartym na skutecznym działaniu. Jesteśmy optymistami, nieustannie szukającymi nowych i lepszych sposobów rozwoju – od tego, jak zaprojektować bujany fotel, który zmieści się w płaską paczkę, po stworzenie żarówek LED, na które będzie stać każdego. Nasza wizja to tworzenie lepszego życia codziennego dla wielu ludzi – dla klientów, ale też dla naszych pracowników, a także osób, które pracują u naszych dostawców.”

Źródło: <https://www.ikea.com/pl/pl/this-is-ikea/about-ikea/wizja-pub9cd02291>

### Misja i wizja PGE S.A.

Grupa PGE chce odegrać kluczową rolę w modernizacji sektora energetycznego.

Misją Grupy PGE jest zapewnienie energii dla bezpiecznej przyszłości. Zgodnie z długoterminową wizją PGE ma zostać liderem zrównoważonej transformacji energetycznej w Polsce. Wizja spółki przekłada się na trzy priorytety strategiczne, które obejmują:

- wytwarzanie energii przyjaznej dla środowiska
- świadczenie nowoczesnych usług energetycznych
- sprawne i efektywne funkcjonowanie Grupy PGE

Źródło: <https://www.gkpge.pl/relacje-inwestorskie/Grupa/Kim-jestesmy>

### Misja Lody Koral

„Misją naszej firmy jest sprawianie ludziom przyjemności - chcemy, by za sprawą naszych lodów poczuli się jak dzieci i wrócili do niewinnych chwil radości i bez troski. Każdy może pozwolić sobie na chwilę błogości - tu i teraz. Ta dewiza dotyczy również naszych produktów premium. Kluczem do sukcesu jest to, że wszystko co robimy, robimy z wielkim sercem.”

Źródło: <https://koral.com.pl/o-firmie/o-nas/item-14>

### Misja Google

„Naszą misją jest uporządkowanie światowych zasobów informacji tak, by stały się powszechnie dostępne i użyteczne dla każdego.”

Źródło: [https://about.google/intl/ALL\\_pl/](https://about.google/intl/ALL_pl/)

## 7. Opis jak korzystać z narzędzi edukacyjnych EMS

### Gra „Nasza firma. Razem na szczyt”

Gra, którą otrzymujecie, jest wsparciem przy zdobywaniu wiedzy o firmie Twoich rodziców i wiedzy o biznesie, oraz ma pokazywać, w którym miejscu tego procesu jesteście.

#### Opis gry

Gra przeznaczona jest dla 2 – 4 osób

Minimum jedna osoba powinna być właścicielem lub współwłaścicielem firmy, w grze zwana jest NESTOREM i minimum jedna osoba powinna być SUKCESOREM.

#### Cel gry

Gra ma na celu zapoznać uczestników lub rozwinąć ich wiedzę nt. podstawowych terminów i procesów biznesowych, a także wspierać ich w budowaniu wzajemnego zrozumienia i partnerstwa w relacjach osobistych. Zadaniem grających jest przejście wszystkich pól w kolejności tak jak są ponumerowane i wejście na szczyt. Gra kończy się wtedy, kiedy wszyscy zawodnicy staną na ostatnim polu nr 63 i zrealizują zadania przypisane temu polu.

#### Opis planszy

Plansza ma 3 poziomy trudności odpowiadające scenariuszom opisanym w podręczniku. W zależności od wieku i poziomu wiedzy można grę prowadzić od pola nr 1 aż do końca lub przeprowadzać ją na kolejnych poziomach. Każdy poziom oznaczony jest osobnym kolorem. Warunkiem jednak jest zaliczenie wcześniejszych poziomów. Czyli można np. przejść poziom 1 od pola 1 do 21 i na tym skończyć, a drugi poziom rozegrać po jakimś czasie.

Po zaliczeniu kolejnych poziomów uczestnicy otrzymują następujące tytuły:

Poziom A (pola od 1 do 21): Nestor – **Mentor 2 Stopnia**, Sukcesor – **Specjalista ds. firmy rodzinnej**

Poziom B (pola od 22 do 41): Nestor – **Mentor 1 Stopnia**, Sukcesor – **Ekspert ds. firmy rodzinnej**

Poziom C (pola od 42 do 64): Nestor – **Mistrz Mentoringu**, Sukcesor – **Partner w firmie rodzinnej**

Każdy poziom składa się z 21 pól, w tym na każdym poziomie są trzy „pola zadań” – są one jaśniejsze od pozostałych. Są to pola nr 7, 14, 21, 28, 35, 42, 49, 56, 63. Pierwsze dwa pola zadań na każdym poziomie są polami z zadaniami po jednym dla Nestora i Seniora. Są to pola – poziom A: 7 i 14, poziom B: 28 i 35, poziom C: 49 i 56. Ostatnie pola na każdym poziomie zawierają po dwa zadania wspólne, które służą praktycznemu wykorzystaniu zdobytej na danym poziomie wiedzy. Są to pola poziom A-21, poziom B-42, poziom C-63.

Wszystkie pola na planszy (łącznie z polami zadań) pełnią rolę pól wiedzy.

Dodatkiem do planszy są karty wiedzy – po 21 na każdy poziom i karty zadań – po 6 na każdym poziomie.

## Zasady gry

### Poznanie biznesu z wykorzystaniem kart wiedzy.

Grę zaczynamy losując z tali kart wiedzy dowolną kartę i odczytujemy pojęcie biznesowe jakie się na niej znajduje. Następnie ten z graczy, który wylosował kartę próbuje wyjaśnić sens pojęcia na niej zapisanego. W przypadku, kiedy dana osoba nie zna pojęcia z karty może poprosić o wyjaśnienie współgracza, który może pomóc. Po wyjaśnieniu sprawdzamy po drugiej stronie karty, na ile nasz opis zgadza się z opisem na karcie. Jeśli pojęcie zostało dobrze wyjaśnione gracz przesuwa się o jedno pole. Jeśli źle, gracz po zapoznaniu się opisem pojęcia próbuje z pamięci powtórzyć opis. W momencie, kiedy to się uda następuje ruch do przodu. Karta wraca do stosu i może być wylosowana jeszcze raz w dalszej części rozgrywki. Służy to weryfikacji wiedzy po czasie. Następnie to samo powtarza kolejny gracz. Postępy w zdobywaniu wiedzy zaznaczamy na Formularzu Postępu znajdującej się w podręczniku.

### Przykład:

Sukcesor (dziecko) zaczyna i wylosował na poziomie A kartę z hasłem „Zysk”. Opisuje co rozumie pod pojęciem zysk lub informuje Nestora (rodzica), że nie zna tego pojęcia. Nestor wyjaśnia co on rozumie pod pojęciem „Zysk”, a następnie wspólnie sprawdzają opis na drugiej stronie karty. Jeśli sens opisu się zgadza i Sukcesor potrafi powtórzyć opis tego pojęcia. To obaj gracze zaznaczają ten fakt na Formularzu Postępu. Następnie Sukcesor przesuwa się na kolejne pole, a Nestor losuje kolejne pojęcie i cały proces się powtarza.

Po omówieniu pojęcia karta wraca zawsze do tali. Jeśli tą samą kartę wylosujemy na kolejnym polu, to utrwalamy sobie pojęciem, aby móc wykonać ruch do przodu.

Warunkiem ukończenia całego poziomu jest poznanie wszystkich 21 pojęć i zaznaczenie tego na formularzu postępu. Na koniec każdego etapu gracze mogą przeprowadzić sobie szybki sprawdzian wykorzystując same karty wiedzy. Losujemy na zmianę po jednej karcie i pytamy drugiego gracza „Co to znaczy?”. W przypadku dobrej odpowiedzi, kartę odkładamy na bok, w przypadku złej wraca ta karta do stosu. Sprawdzian jest prowadzony do momentu, kiedy wszystkie karty zostaną odłożone na bok, co potwierdzi opanowanie zakresu wiedzy z danego etapu.

### Zadania do wykonania:

Co siódme pole jest także polem zadań. Pierwsze dwa pola zadań zawierają po jednym zadaniu dla Sukcesora i Nestora. Czyli na każdym poziomie Sukcesor i Nestor wykonują dwa zadania indywidualne. Ostatnie pole na każdym etapie to pole zadań wspólnych. Warunkiem zakończenia każdego etapu jest zrealizowanie tych dwóch zadań.

Opisy zadań i numer pól do jakich dane zadanie jest przypisane znajdują się w rozdziale nr 6 w opisie każdego scenariusza.

### Karty wiedzy

Karty wiedzy stworzone zostały, aby wspomóc proces przekazywania wiedzy biznesowej Sukcesorom podczas korzystania z modelu EMS. Karty są wykorzystywane podczas gry, mogą być także wykorzystywane samodzielnie do utrwalania wiedzy na poszczególnych etapach.

Każda karta jest w kolorze danego poziomu gry. Na każdej karcie umieszczono pojęcie główne oraz informację z jakiej kategorii jest dane pojęcie. Dodatkowo w opisie znajdującym się na drugiej stronie karty wyróżnione są pojęcia, które opisane są w innych kartach wiedzy. Ikona wskazuje z jakiej są kategorii.



Dla uproszczenia przyjęto trzy kategorie merytoryczne w grupowaniu pojęć.

- Finanse 
- Marketing 
- Zarządzanie 

Obojętnie, ile lat ma Sukcesor zaczynający pracę z modelem EMS powinien on przejść przez wszystkie scenariusze, czyli poznać pojęcia ze wszystkich kart w kolejności od poziomu A do C. Oznacza to, że Sukcesor w wieku odpowiadającego kartom poziomu A powinien poznać pojęcia z tego etapu, ale już Sukcesor z drugiej grupy wiekowej powinien przed nauką pojęć z etapu znać pojęcia z poziomu A i B, a z trzeciej grupy wiekowej – najstarszej, z wszystkich poziomów.

Poziomy A, B, C są tożsame ze scenariuszami i wskazują na którym etapie wprowadzamy dane pojęcie.

A od 7 -11 lat

B od 12 do 15lat

C od 16 do 19 lat

### Karty zadań

Karty zadań zawierają opis zadań, które realizowane są przez Sukcesora i Nestora indywidualnie po dwa dla każdego w poszczególnych etapach-scenariuszach oraz po 2 zadania wspólne na zakończenie każdego etapu. Każde zadanie jest dodatkowo wsparte formularzami pomocniczymi i listami pytań, oraz instrukcjami zawartymi w podręcznikach Sukcesora i Nestora. Scenariusze dodatkowo podpowiadają inne zadania. Należy pamiętać, że ten katalog jest otwarty i można wspólnie wymyślać kolejne zadania.

### Mapa Firmy

Mapa firmy jest graficzną formą prezentacji najważniejszych obszarów istniejących w każdym przedsiębiorstwie. Oczywiście w zależności od specyfiki branży oraz wielkości firmy, pewne elementy mogą w niej nie występować. Wykorzystanie mapy firmy polega na ułożeniu na trzech górnych polach wizytówki firmy, wykorzystując załączone karty. Nazwę firmy wpisujemy (najlepiej ścieralnym markerem) na karcie „nazwa firmy”, wybieramy branżę, oraz produkt.

Na polach poniżej wizytówki układamy karty z nazwami obszarów, które występują w naszej firmie. Jeśli np. nie posiadamy magazynu, lub transportu to tych kart nie używamy.

Warto podobnie jak w przypadku mapy otoczenia zarchiwizować widok na dany dzień, np. zrobić zdjęcie i zobaczyć po roku co się zmieniło.

### Mapa otoczenia Firmy

Żadna firma nie działa w pustce, posiada partnerów biznesowych, korzysta z usług różnych firm i instytucji, zmagają się z konkurencją. Mapa otoczenia firmy pozwala w sposób graficzny przedstawić świat otaczający firmę rodzinną i wytłumaczyć Sukcesorowi jak on wygląda. Mapę otoczenia wykonujemy poprzez układanie na poszczególnych polach otoczenia kart z tali kart pomocniczych. Na kartach klientów i konkurencji mamy puste miejsca, które możemy sami wypełnić (najlepiej ścieralnym markerem). Jeśli podczas sporządzania mapy firmy zabraknie nam w kartach jakiegoś podmiotu to możemy go opisać na pustej karcie i ułożyć na odpowiednim obszarze. Warto podobnie jak w przypadku mapy firmy zarchiwizować widok na dany dzień, np. zrobić zdjęcie i zobaczyć po roku co się zmieniło.

## 8. Polecane książki i filmy o tematyce biznesowej

### Polecane wybrane filmy o tematyce biznesowej

#### Przedział wiekowy A

„Kupiliśmy ZOO” (We Bought a Zoo) 2011 reż. Cameron Crowe

„SzeF” (Chef) 2014 reż. Jon Favreau

„Historia powstania firmy LEGO - 80 lat” - <https://youtu.be/9gNaJD3t3xM>

#### Przedział wiekowy B

„McImperium” (The Founder) 2016 reż. John Lee Hancock

“The Social Network” 2010 reż. David Fincher

„W pogoni za szczęściem” (The Pursuit of Happyness) 2006 reż. Gabriele Muccino

#### Przedział wiekowy C

„Adidas kontra Puma”( Adidas vs. Puma) 2016 reż. Oliver Dommenget

“Aviator” (The Aviator) 2013 reż. Martin Scorsese

“Jobs” 2013 reż. Joshua Michael Stern

### Polecane książki o tematyce biznesowej

#### Przedział wiekowy A

„Dzieci mądre finansowo” Dave Ramsey 2016

„Finansiaki” Julita Chruścielewska 2019 Mente

„Kot Biznesik jak pewien zwykły kot został biznesmenem” Arkadiusz Błażyca 2019 Fundacja Instytut Carla Mengera

„Zaskórniaki i inne dziwadła z krainy portfela. 50 opowiadań z ekonomią w tle (plus jedna).” Grzegorz Kasdepke, Zysk i S-ka 2016

#### Przedział wiekowy B

„Garbus. Długa niezwykła historia małego Vokswagena” Andrea Hiott Kraków 2013 Znak

„Historia IKEA. Ingvar Kamprad rozmawia z Bertilem Torekullem” Warszawa 1999 Vik

„Wizualna strona biznesu. Jak przekonywać, przewodzić i sprzedawać za pomocą rysunków” Dan Roam 2017 Helion S.A.

„Pieniądze nie rosną na drzewach. Wszystko o zarządzaniu swoimi pieniędzmi.” Paul Mason, Mike Gordon, Debit,

#### Przedział wiekowy C

„Droga Steve’a Jobsa” Brent Schlender, Rick Tetzeli Kraków 2015 Insignic Media

“Nowoczesne projektowanie modeli biznesowych” Patrick van der Pijl, Justin Lokitz, Lisa Kay Solomon 2018 Helion.S.A.

„Jednominutowy przedsiębiorca” Ken Blanchard, Don Huston Warszawa 2010 EMKA

„Dzieci mądre finansowo. Jak wychować następne pokolenie, by wygrywało w sferze finansów.” Dave Ramsey, Rachel Cruze, Szaron, 2016

## 9. Formularze postępu

### Formularz postępu – karty wiedzy

Pojęcie	Kategoria	Poziom	Potrafię wyjaśnić - Sukcesor	Potrafię wyjaśnić - Nestor
ZYSK	FINANSE	A		
PIENIĄDZ	FINANSE	A		
CENA	FINANSE	A		
KOSZT	FINANSE	A		
PRZYCHÓD	FINANSE	A		
STRATA	FINANSE	A		
KREDYT	FINANSE	A		
PRODUKT	MARKETING	A		
HANDEL	MARKETING	A		
DOSTAWCA	MARKETING	A		
KLIENT	MARKETING	A		
USŁUGA	MARKETING	A		
TRANSAKCJA	MARKETING	A		
TOWAR	MARKETING	A		
PRZEDSIĘBIORSTWO	ZARZĄDZANIE	A		
PRZEDSIĘBIORCA	ZARZĄDZANIE	A		
PRACOWNIK	ZARZĄDZANIE	A		
MENEDŻER	ZARZĄDZANIE	A		
ZARZĄDZANIE	ZARZĄDZANIE	A		
NEGOCJACJE	ZARZĄDZANIE	A		
STRUKTURA ORGANIZACYJNA	ZARZĄDZANIE	A		
PODATEK	FINANSE	B		
UBEZPIECZENIE	FINANSE	B		
UBEZPIECZENIE SPOŁECZNE	FINANSE	B		
PŁYNNOŚĆ FINANSOWA	FINANSE	B		
STOPA PROCENTOWA	FINANSE	B		
BIZNESPLAN	FINANSE	B		
MARŻA	FINANSE	B		
MARKETING	MARKETING	B		
RYNEK	MARKETING	B		
REKLAMA	MARKETING	B		
PROMOCJA	MARKETING	B		
MARKA	MARKETING	B		
POPYT	MARKETING	B		
PODAŻ	MARKETING	B		

ZASOBY PRZEDSIĘBIORSTWA	ZARZĄDZANIE	B		
MONOPOL	ZARZĄDZANIE	B		
MOTYWOWANIE	ZARZĄDZANIE	B		
KONTROLOWANIE	ZARZĄDZANIE	B		
PRZEWODZENIE/ PRZYWÓDZTWO	ZARZĄDZANIE	B		
ZARZĄD	ZARZĄDZANIE	B		
PRZEWAGA KONKURENCYJNA	ZARZĄDZANIE	B		
SPRAWOZDANIE FINANSOWE	FINANSE	C		
CASH FLOW	FINANSE	C		
BILANS PRZEDSIĘBIORSTWA	FINANSE	C		
INFLACJA	FINANSE	C		
DEFLACJA	FINANSE	C		
AKTYWA	FINANSE	C		
PASYWA	FINANSE	C		
ZNAK TOWAROWY	MARKETING	C		
ANALIZA SWOT	MARKETING	C		
PRAWO POPYTU	MARKETING	C		
SEGMENTACJA RYNKU	MARKETING	C		
E-MARKETING	MARKETING	C		
SUBSTYTUT	MARKETING	C		
KANAŁ DYSTRYBUCJI	MARKETING	C		
SPÓŁKA	ZARZĄDZANIE	C		
OUTSOURCING	ZARZĄDZANIE	C		
SPÓŁKA CÓRKA	ZARZĄDZANIE	C		
UDZIAŁY W SPÓŁCE	ZARZĄDZANIE	C		
AKCJE SPÓŁKI	ZARZĄDZANIE	C		
START-UP	ZARZĄDZANIE	C		
MODEL BIZNESOWY	ZARZĄDZANIE	C		

## Formularz postępu - zadania

Zadanie	Poziom	Zrealizowane	Uwagi
Analiza strony internetowej	A - Pole 7 Sukcesor		
Mapa Firmy	A - Pole 7 Nestor		
Analiza konkurencji	A - Pole 14 Sukcesor		
Mapa otoczenia firmy	A - Pole 14 Nestor		
Opis produktów firmy	A - Pole 21 Wspólne		
Pokaż klientowi że Ci na nim zależy	A - Pole 21 Wspólne		
Wymyśl 3 nowe produkty	B - Pole 28 Sukcesor		
Opis procesu	B - Pole 28 Nestor		
Nakręć film o firmie	B - Pole 35 Sukcesor		
Schemat organizacyjny	B - Pole 35 Nestor		
Oglądanie filmu razem	B - Pole 42 Wspólne		
Analiza SWOT	B - Pole 42 Wspólne		
Analiza promocji internetowej	C - Pole 49 Sukcesor		
Analiza finansowa firmy	C - Pole 49 Nestor		
Inspiracje biznesowe	C - Pole 56 Sukcesor		
Najważniejsze projekty w firmie	C - Pole 56 Nestor		
Model Business Canvas	C - Pole 63 Wspólne		
Wizja i misja firmy	C - Pole 63 Wspólne		







# EMS

EDUKACYJNY MODEL SUKCESJI

Skład: Aleksander Wierstakow

