

Przedsiębiorczość społeczna – kurs podstawowy

Moduł 8

— Mentoring

od idei innowacji społecznej
do działań zorientowanych
na transformację otoczenia
i własny rozwój

**Instrumentarium narzędziowe do pracy
dla Mentorek i Mentorów**

Autorstwo koncepcji programu mentoringowego i projektowanie narzędzi:

dr Magdalena Kubów

Uniwersytet SWPS

Współtworzenie narzędzi i konsultacje eksperckie:

Agata Ziolo

Fundacja Przedsiębiorczości Kobiet

mento_RING

|Krąg ekspercki|

dr Magdalena Kubów
Uniwersytet SWPS

Agata Zioło
Fundacja Przedsiębiorczości Kobiet

Anna Żórawska
Fundacja Kultury bez Barier

Katarzyna Barcińska
Uniwersytet SWPS

Karolina Wójcik
Uniwersytet SWPS

Tomasz Szymański – Sztaba

01. idea innowacji społecznej

01.1. mission.model.canva

dopracowanie/redefinicja/zmiany

Wprowadzenie

W aktualnie dostępnych programach edukacyjnych poświęconych problematyce przedsiębiorczości i innowacyjności społecznej wykorzystywane są najczęściej narzędzia typowo biznesowe. Wśród najbardziej popularnych są kanwy do projektowania modeli biznesowych, ukierunkowane przede wszystkim na wsparcie w procesie projektowania nowych produktów, usług i inicjatyw, których nadrzędnym celem jest maksymalizacja zysku (w formule wykorzystania komercyjnego, 'for profit'). Narzędzia te nie uwzględniają wystarczająco specyfiki innowacji nakierowanych na generowanie pozytywnego wpływu społecznego w kontekście podnoszenia jakości życia w społeczeństwie. Podczas zajęć sięgaliśmy do innowacyjnych narzędzi, które mogą być pomocne dla słuchaczek i słuchaczy w procesie projektowania innowacji społecznych. Bazowym narzędziem wykorzystywanym podczas warsztatów była Mission Model Canva. Jest to narzędzie opracowane przez autorów: Steve Blank, Alexander Osterwalder i Pete Newell; stanowiące adaptację klasycznego narzędzia BMC. Mission Model Canva uwzględnia specyficzne zagadnienia szczególnie ważne z perspektywy projektowania innowacji z pozytywnym wpływem społecznym. Zajęcia poświęcone tej tematyce prowadzone podczas kursu były sposobnością do zapoznania się z tym narzędziem. Czasu na przepracowanie wszystkich elementów podczas samego kursu było niewystarczająco, dlatego mentoring jest okazją

do zanurzenia się w tę problematykę w szerszym zakresie, którego wymaga dana inicjatywa.

Cele

Rozwinięcie zakresu/redefinicja założeń/dopracowanie elementów Mission Model Canva dla Twojej/Waszej inicjatywy społecznej. Ta część mentoringu służy pogłębieniu problematyki poruszanej podczas warsztatów z uwzględnieniem ograniczonego czasu na opracowanie poszczególnych elementów w czasie zajęć. Wspólne pochylenie się nad canvą może przyczynić się do zidentyfikowania trudności/ograniczeń/ problemów w prawidłowym zdefiniowaniu poszczególnych elementów modelu. Praca nad kształtowaniem języka, który pozwala opisać konkretne zagadnienie w zrozumiały sposób.

Produkt

Dopracowana i uzupełniona o dotychczas brakujące elementy gotowa mission model canva dla innowacji społecznej.

Potrzebne materiały

Dotychczasowe notatki autorki/autora koncepcji w ramach formułowania opisów do poszczególnych elementów canvy. Spis listy zagadnień do wspólnego omówienia i przepracowania podczas spotkania mentoringowego.

Czas trwania

40 minut

Procedura

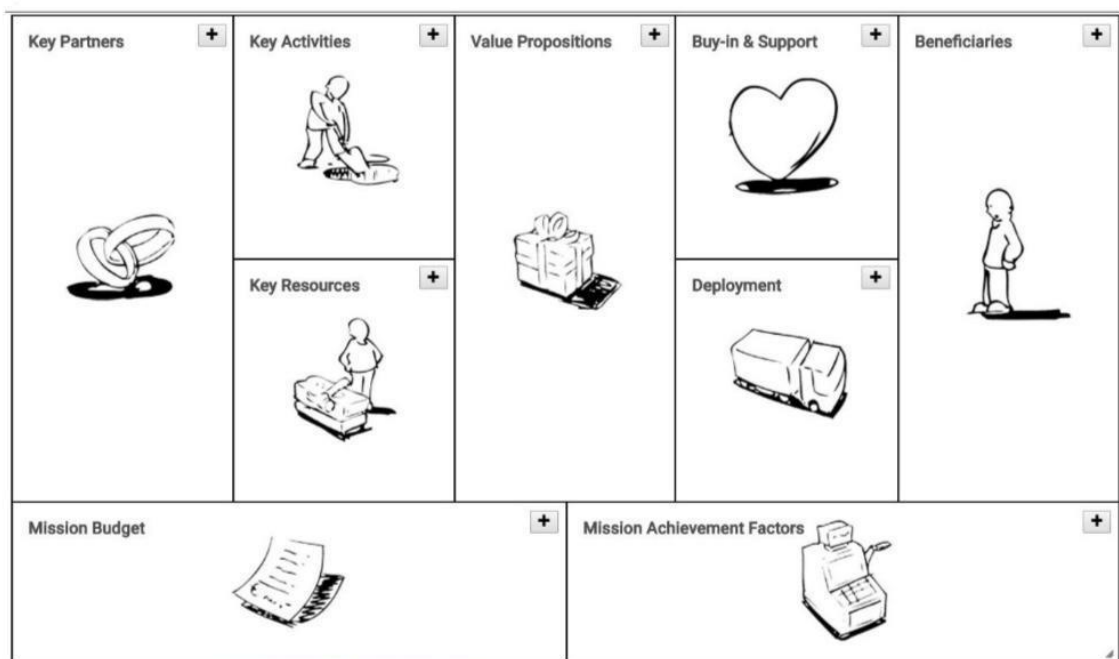
Proszę odnieść się podczas spotkania do zagadnień sformułowanych poniżej graficznego modelu w dowolnym, możliwym zakresie, zgodnie z zapotrzebowaniem osób mentorowanych.

Modyfikacje

Jeśli pojawiłyby się dodatkowe pytania, pytania szczegółowe – warto pochylić się nad zagadnieniami, które zasygnalizuje autorka/autor koncepcji innowacji społecznej.

01.1. arkusz

arkusz do pracy podczas sesji mentoringowych
mission.model.canva dla Twojej inicjatywy
dopracowanie/redefinicja/zmiany



Blank S., Osterwalder A. (2016) The Mission Model Canvas.

- W ekosystemie pozytywnych zmian ważne jest wykorzystywanie odpowiednich narzędzi na etapie projektowania. Przejdziemy przez wszystkie elementy mission model canvy aby wyszczególnić te, które na etapie zajęć warsztatowych okazały się największym i najtrudniejszym wyzwaniem. Wspólnie pochylamy się nad nimi i próbujemy dopracować konkretne kwestie.

Omawiany element	Pytania pomocnicze, które warto wykorzystać podczas sesji mentoringowych
Propozycja wartości	Co jest powodem waszego działania? Po co to robicie?

	<p>Na czym polega inicjatywa? Co chcecie zaproponować dla otoczenia? W świetle jakich wyzwań działacie? Co jest istotą waszej innowacji społecznej? Jakie problemy zamierzacie rozwiązywać? Czy zadbaliście o dostępność rozwiązań i uwzględnienie wątek inkluzywności?</p> <p>Co było największym wyzwaniem na etapie projektowania tego elementu podczas warsztatów?</p>
Beneficjenci	<p>Dla kogo tworzycie wartość? Kim są beneficjenci? Jakie grupy beneficjentów udało się wyróżnić? Jakie oczekiwania mają beneficjenci? Jakie potrzeby beneficjentów możecie/chcecie/ jesteście w stanie zaspokoić?</p> <p>Co było największym wyzwaniem na etapie projektowania tego elementu podczas warsztatów?</p>
Relacje z beneficjentami	<p>Jakie relacje zamierzamy budować z beneficjentami? Jakich relacji mogą oczekiwać nasi beneficjenci? Czy beneficjenci mogą współtworzyć propozycję wartości? W jaki sposób? Jak możemy zaangażować naszych beneficjentów w działania? Jak możemy pozyskać akceptację dla naszych idei wśród beneficjentów?</p> <p>Co było największym wyzwaniem na etapie projektowania tego elementu podczas warsztatów?</p>
Upowszechnienie idei	<p>W jaki sposób chcecie komunikować o założeniach tej inicjatywy? Jak dotrzecie do beneficjentów z tym przekazem? W jaki sposób rozpowszechnicie ideę waszej innowacji wśród beneficjentów?</p>

	<p>Jak budujecie/podnosicie świadomość o możliwości skorzystania z efektów waszych działań?</p> <p>Co było największym wyzwaniem na etapie projektowania tego elementu podczas warsztatów?</p>
Kluczowi partnerzy	<p>Z kim możecie współpracować? Z kim możecie działać wspólnie? Jaki charakter może mieć ta współpraca? Kto jest waszym kluczowym partnerem? Które zasoby pozyskujecie od partnerów? Jakie działania realizują wasi partnerzy? Jakie korzyści osiągną wasi partnerzy?</p> <p>Co było największym wyzwaniem na etapie projektowania tego elementu podczas warsztatów?</p>
Kluczowe zasoby	<p>Jakich zasobów wymaga wasza propozycja wartości? Które zasoby są dla was niezbędne i kluczowe? Jakimi zasobami dysponujecie? Jakie zasoby musicie nadal pozyskać? Skąd możecie pozyskać zasoby? Jakie dostrzegacie w tym zakresie możliwości/deficyty/ograniczenia?</p> <p>Co było największym wyzwaniem na etapie projektowania tego elementu podczas warsztatów?</p>
Kluczowe działania	<p>Które procesy są dla was kluczowe? Jakie zadania krok po kroku trzeba wykonać, aby zrealizować kluczowy proces? Co udało się dotychczas wykonać? Jakich dodatkowych działań wymaga sformułowana przez was propozycja wartości? Co trzeba nadal zrobić, aby pozyskać niezbędne zasoby i zrealizować cele? Czy przemyślane zostały sposoby finansowania inicjatywy? Czy dokonano wyboru ram organizacyjno-prawnych</p>

	<p>dla działaczy?</p> <p>Co było największym wyzwaniem na etapie projektowania tego elementu podczas warsztatów?</p>
Budżet	<p>Czy udało się rozważyć jakie koszty generuje projektowanie waszej inicjatywy/formułowanie propozycji wartości?</p> <p>Jakie koszty generuje wdrożenie inicjatywy?</p> <p>Jak kształtuje się struktura przychodów?</p> <p>Jakie koszty wiążą się z nawiązaniem/utrzymaniem relacji z beneficjentami?</p> <p>Jakie koszty poniesione zostaną w związku z pozyskaniem kluczowych zasobów?</p> <p>Jaka jest rola partnerów w pokryciu kosztów?</p> <p>Jakie koszty generuje potrzeba utrzymania trwałości efektów inicjatywy?</p> <p>Czy zidentyfikowane zostały jakiekolwiek inne rodzaje kosztów wdrożenia, poza kosztami w ujęciu ekonomicznym?</p> <p>Co było największym wyzwaniem na etapie projektowania tego elementu podczas warsztatów?</p>
Realizacja misji i miary sukcesu	<p>Jak można opisać w konkretnych kilku zdaniach wpływ społeczny projektowanej inicjatywy, uwzględniając wpływ jednostkowy i szeroki wpływ społeczny?</p> <p>Jaką zmianę społeczną chcecie wywołać?</p> <p>Do czego chcecie doprowadzić?</p> <p>Co uważacie za sukces waszej inicjatywy?</p> <p>Co możecie uznać za osiągnięcie w ramach wdrożenia inicjatywy?</p> <p>Co było największym wyzwaniem na etapie projektowania tego elementu podczas warsztatów?</p>

01.2. pitch

Wprowadzenie

Narzędzie służy przygotowaniu osoby mentorowanej do pierwszej prezentacji na temat swojej inicjatywy.

Cele

Opracowanie gotowego zakresu wystąpienia oraz elementów składowych prezentacji.

Produkt

Gotowa prezentacja oraz scenariusz wystąpienia podczas demo day.

Potrzebne materiały

Arkusz pracy z listą zagadnień do wspólnego omówienia i przepracowania podczas spotkania mentoringowego.

Czas trwania

30 minut

Procedura

Proszę odnieść się do zagadnień sformułowanych na arkuszu do pracy w dowolnym, możliwym zakresie.

Modyfikacje

Jeśli pojawią się dodatkowe zagadnienia/propozycje/ uwagi/sugestie można dopisywać zgodnie z potrzebami.

01.2. arkusz

arkusz do pracy podczas sesji mentoringowych
w ramach przygotowania wystąpienia (pitch)

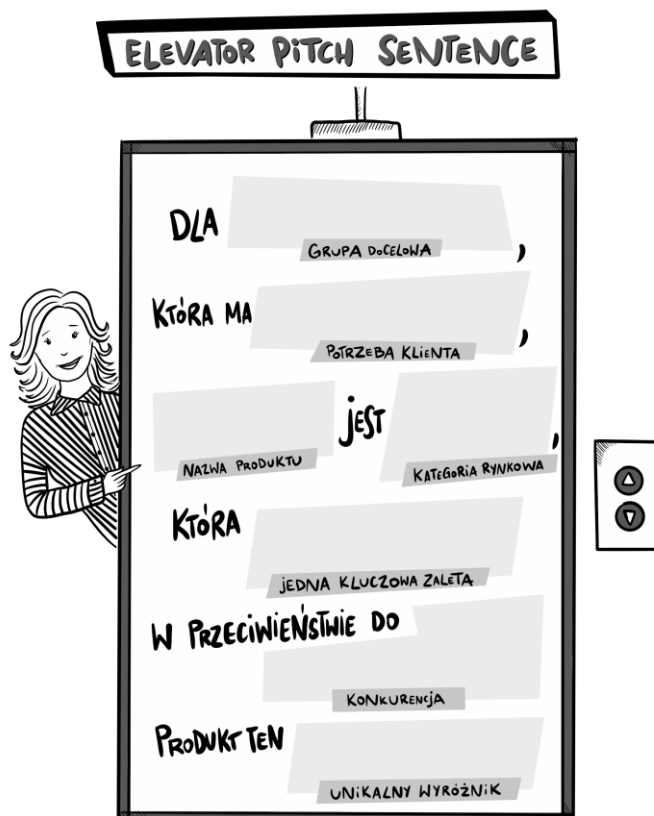
Jak przygotować dobry pitch? Wskazówki

DO KOGO – wybierz odbiorcę pitchu, skorzystaj z mission model canvas. Odbiorcą mogą być Beneficjenci, Kluczowi Partnerzy, Investor

PRZYKUJ UWAGĘ – wykorzystaj pytanie, historię, przytocz ważne dane

PLAN – zaplanuj opowieść, ustrukturyzuj pitch

Pomocna canva:



Źródło: Materiały Fundacji Przedsiębiorczości Kobiet, ilustracja: GotekRysuje

Warto zastanowić się nad następującymi zagadnieniami:

Czym jest Twoja inicjatywa społeczna? Dla kogo? Jak zmienia świat?

Wiele razy usłyszysz te pytania, ważna jest dobra odpowiedź. Nie musi tak być, że gdy je słyszysz, stajesz się zestresowana/zestresowany albo płaczesz się w zbyt długiej odpowiedzi.

Co zatem zrobić, żeby w krótkim czasie ciekawie opowiedzieć o tym, czym jest Twoja innowacja społeczna?

Przygotować na wstępie **Elevator Pitch Sentence**.

20 SEKUND, KTÓRE MOŻE ZMIENIĆ LOS TWOJEJ INNOWACJI SPOŁECZNEJ

Zamiast wymyślać odpowiedź na bieżąco, wykorzystaj Elevator Pitch Sentence i przygotuj się wcześniej. Takie zdanie opisujące, czym jest Twoja innowacja społeczna, to najefektywniejsze wykorzystanie krótkiego czasu na odpowiedź, jakim jest na przykład 20-sekundowa jazda windą. Te 20 sekund naprawdę wystarczy, by zaintryguować rozmówcę swoją działalnością.

NASZA WSKAZÓWKA:

Ułóż wypowiedź w sposób odpowiadający na pytania dlaczego? co? i jak?, porusz kwestię beneficjentów Twojej inicjatywy i ich potrzeb (dlaczego to robię? jaką zmianę chcę zobaczyć w świecie), opowiedz na jakie wyzwania odpowiada Twoja innowacja społeczna (co robię?), czym różni się od innych rozwiązań? (jak to robię? na czym polega innowacja?).

W Twojej pracy pomocna może być też następująca canva, dedykowana inicjatywom społecznym:

**DLA (Beneficjenci Twojej inicjatywy),
KTÓRA MA (potrzeba beneficjentów, wyzwanie społeczne),
(Twoja innowacja społeczna) JEST (opis innowacji, na czym polega)
KTÓRA (kluczowe innowacje rozwiązania).**

**W przeciwieństwie do (inne rozwiązania tego wyzwania społecznego, inne rozwiązania zaspokajające podobne potrzeby),
INNOWACJA (unikalny wyróżnik).**

O czym warto pamiętać, przygotowując się do tego, aby opowiedzieć światu o swojej inicjatywie?

Podczas prezentacji przed szeroką publicznością warto zastosować metody angażujące. Zadaj pytanie, odwołaj się do wiedzy i doświadczenia Twoich słuchaczek i słuchaczy. Zadawanie pytań to dobry sposób na to, aby zachęcić publiczność do aktywności.

Warto rozważyć także *wprowadzenie przeżycia emocjonalnego* – na wstępie wystąpienia można odwołać się do danych, które pokazują skalę danego zjawiska. To daje do myślenia, zaprasza do refleksji i wsłuchania się w to, o czym chcesz opowiedzieć.

Dobrą praktyką bywa także otwarcie prezentacji za pomocą krótkiej scenki. Odgrywając role, zapraszamy publiczność do refleksji, do głębszego namysłu. Jeśli czujesz gotowość, można do takiej scenki zaangażować swoją publiczność!

Pamiętaj o budowaniu spójnej narracji. Istotna i cenna jest w niej historia człowieka. Można odwoływać się do tego dlaczego Ty wybrałeś/wybrałaś to konkretne zagadnienie. Można także odwołać się do historii osób, do których chcesz dotrzeć, Twoich potencjalnych beneficjentek i beneficjentów.

Zostaw słuchaczkom i słuchaczom przesłanie zamykające Twoje wystąpienie.

Zostaw publiczność z czymś, co zabiorą do domu. Refleksja, pytanie? Coś zanurzonego w celu Twoich działań. Dostosuj formę do celu, jaki chcesz osiągnąć.

Domknij więc klamrą swoje wystąpienie, pamiętając zawsze o tym, co jest celem Twojej inicjatywy.

I na koniec.

Nie używaj trudnych, niezrozumiałych sformułowań. opowiadając światu o swojej inicjatywie.

Innowacja społeczna trafia do różnych grup – stawiaj więc na dostępność!

Także w sferze języka!

02. transformacja otoczenia za pomocą innowacji społecznej

02.1. HORYZON_TY IMPAC_TU czyli jaki wpływ generujesz?

Wprowadzenie

Narzędzie służy pogłębieniu refleksji na temat zasięgu wpływu projektowanej innowacji społecznej. Jest pomocne w usystematyzowaniu i opisanu wpływu inicjatywy w wymiarze jednostkowym i społecznym.

Cele

Autorefleksja, zanurzenie w problematykę impactu społecznego i poszukiwanie możliwości rozwoju inicjatywy z uwzględnieniem różnych wymiarów i zakresów wpływu społecznego. Wprowadzenie kategorii impactu jednostkowego i społecznego inicjatywy. Refleksja na temat wpływu rozwiązania tu i teraz oraz wpływu w perspektywie jutra.

Produkt

Wybrane zagadnienia, które składają się na nasze doświadczenie wniesione w warsztat oraz wskazówki, które możemy sformułować jako punkt wyjścia do konstrukcji tego typu programu w przyszłości.

Potrzebne materiały

Arkusz do pracy z listą zagadnień do wspólnego omówienia i przepracowania podczas spotkania mentoringowego.

Czas trwania

20 minut

Procedura

Proszę odnieść się do zagadnień sformułowanych na karcie w dowolnym, możliwym zakresie.

Modyfikacje

Jeśli pojawią się dodatkowe zagadnienia/propozycje/uwagi/sugestie, których nie wyczerpuje karta, można dopisać je w pustym polu.

02.1. arkusz

arkusz do pracy podczas sesji mentoringowych

HORYZON_TY IMPAC_TU

- Innowacja społeczna będzie służyć beneficjentom. Szukamy sposobu, aby konkretyzować to **jak** może ona służyć? W czym może pomagać? Co może rozwijać? Czyli na co może mieć wpływ?
- Zastanówmy się i zatrzymajmy na dłużej nad tym, co ma znaczenie dla beneficjentek i beneficjentów projektowanej przez Ciebie/Twój zespół innowacji społecznej?

HORYZON_TY IMPAC_TU	
impact jednostkowy	<p>Jaki bezpośredni wpływ ma Twoja innowacja na beneficjentki i beneficjentów?</p> <p>Stwórzmy konkretny opis wymiarów tego jednostkowego impactu.</p>
impact społeczny	<p>Co może się wydarzyć dzięki temu, że beneficjentki i beneficjenci skorzystają z Twojego rozwiązania? Co będą mogli zrobić dzięki temu dla swojego otoczenia? W jaki sposób przyczyni się to dla dobra wspólnego?</p> <p>Stwórzmy konkretny opis wymiarów tego szerokiego (horyzontalnego) impactu społecznego.</p>
HORYZONTY IMPAC_TU	
impact w perspektywie dnia dzisiejszego czyli TU I TERAZ	<p>Jaki bezpośredni wpływ ma Twoja innowacja na beneficjentki i beneficjentów dziś? Z czego mogą skorzystać? W czym możesz im pomóc obecnie?</p>
impact w perspektywie jutra czyli SKORZYSTA I PODA DALEJ	<p>Co może się wydarzyć w najbliższym otoczeniu beneficjentek i beneficjentów dzięki temu, skorzystają z Twojego rozwiązania? Co może zmienić się w przyszłości w ich otoczeniu dzięki temu, że rozwiną kompetencję sprawczości? Czy dzięki inicjatywie staną się bardziej sprawczy? Jak może to wpłynąć na ich zdolność do przekształcania swojego otoczenia?</p>

	<p>Jak może przyczynić się to do możliwości podejmowania przez nich okazji, które pojawią się w ich otoczeniu w przyszłości oraz do odkrywania nowych horyzontów działania? Jak może to wpłynąć na ich aktywne uczestnictwo w życiu społecznym i podejmowanie działań dla dobra wspólnego? Jak może to otworzyć beneficjentki i beneficjentów na to, aby w przyszłości zrobili coś dobrego dla swojego otoczenia? Czy skorzystanie/udział w inicjatywie społecznej może doprowadzić do kolejnych rozwojowych działań, które podejmą sami beneficjenci dla swojego otoczenia?</p>
<p>Zagadnienia dodatkowe</p>	

02.2. MIND_SET CARDS

Wprowadzenie

Narzędzie służy pogłębieniu refleksji na temat kompetencji które można rozwijać w procesie projektowania innowacji społecznych jak również zanurzeniu się w problematykę kompetencji charakterystycznych dla ekosystemu innowacyjności społecznej.

Cele

Zanurzenie w problematykę kompetencji, poszukiwanie możliwości rozwoju własnych kompetencji.

Produkt

Karty z kompetencjami innowatorek i innowatorów

Potrzebne materiały

Długopis do nanoszenia własnych propozycji w ramach refleksji na temat katalogu kompetencji cennych w procesie projektowym.

Czas trwania

20 minut

Procedura

Proszę odnieść się do zagadnień (kompetencji) sformułowanych na karcie w dowolnym, możliwym zakresie. Jak jest rozumiemy? Dlaczego są ważne w procesie projektowania innowacji? Jakie kompetencje udało Ci się rozwinąć w ramach projektowania inicjatywy społecznej? Które chcesz rozwijać w przyszłości? Które są dla Ciebie i Twojej inicjatywy najważniejsze?

Modyfikacje

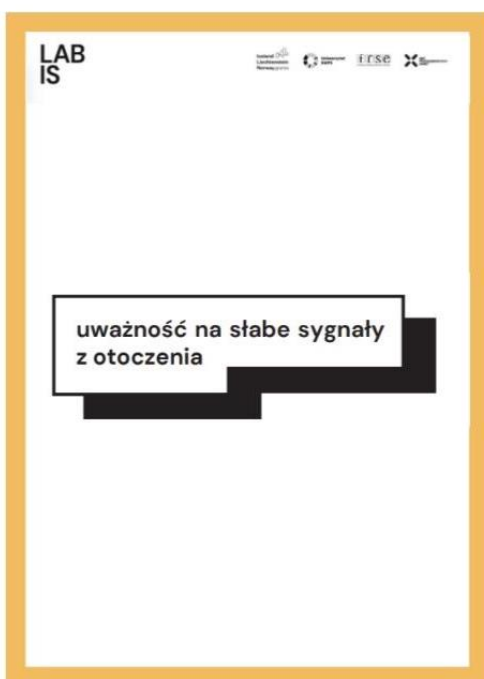
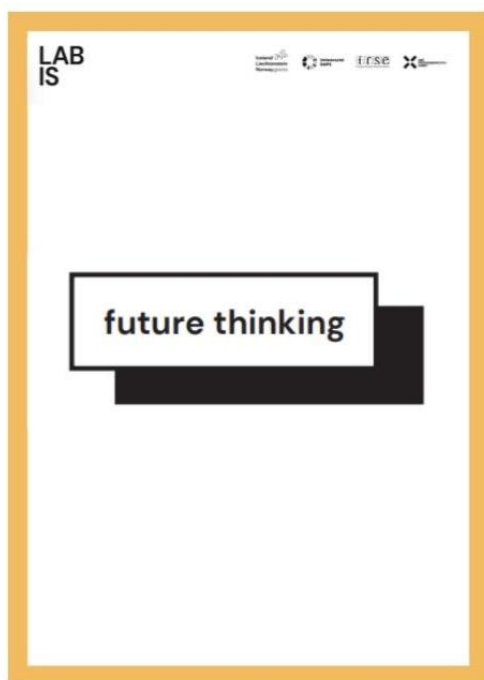
Jeśli pojawią się dodatkowe kompetencje, które uznajesz za cenne w pracy innowatorki/innowatora społecznego, zapisz je na pustych kartach,

02.2. arkusz

arkusz kart do pracy podczas sesji mentoringowych

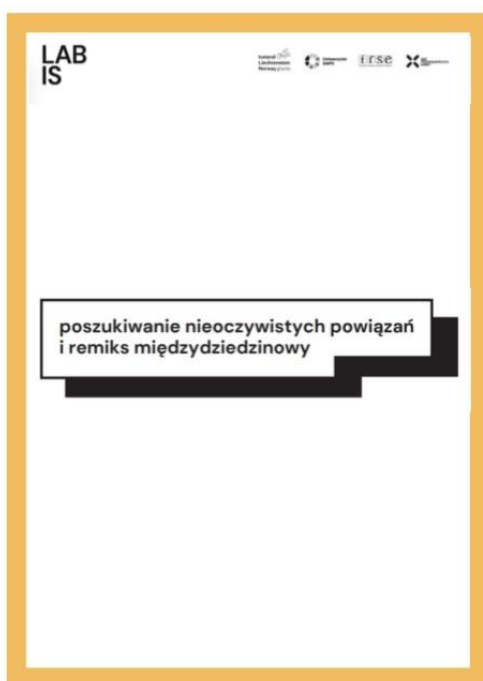
MIND_SET CARDS

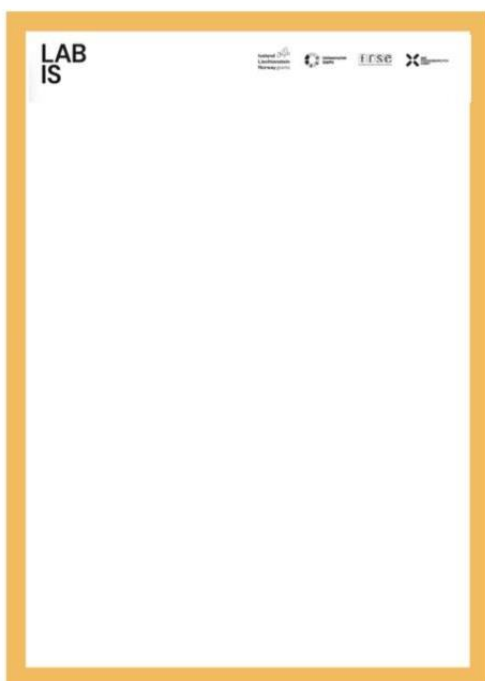
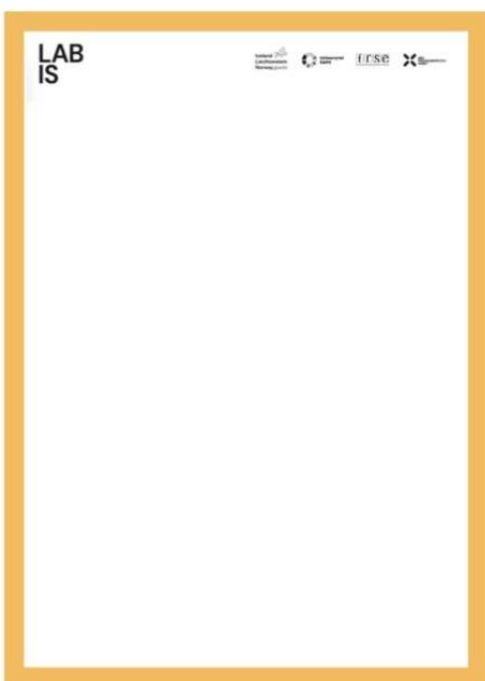
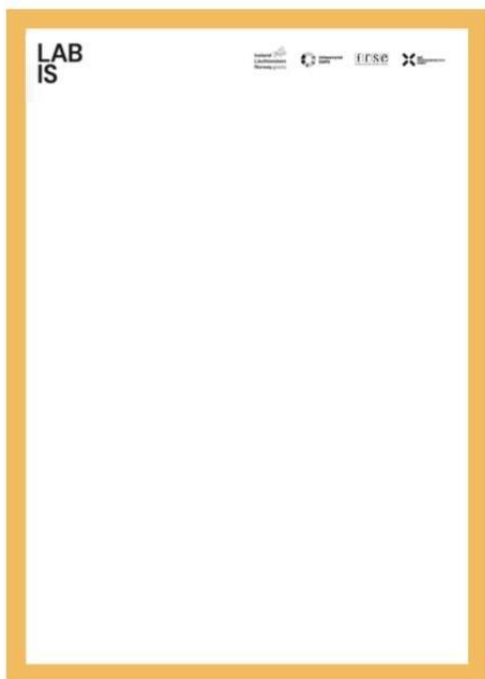












03. rozwój architektów innowacji społecznych

03.1. Go & GROW

Wprowadzenie

Narzędzie służy pogłębieniu refleksji na temat zasięgu wpływu projektowanej innowacji społecznej. Jest pomocne w usystematyzowaniu i opisanu wpływu inicjatywy w wymiarze jednostkowym i społecznym.

Cele

Mentoring w procesie projektowania innowacji społecznych to wsparcie, jakie Mentor/Mentorka daje swojej/swojemu Mentee. Wiodącym celem tego procesu jest rozwój kompetencji architektów innowacji społecznych.

Produkt

Opracowanie/dopracowanie zagadnień związanych z zagadnieniem wpływu projektowanej inicjatywy społecznej.

Potrzebne materiały

Arkusz do pracy z listą zagadnień do wspólnego omówienia i przepracowania podczas spotkania mentoringowego.

Czas trwania

30 minut

Procedura

Proszę odnieść się do zagadnień sformułowanych na karcie w dowolnym, możliwym zakresie.

Modyfikacje

Jeśli pojawiłyby się dodatkowe kwestie zagadnienia/propozycje/uwagi/sugestie, których nie wyczerpuje karta, można dopisać je w pustym polu.

03.1. arkusz

arkusz do pracy podczas sesji mentoringowych

Go & GROW

- W ekosystemie pozytywnych zmian ktoś musi zacząć, wyjść z inicjatywą. W centrum naszego zainteresowania podczas sesji mentoringowej teraz będziesz **TY** – czyli twórczyni/twórca koncepcji na innowację społeczną. Ważne, aby innowacja społeczna służyła także Tobie i Twojemu rozwojowi. Aby przyczyniła się do możliwości odkrywania swojego potencjału. Podczas mentoringu szukamy sposobu, aby skonkretyzować to, jak innowacja społeczna może przyczynić się do Twojego dalszego rozwoju. W czym to doświadczenie zanurzenia w problematykę innowacji społecznych i zaangażowania w proces jej projektowania wspólnie z zespołem może pomagać właśnie Tobie?
Czyli w jaki sposób innowacja społeczna ma wpływ na Ciebie?
Zanurzenie w proces projektowania innowacji społecznej może być okazją do rozpoznania swoich mocnych stron. W naszej metodzie opieramy się na założeniu, że projektowanie innowacji społecznej jest oceanem okazji do identyfikowania i wykorzystywania swoich mocnych stron. Warto zastanowić się więc nad tym, co określasz jako swoje mocne strony. Jakie Twoje doświadczenia są manifestacją tych założeń. Wreszcie – jak te mocne strony mogą być pomocne w procesie projektowania rozwiązań z pozytywnym impaktem społecznym.
- W literaturze poświęconej zagadnieniom z zakresu nauk o projektowaniu akcentuje się trzy niezbędne atrybuty projektanta: **wiedzę, kompetencje społeczne i wrażliwość** (Wszolek 2021). Te trzy komponenty muszą ze sobą współwystępować, a naszym celem podczas kursu było je kształtować i rozwijać.

Na etapie spotkań mentoringowych znajdujemy dodatkową przestrzeń czasową na to, aby porozmawiać o rozwoju w zakresie tych trzech wymiarów.

Dlaczego te trzy elementy muszą współwystępować?

Nie wystarczy sama wiedza (wiedza o tym, co się dzieje w otoczeniu, jakie wyzwania krystalizują się w świetle badań w perspektywie najbliższych lat), bo brak kompetencji społecznych i wrażliwości nie pozwala wykorzystać tej wiedzy w sposób kreatywny.

Nie wystarczą same kompetencje społeczne i wreszcie nie wystarczy tylko sama wrażliwość, bo ta pozwala tylko widzieć, a nie robić coś z naciskiem na zrobić (Wszolek 2021:76). Na to co autorzy i autorki innowacji społecznych zamierzają robić (zrobić) zwracamy uwagę przede wszystkim w ramach ćwiczeń GO oraz GROW.

Przed przystąpieniem do działań z wykorzystaniem narzędzia GROW (**G** – goal, **R** – reality, **O** – options, **W** – what have you done) warto udać się w krótką podróż do przyszłości (**GO**).

Uruchamiamy wyobraźnię i

3...

...2...

...1...

GO!

Ruszamy!

GO

G O	Wyobraź sobie siebie i Twoją/Waszą inicjatywę za dwa lata. Stwórz potencjalne dwa scenariusze rozwoju – wariant optymistyczny i pesymistyczny. Zastanów się nad zagadnieniami pomocniczymi, odnosząc je do każdego ze scenariuszy z osobna? <i>Gdzie jesteś?</i> <i>Jak się wszystko ułożyło?</i> <i>Jak inicjatywa działa?</i> <i>Jak się rozwinęła?</i> <i>Jakie nieoczekiwane rezultaty przyniosła?</i> <i>Czy wydarzyło się coś niespodziewanego?</i> <i>Co się zmieniło w Twoim otoczeniu?</i>
----------------------	---

	<p><i>Jak wygląda świat dzięki Twojej inicjatywie?</i></p> <p>Jakie procesy pozwoliłyby Ci zrealizować wizję optymistyczną? Jakie działania warto podjąć już dziś celem uniknięcia/przeciwdziałania scenariuszowi niekorzystnemu?</p>
--	--

GROW

G	Co chcesz osiągnąć dzięki zaangażowaniu się w proces projektowania innowacji społecznych? Dlaczego wybrałaś/wybrałeś to konkretne wyzwanie w morzu możliwości do działań? Dlaczego tematyka innowacji społecznych jest dla Ciebie ważna? Dlaczego dany temat jest dla Ciebie ważny? Czy łączy się z Twoimi doświadczeniami? Czy masz w związku z tym dalsze plany na własny rozwój na innych płaszczyznach?
R	Co udało Ci się zrobić w ramach dotychczasowych działań w procesie projektowym? Gdzie jesteś/jesteście w procesie? Jakie macie możliwości dalszych działań/kontynuacji pracy nad innowacją społeczną? Jakie macie w tym zakresie zasoby? Jakie przeszkody i ograniczenia udało się dotychczas zidentyfikować? Co było najtrudniejsze? Jak można sprostać wyzwaniom które pojawiły się w toku pracy? Jak można poradzić sobie w ograniczeniach?
O	Jakie są możliwości na wdrożenie Twojej innowacji społecznej? Jakie są możliwości na dalszy rozwój inicjatywy? Kto może sprzyjać realizacji tych celów? Gdzie można szukać wsparcia?
W	Co można uznać za Twoje osiągnięcie w toku realizacji dotychczasowych działań? Co się już wydarzyło? Co było najbardziej wartościowym elementem w dotychczas wykonanej pracy nad projektem innowacji społecznej dla Ciebie? Co było dla Ciebie najważniejsze pod kątem możliwości Twojego dalszego rozwoju? Jakie kompetencje udało Ci się dotychczas rozwinąć dzięki pracy warsztatowej? W czym może to być pomocne? Dokąd może Cię to doprowadzić? Jakie to miało znaczenie dla przebiegu procesu projektowego? Jakie następne kroki na tej drodze są przed Tobą/Wami? Co nadal pozostaje do wykonania?

Literatura

Budak, A. (2022). *Becoming a changemaker. An Actionable, Inclusive Guide to Leading Positive Change at Any Level*. Grand Central Publishing.

Bernarda G., Osterwalder A., Pigneur Y., Smith A. (2015). *Projektowanie propozycji wartości*. ICAN Institute.

Bland, D. J., Osterwalder, A. (2019). *Testing Business Ideas: A Field Guide for Rapid Experimentation*. Wielka Brytania: Wiley.

Czarniawska B. (2010). *Trochę inna teoria organizacji*. Warszawa: Poltext.

Csikszentmihalyi M. (2023). *Flow. stan przepływu. Zanurzyć się w doświadczeniu, płynąć z jego nurtem, smakować życie*. Łódź: JK Wydawnictwo.

Figueres Ch., Rivett-Carnac T. (2021). *Przyszłość zależy od nas*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.

Fundacja Przedsiębiorczości Kobiet (2023). *Mentoring biznesowy. Podręcznik dla Mentorki/Mentora i Mentee*. Materiały powstały w ramach realizacji projektu *Mój biznes za granicą*.

Glinka B., Gudkova S. (2011). *Przedsiębiorczość*. Warszawa: Wolters Kluwer.

Hargrove R. (20026). *Mistrzowski coaching*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.

Hatch M. Jo (2002). *Teoria organizacji*. Warszawa: PWN.

Kołodziej, R., Skalska Z. (2021). *Prototyping 2040 – The FutureS Thinking Book*. Greenhat Innovation, Blue Media.

Kostera M. (red.) (2010). *Nowe kierunki w zarządzaniu*. Warszawa: WAiP.

Norman D. (2018). *Dizajn na co dzień*. Kraków: Wydawnictwo Karakter.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., *Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera*, Gliwice 2012, Wydawnictwo Helion

Pigneur, Y., Clark, T., Osterwalder, A. (2012). *Business Model You: A One-Page Method For Reinventing Your Career*. Niemcy: Wiley.

Raworth, K. (2021). *Ekonomia obwarzanka: siedem sposobów myślenia o ekonomii XXI wieku*. Wydawnictwo Krytyki Politycznej.

Smith, A., Osterwalder, A., Etienne, F., Pigneur, Y. (2020). *The Invincible Company: How to Constantly Reinvent Your Organization with Inspiration From the World's Best Business Models*. Wielka Brytania: Wiley.

Springer, F., Bendyk, E., Szymborska, H., Stasik, A., Lis-Plesińska, A., Paca, M., Malko, J., Kociatkiewicz, J., Erbel, J., Ostolski, A., Pobłocki, K., Sutowski, M., Raworth, K. (2023). *Obwarzanek po polsku*. Polska: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.

Wszółek M. (2021). *Teoria i praktyka projektowania (komunikacji). (Re)design designu*. Wrocław: Wydawnictwo LIBRON.

Projekt „Przedsiębiorczość społeczna – kurs podstawowy” o numerze EOG/21/K4/W/0044 jest finansowany ze środków Mechanizmu Finansowego EOG na lata 2014 – 2021 oraz środków krajowych. Mechanizm Finansowy Europejskiego Obszaru Gospodarczego (MF EOG) reprezentuje wkład Islandii, Liechtensteinu i Norwegii – trzech krajów EFTA (Europejskiego Stowarzyszenia Wolnego Handlu) w tworzenie Europy zielonej, konkurencyjnej i sprzyjającej integracji społecznej. Kwota dofinansowania w ramach Funduszy EOG wynosi 118 217 € i pochodzi ze wspomnianych wcześniej państw (Islandii, Liechtensteinu i Norwegii).