



InnCommerce

2016-1-UK01-KA202-024348

**Gamifikacja Szkolenia dla skutecznej komercjalizacji
Innowacje młodych MŚP**

INNCOMMERCE PROGRAM

NAUCZANIA

VERSION 2.0 – 16/05/2018



Erasmus+

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Spis treści:

Moduł 1: Wprowadzenie do komercjalizacji innowacji oraz procesu innowacyjności.....	2
Moduł 2: Analiza branży i konkurencji.....	3
Moduł 3: Analiza klientów	4
Moduł 4: Tworzenie i ocena pomysłów	5
Moduł 5: Koncepcja projektowania i prototypowanie.....	6
Moduł 6: Testowanie i doskonalenie.....	7
Moduł 7: Produktyzacja.....	8
Moduł 8: Tworzenie wartości i marki.....	9
Moduł 9: Wdrożenie.....	10
Moduł 10: Zwiększanie potencjału innowacyjnego i strumienia przychodów	11

Moduł 1: Wprowadzenie do komercjalizacji innowacji oraz procesu innowacyjności

Opis modułu	Moduł 1 zawiera wprowadzenie do komercjalizacji innowacyjnych produktów i usług. Wyjaśnia pojęcia komercjalizacji i innowacji, daje także odpowiedź na pytania takie jak „Jakie korzyści płyną z komercjalizacji innowacji?” oraz „Jakie są pułapki i czynniki sukcesu w komercjalizacji?”. Moduł wyjaśnia też koncepcje innowacyjności otwartej i zamkniętej, ponadto omawia źródła innowacyjności i strukturę procesów innowacyjności i komercjalizacji.
Oczekiwane efekty	Po ukończeniu tego modułu będziesz potrafił/-a: <ul style="list-style-type: none"> • zrozumieć i wyjaśnić znaczenie innowacyjności oraz jak innowacyjność wiąże się z komercjalizacją • wykorzystać i zastosować pojęcie komercjalizacji w innowacyjności • zrozumieć i wyjaśnić pojęcie komercjalizacji innowacji oraz znaczenie komercjalizacji i korzyści z niej płynące • opisać kluczowe etapy udanego procesu komercjalizacji • zidentyfikować i ocenić wyzwania związane z komercjalizacją innowacji stojące przed młodymi MŚP
Aktywności	<ul style="list-style-type: none"> • oglądanie 1 prezentacji wideo i 2 dodatkowych filmów wideo • zapoznanie się z materiałami do czytania: 1 obowiązkowym i 2 uzupełniającymi • realizacja 3 ćwiczeń
Szacunkowy czas trwania	2 godziny obejmujące: <ul style="list-style-type: none"> • 30 minut – materiały wideo • 80 minut – zapoznanie się z obowiązkową lekturą • 10 minut –ćwiczenia

Moduł 2: Analiza branży i konkurencji

Opis modułu	Moduł 2 koncentruje się na badaniu i pozyskaniu wiedzy nt branży i konkurencji. Wyjaśnia koncepcję i sposoby działania stosowane w analizie branży i występujących w niej trendów, jej atrakcyjności, możliwych nowych kierunków, wkładu, który branża, w tym branża produkcyjna, może wnieść na rzecz produktów i usług, oraz badania konkurencji.
Planowane rezultaty nauczania	Po ukończeniu tego modułu powinieneś/powinnaś umieć: <ul style="list-style-type: none"> • Klasyfikować główne siły i trendy występujące w Twoim otoczeniu i wpływające na Twoją branżę • Ocenić poziom konkurencji i atrakcyjność Twojej branży, oraz określić możliwości Twojej firmy w zakresie konkurowania na rynku • Rozumieć jak technologia i działalność produkcyjna mogą kierować innowacją; innowację skoncentrowaną na produkcji (zrozumiesz na czym polega różnica pomiędzy innowacją skoncentrowaną na producencie a innowacją skoncentrowaną na użytkowniku) • Określić mocne i słabe strony Twoich bieżących produktów lub usług w porównaniu do podobnych produktów i usług dostarczanych przez Twoją konkurencję, oraz zagrożenia i szanse dla Twojej branży
Zawartość zajęć	<ul style="list-style-type: none"> • Obejrzyj 1 film wprowadzający i 3 uzupełniające • Będziesz analizować 1 lekturę obowiązkową i 3 nieobowiązkowe • Wykonasz 1 ćwiczenie (1–3 ćwiczenia w każdym module)
Planowany czas zajęć	Wszystkie zajęcia będą trwać 1 godzinę i 40 minut, w tym: <ul style="list-style-type: none"> • 30 minut na projekcję filmów • 60 minut na analizę lektury obowiązkowej • 10 minut na ćwiczenia (maks. 5 min. na 1 ćwiczenie)

Moduł 3: Analiza klientów

Opis modułu	Moduł 3 koncentruje się na analizie rynków i klientów/użytkowników. Pokazuje jak głos klienta/użytkownika może sterować innowacją i promować nowe pomysły, jak zdefiniować i określić profile różnych grup klientów i segmenty rynkowe, jak określić indywidualne potrzeby klientów/użytkowników, oraz jak tworzyć strategie pozycjonowania informujące o korzyściach oferowanych przez produkt lub usługę istotny/ą dla danej grupy docelowej.
Planowane rezultaty nauczania	Po ukończeniu tego modułu powinieneś/powinnaś umieć: <ul style="list-style-type: none"> • Opisywać i określać profile różnych grup klientów: tzn. segmenty rynkowe, na których będziesz się koncentrować • Określać indywidualne potrzeby Twoich obecnych i przyszłych klientów • Rozumieć jak opinia klienta steruje innowacją i nowymi produktami lub usługami i z tego względu jest źródłem innowacji marketingowych (zrozumiesz na czym polega różnica pomiędzy innowacją skoncentrowaną na producencie a innowacją skoncentrowaną na użytkowniku) • Opracować strategie pozycjonowania informujące o korzyściach oferowanych przez produkt lub usługę istotną dla danej grupy docelowej
Zawartość zajęć	<ul style="list-style-type: none"> • Obejrzyjsz 1 film wprowadzający i 3 uzupełniające • Będziesz analizować 1 lekturę obowiązkową i 2 nieobowiązkowe • Wykonasz 2 ćwiczenia (1–3 ćwiczenia w każdym module)
Planowany czas zajęć	Wszystkie zajęcia będą trwać 2h 20 minut, w tym: <ul style="list-style-type: none"> • 40 minut na projekcję filmów • 1,5 godz. na analizę lektury obowiązkowej • 10 minut na ćwiczenia

Moduł 4: Tworzenie i ocena pomysłów

Opis modułu	Moduł 4 zawiera informacje na temat fazy generowania pomysłów: ich tworzenia i oceny. Podjęte są takie tematy jak, na przykład, zasady tworzenia i oceny pomysłów, uczestnicy procesu tworzenia pomysłów, metody, czy klienci i inne zainteresowane strony mogą uczestniczyć w generowaniu i ocenie pomysłów, a jeśli tak, jakie płyną z tego korzyści i jak przechodzić do kolejnych etapów. Procesy te obejmują kształtowanie celu tworzenia pomysłów.
Oczekiwane efekty	Po ukończeniu tego modułu będziesz potrafił/-a: <ul style="list-style-type: none"> • zrozumieć i wyjaśnić zasady tworzenia pomysłów, gdzie, jak i dlaczego generować nowe pomysły oraz zasady oceny i selekcji pomysłów • generować zróżnicowane cele na potrzeby określonego celu • zidentyfikować i potrafić dokonać oceny, selekcji i organizacji pomysłów • opisać i uzasadnić wybór danego pomysłu
Aktywności	<ul style="list-style-type: none"> • oglądanie 1 prezentacji wideo i 2 dodatkowych filmów wideo • zapoznanie się z materiałami do czytania: 1 obowiązkowym i 2 uzupełniającymi • realizacja 3 ćwiczeń
Szacunkowy czas trwania	2 godziny obejmujące: <ul style="list-style-type: none"> • 30 minut – materiały wideo • 80 minut – zapoznanie się z obowiązkową lekturą • 10 minut – ćwiczenia

Moduł 5: Koncepcja projektowania i prototypowanie

Opis modułu	Moduł 5 rzuca światło na kluczowe pojęcia, główne zasady i metody rozwoju koncepcji i prototypowania. Bada różne sposoby zastosowania koncepcji projektowania w rozwoju produktu i usługi oraz daje odpowiedź na pytania “jak odkrywać i wybierać koncepcje”, “jak współpracować”, oraz “jakie są alternatywne i nietradycyjne sposoby prototypowania i rozwijania konceptów”.
Zamierzone efekty szkolenia	Po ukończeniu tego modułu uczestnik powinien być w stanie: <ul style="list-style-type: none"> • zrozumieć i umieć wytłumaczyć znaczenie koncepcji i prototypów w procesie rozwoju innowacji i komercjalizacji, • zrozumieć proces przejścia od wygenerowania pomysłu do bardziej szczegółowego, słownego lub wizualnego opisu produktu oraz budowania prototypu, • zrozumieć znaczenie i rolę koncepcji w działaniach rozwojowych.
Działania edukacyjne	<ul style="list-style-type: none"> • obejrzenie 1 prezentacji wideo oraz 5 dodatkowych materiałów wideo, • zapoznanie się z 9 opcjonalnymi materiałami do czytania, • wykonanie 1 ćwiczenia.
Przewidywany czas trwania	Całkowity nakład pracy wynosi 3,5 godziny i zawiera: <ul style="list-style-type: none"> • około 40 minut oglądania materiałów wideo, • około 10 minut czytania i 2,5 godziny na zapoznanie się z dodatkowym materiałem do czytania, • 10 minut wykonywania ćwiczeń.

Moduł 6: Testowanie i doskonalenie

Opis modułu	<p>Moduł 6 – Testowanie i doskonalenie – dotyczy obserwacji użytkownika oraz testowania rynku, a także dostarczenia informacji na temat różnic pomiędzy tymi elementami. Moduł wskazuje także metody i narzędzia, które można wykorzystać, kto powinien być zaangażowany i w jaki sposób, na przykład w przypadku użytkowników: jakie są narodowe, międzynarodowe i kulturowe czynniki wpływające na testowanie. Celem modułu jest dostarczenie informacji na temat zarówno testowania, jak i wykorzystania wyników testów w doskonaleniu produktów, a także dla innych czynności (na przykład budowania marki i wejścia na kolejne rynki). Moduł wskazuje także na konieczność kolejnych powtórzeń testów, jako elementu doskonalenia.</p>
Przewidywane efekty uczenia się	<p>Na zakończenie tego modułu powinieneś umieć:</p> <ul style="list-style-type: none"> • opisywać proces, zasady, testowanie przez użytkowników i testowanie rynku oraz różnice między nimi • rozumieć, kiedy i jak używać testów przeprowadzonych przez użytkowników i / lub testów rynkowych • opracować testy i zidentyfikować narzędzia i metody, które można w nich wykorzystać, a także uczestników na poziomie krajowym i międzynarodowym • wykorzystać wyniki testu prowadzonego przez użytkownika i testowania rynku w celu udoskonalenia, a także kolejnych kroków procesu oraz wiedzieć czy są potrzebne procesy iteracyjne.
Działania edukacyjne	<p>Samodzielna nauka poprzez platformę Moodle przy wykorzystaniu nagrań instruktażowych, filmów edukacyjnych oraz tekstów, quizów i ćwiczeń nawiązujących do gier dotyczących testowania przez użytkowników i rynków na poziomach krajowym i międzynarodowym, doskonalenia i wykorzystania efektów testowania.</p> <ul style="list-style-type: none"> • obejrzenie jednej prezentacji video i jednego dodatkowego filmu video • analiza jednego obowiązkowego tekstu i jednego tekstu dodatkowego • zrobienie jednego ćwiczenia
Przewidywany czas trwania kursu	<p>Całkowity czas na moduł to 3 godziny i 10 minut, w tym:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 90 minut na obejrzenie filmów video • 90 minut na analizę tekstów • 10 minut na wykonanie ćwiczenia

Moduł 7: Produktyzacja

Opis modułu	<p>Moduł 7 koncentruje się na wprowadzaniu produktu na rynek. Przedstawia ogólny zarys procesu produktyzacji i wpływające na niego czynniki, w tym:</p> <ul style="list-style-type: none"> • czym jest produktyzacja, jakie są jej zalety oraz co może być sproduktyzowane, • standaryzacja i / lub kontekstowe zastosowanie produktu lub usługi, • proces produktyzacji od strategii po aspekty prawne, implementację, pomiary i kontynuację, • klienci i produktyzacja, • narzędzia produktyzacji.
Zamierzone efekty kształcenia	<p>Po ukończeniu tego modułu uczestnik powinien być w stanie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • opisać i rozumieć proces produktyzacji, • rozumieć czynniki wpływające na produktyzację, • rozumieć rolę klientów w procesie produktyzacji, • identyfikować elementy potrzebne do produktyzacji w celu stosowania ich w praktyce w standardowych ustawieniach i dostosowanych do strategii firmy oraz przy użyciu podstawowych narzędzi do produktyzacji.
Działania edukacyjne	<ul style="list-style-type: none"> • Obejrzenie 1 prezentacji wideo oraz 3+2 dodatkowych materiałów filmowych, • Zapoznanie się z 1 obowiązkowym i 9 opcjonalnymi materiałami tekstowymi do wyboru , • Obejrzenie 2 opcjonalnych materiałów wideo, • Wykonanie dwóch ćwiczeń.
Przewidywany czas trwania	<p>Całkowity czas pracy wynosi 2 godziny i zawiera:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 57 minut oglądania materiałów wideo, • 10 minut na zapoznanie się z obowiązkowymi materiałami tekstowymi do czytania, • 10 minut ćwiczeń, • 43 minuty na opcjonalne materiały wideo i opcjonalne materiały tekstowe.

Moduł 8: Tworzenie wartości i marki

Opis modułu	Moduł 8 opisuje tworzenie marki oraz nadawanie wartości produktowi/usłudze, firmie oraz klientom. Treść dotyczy ogólnych elementów tworzenia marki, zasad tworzenia i rozwijania marki, wymiarów marki, dywersyfikacji marki na różnych rynkach, tworzenia wartości marki oraz wpływu marki na decyzje zakupowe, preferencje klientów, ich lojalność, wartości marki, znaczenia marki dla organizacji
Planowane rezultaty	Po ukończeniu modułu powinieneś posiadać następujące umiejętności: <ul style="list-style-type: none"> • Rozumienie wartości marki i znaczenie tworzenia dobrej marki • Rozpoznawanie Intencji Zakupowych Klientów, w tym proces decyzyjny klientów • Rozumienie wartości struktur, np. modelu innowacji biznesowej i procesów osiągnięcia zysków • Identyfikacja korzyści marki • Znaczenie wymagań klientów i ich lojalność
Działania edukacyjne	<ul style="list-style-type: none"> • Pokaz prezentacji wideo oraz trzech dodatkowych materiałów wideo • Zapoznanie się z jednym głównym oraz czterema dodatkowymi materiałami tekstowymi • Wykonanie dwóch ćwiczeń
Szacowana długość	Czas realizacji modułu wynosi 3,33 godziny, w tym: <ul style="list-style-type: none"> • 150 minut materiałów wideo • 40 minut lektury tekstów • 10 minut ćwiczeń

Moduł 9: Wdrożenie

Opis modułu	Moduł 9 skupia się na działalności wdrożeniowej. Opisuje elementy i instrumenty marketingu mix, kanały dystrybucji od dystrybucji tradycyjnej po marketing on-line, e-commerce, wykorzystanie mediów społecznościowych oraz nowoczesnych technologii internetowych, alternatywnych metod marketingowych, ale także planowanie, przygotowanie i wdrożenie planów działalności, oraz działalność kontrolną po wdrożeniu, a także przygotowanie do kolejnych faz funkcjonowania.
Zamierzone efekty uczenia się	Po zakończeniu tego modułu powinieneś umieć: <ul style="list-style-type: none"> • opisać i zrozumieć elementy procesu wdrożenia produktu na rynek od marketingu mix, marketingu internetowego, do rynku i wdrożenia planu, a także działalności kontrolnej • prezentować innowacyjny produkt lub usługę na rynku po raz pierwszy • zastosować instrumenty marketingowe do wprowadzenia innowacji na rynek • zrozumieć w jaki sposób nabywca dostosowuje i wykorzystuje produkt lub technologię w czasie
Działania edukacyjne	Samodzielna nauka przez platformę Moodle przy wykorzystaniu nagrań instruktażowych, filmów edukacyjnych i tekstów, ćwiczeń z wykorzystaniem koncepcję 4P, a także inne nawiązujące do gier ćwiczenia i quizy: <ul style="list-style-type: none"> • obejrzenie jednej prezentacji video i 6 dodatkowych filmów • analizę jednego obowiązkowego tekstu i jednego dodatkowego tekstu • zrobienie trzech ćwiczeń
Przewidywany czas trwania	Całkowity czas na moduł to 3 godziny i 15 minut, w tym: <ul style="list-style-type: none"> • 90 minut na obejrzenie filmów • 90 minut na analizę obowiązkowego materiału opisowego • 15 minut na ćwiczenia

Moduł 10: Zwiększanie potencjału innowacyjnego i strumienia przychodów

Opis modułu	Moduł 10 opisuje finansowe aspekty komercjalizacji i innowacji: finansowe aspekty przychodów, zwrot inwestycji (innowacje), źródła przychodów i strumienie, zwiększanie dochodu z innowacji.
Planowane rezultaty	Po ukończeniu modułu powinieneś posiadać następujące umiejętności: <ul style="list-style-type: none"> • Rozumienie czym jest strategia innowacji i jak pomaga ona w komercjalizacji firmy i produktów • Świadomość różnych strumieni przychodu dostępnych dla firmy • Rozumienie finansowych modeli dostępnych dla firm • Rozumienie jak wspólne przedsięwzięcia i dystrybutorzy mogą pomóc wprowadzić twoje produkty na rynek. • Wykorzystywanie zwrotu z inwestycji w celu mierzenia i monitorowania twojej strategii innowacji.
Działania edukacyjne	<ul style="list-style-type: none"> • Pokaz prezentacji wideo oraz trzech dodatkowych materiałów wideo • Zapoznanie się z pięcioma materiałami tekstowymi • Wykonanie czterech ćwiczeń
Szacowana długość	Całkowita długość wynosi 147 minut, w tym: <ul style="list-style-type: none"> • 82 minuty wideo • 50 minut czytania tekstów • 15 minut ćwiczeń

www.InnCommerce.eu

