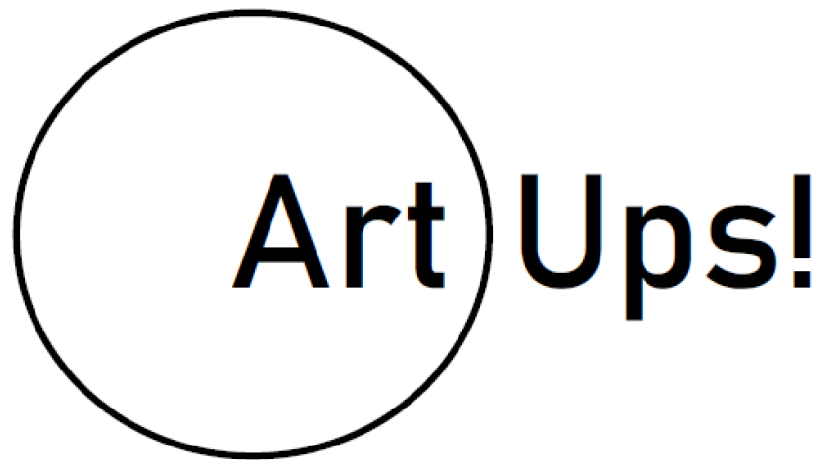




RAPORT KOŃCOWY

SPISTREŚCI

1. WSTĘP str. 4
2. FIRST STEPS – Z JAKIEGO ZAŁOŻENIA WYSZLIŚMY str. 5
3. PLAN BADAWCZY – JAK TO ZAPLANOWALIŚMY str. 6
4. SCENARIUSZ WYWIADU – CZEGO CHCEMY SIĘ DOWIEDZIEĆ str. 8
5. ANALIZA ODPOWIEDZI RESPONDENTÓW – CO NAM POWIEDZIELI UCZNIOWIE str. 10
6. PERSONY str. 11
7. WZMACNIAMY WIZJĘ str. 13
8. TESTUJEMY NASZĄ WIZJĘ Z INTERPRETATORAMI str. 14
9. BRIEF WYWIADU/WARSZTATÓW – ZAPREZENTOWALIŚMY INTERPRETATOROM str. 15
10. WNIOSKI Z WARSZTATÓW – CZEGO SIĘ DOWIEDZIELIŚMY str. 15
11. BENCHMARK – ANALIZUJEMY STRATEGIE KONKURENCJI str. 17
12. ANALIZA WYNIKÓW – REWOLUCJA W NASZEJ USŁUDZE str. 17
13. ZAKRES PROJEKTU – NASZA NOWA INNOWACYJNA USŁUGA str. 18
14. WARTOŚCI – JAKIE NAM PRZYŚWIECAJĄ str. 19

15. STRATEGIA USŁUGI – JAK TO WIDZIMY str. 20
16. TRENDY MAKRO I MIKRO, NA KTÓRE ODPOWIADA KONCEPT str. 22
17. ARTUPS! – JAK TO DZIAŁA str. 25
18. SCENARIUSZ WARSZTATÓW – JAK TO DZIAŁA str. 26
19. ŚCIEŻKA UŻYTKOWNIKA – KROK PO KROKU Z ARTUPS! str. 31
20. O CO TU WŁAŚCIWIE CHODZI – NASZE CELE str. 36
21. CO W TYM TEMACIE MAJĄ DO POWIEDZENIA – MĘDRCY TEGO ŚWIATA str.37
22. MODEL BUSINESS CANVAS str. 40
23. DNA NASZEJ USŁUGI – CZY WIEMY JAKIE MAMY GENY str. 41
24. JAK MOŻEMY SFINANSOWAĆ PROJEKT str. 49
25. PODSUMOWANIE str.49
26. LITERATURA str. 50
27. ZAŁĄCZNIKI str. 51

WSTĘP

Raport jest podsumowaniem projektu stworzenia usługi mającej na celu poprawę jakości kształcenia uczniów szkół ponadpodstawowych w obszarze kreatywności, estetyki i współpracy.

Jak wynika z badań nad edukacją w Polsce, szkolnictwo nie wzmacnia kompetencji w zakresie kreatywnego myślenia. Jak wynika z raportu „Szkoła dla innowatora”, zleconego przez Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii w 2017 roku „Polska szkoła nie kształtuje w uczniach w wystarczającym stopniu kompetencji »wychodzenia poza schematy«, uczniowie boją się myśleć kreatywnie, nie umieją współpracować”.

W niniejszy raporcie przedstawiamy proces powstawania projekt „ArtUps!”, w oparciu o metodologię Design Thinking. Raport obejmuje również wnioski z przeprowadzonych z interpretatorami wywiadami oraz komentarze uczniów, którym został zaprezentowany. Skupiliśmy się na użytkowniku i jego problemach i niedogodnościach jakie napotyka w szkole. Nasz zespół składa się z osób o różnym doświadczeniu i różnych profesjach dzięki czemu w procesie mogliśmy spojrzeć na wyzwanie projektowe z różnych perspektyw i wnieść nowe wartości z własnego gruntu.

Proces powstawania usługi był burzliwy i spotkaliśmy się z wieloma problemami jakie dotyczą polską edukację, a z których nie zdawaliśmy sobie sprawy. Od problemów stricte finansowych po różnorodną grupę odbiorców. Przeszliśmy drogę od projektu aplikacji, innowacyjnej platformy a ostatecznie stworzyliśmy usługę warsztatów wspartą innowacyjnym srytem edukacyjnym. Odeszliśmy od nowych technologii wybierając ścieżkę bliższą człowiekowi. Pozwalającą mu na kontakt z drugim człowiekiem, budowanie relacji w realnym świecie, na który coraz częściej młodzi ludzie nie mają czasu.

„Jeżeli jest coś, czego można zawsze pragnąć i niekiedy osiągnąć, to jest tym ludzka czułość.” (Albert Camus).

Projekt powstał jako praca dyplomowa na kierunku „Zarządzanie innowacją” SWPS w Poznaniu, 2018–2019.

Zespół: Ewa Chudecka, Adrianna Czyż, Zuzanna Jaszczyk, Monika Nowakowska-Twaróg, Anna Rzepa.

ZAKRES ZADANIA - KRĘTA DROGA OD KONCEPCJI DO USŁUGI

Usługa ma na celu wsparcie kreatywnych kompetencji uczniów oraz naukę pracy zespołowej. Za pomocą warsztatów dla uczniów szkół ponadpodstawowych, których celem jest nauczanie uczestników kreatywnego myślenia, pracy projektowej oraz pracy w grupie. Podczas warsztatów uczniowie przejdą przez cały proces projektowania, a na zakończenie mają możliwość wdrożenia swojego projektu w szkole. Usługa zakłada kompleksowy projekt warsztatów podzielonych na segmenty, opisane w dalszym etapie tego raportu. Jednak zanim doszliśmy do tego rozwiązania droga była kręta.

FIRST STEPS - Z JAKIEGO ZAŁOŻENIA WYSZLIŚMY

Naszą pracę zaczęliśmy od zadania sobie pytania jak organizacja przestrzeni wpływa na kreatywność użytkowników szkoły ponadpodstawowej oraz czy zajęcia kreatywne mają kluczowe znaczenie dla rozwoju uczniów.

W tym celu zbudowaliśmy ankiety, które wypełnili uczniowie, nauczyciele, dyrekcja oraz jeden absolwent szkoły ponadpodstawowej w Trójmieście.

PLAN BADAWCZY – JAK TO ZAPLANOWALIŚMY

PYTANIA I PROBLEMY	Czy osoby z naszej grupy docelowej (uczniowie i pracownicy placówek ponadpodstawowych) mają potrzebę dobrze zaprojektowanej przestrzeni w swojej szkole i jak ona wpływa na ich zachowanie oraz kreatywność? Jak pobudzić ich wyobraźnię i dać przestrzeń do wspólnego spędzania czasu? • Czy przestrzeń w szkole wpływa na kreatywność uczniów? • Czy przestrzeń w szkole może mieć wpływ na kreatywność nauczycieli oraz sposób prowadzenia przez nich zajęć? • Czy kreowanie przez uczniów przestrzeni wpływa na wzmocnienie ich kompetencji?
DOBÓR METODY BADAWCZEJ	Metoda badawcza: • Ankieta wstępna z uczniami szkół ponadpodstawowych (około 45 minut); • Indywidualne wywiady pogłębione, ustrukturyzowane (ok. 60 min). Uzasadnienie doboru metody: • Charakterystyka grupy docelowej (osoby młode - uczniowie oraz ich pedagodzy). • Cechy metody: spójność gromadzonych informacji, łatwa analiza wniosków, łatwość dogłębnej identyfikacji potrzeb, bezpośredni kontakt z badanym, możliwość uszczegółowienia pytań na bieżąco. Uzupełnienie metody (ewentualnie): • Wywiady z absolwentami szkół; • Desk research: analiza dostępnych danych dot. badanego obszaru (publikacje naukowe, artykuły, fora dyskusyjne, analizy i raporty itp.).

ORU PRÓBY	Grupa 10 osób (uczniowie z zaprzyjaźnionych szkół, znajomi, rekrutacja metodą kuli śniegowej): • Uczniowie szkół ponadpodstawowych z Trójmiasta i Poznania; • Pracownicy szkół ponadpodstawowych z Trójmiasta i Poznania (nauczyciele, dyrekcja, administracja); • Absolwenci szkół ponadpodstawowych z Trójmiasta i Poznania																				
DANE I ICH ANALIZA, SPOSÓB RAPORTOWANIA	• Nagrania i notatki z wywiadów (dane jakościowe). ♥ Analiza jakościowa, formalna (analiza treści wywiadów, wyszukiwanie wzorów zachowań/doświadczeń, definiowanie person). ♥ Raport z badania: uzasadnienie i opis metody, kryteria rekrutacji i opis próby, pytania badawcze, obserwacje: motywacje, wartości, elementy różnicujące itp., rekomendacje projektowe.																				
HARMONOGRAM I BUDŻET	Harmonogram (wewnętrzne ustalenia zespołu): <table><tr><td>1.</td><td>Opracowanie i przeprowadzenie ankiet</td><td>Grudzień 2018</td></tr><tr><td>2.</td><td>Opracowanie planu badawczego i scenariusza wywiadów</td><td>14.01.2019</td></tr><tr><td>3.</td><td>Opracowanie listy respondentów i podział wywiadów</td><td>14.01.2019</td></tr><tr><td>4.</td><td>Przeprowadzenie wywiadów</td><td>14-17.01.2019</td></tr><tr><td>5.</td><td>Analiza danych i wstępne wnioski</td><td>17.01.2019</td></tr><tr><td>6.</td><td>Opracowanie raportu/prezentacji</td><td>17-18.01.2019</td></tr></table> Budżet: bez znaczenia (badanie w celach edukacyjnych)			1.	Opracowanie i przeprowadzenie ankiet	Grudzień 2018	2.	Opracowanie planu badawczego i scenariusza wywiadów	14.01.2019	3.	Opracowanie listy respondentów i podział wywiadów	14.01.2019	4.	Przeprowadzenie wywiadów	14-17.01.2019	5.	Analiza danych i wstępne wnioski	17.01.2019	6.	Opracowanie raportu/prezentacji	17-18.01.2019
1.	Opracowanie i przeprowadzenie ankiet	Grudzień 2018																			
2.	Opracowanie planu badawczego i scenariusza wywiadów	14.01.2019																			
3.	Opracowanie listy respondentów i podział wywiadów	14.01.2019																			
4.	Przeprowadzenie wywiadów	14-17.01.2019																			
5.	Analiza danych i wstępne wnioski	17.01.2019																			
6.	Opracowanie raportu/prezentacji	17-18.01.2019																			

SCENARIUSZ WYWIADU – CZEGO CHCEMY SIĘ DOWIEDZIEĆ

- WPŁYW PRZESTRZENI W SZKOLE NA KREATYWNOSĆ UCZNIÓW I NAUCZYCIELI

W wywiadach staraliśmy się dowiedzieć:

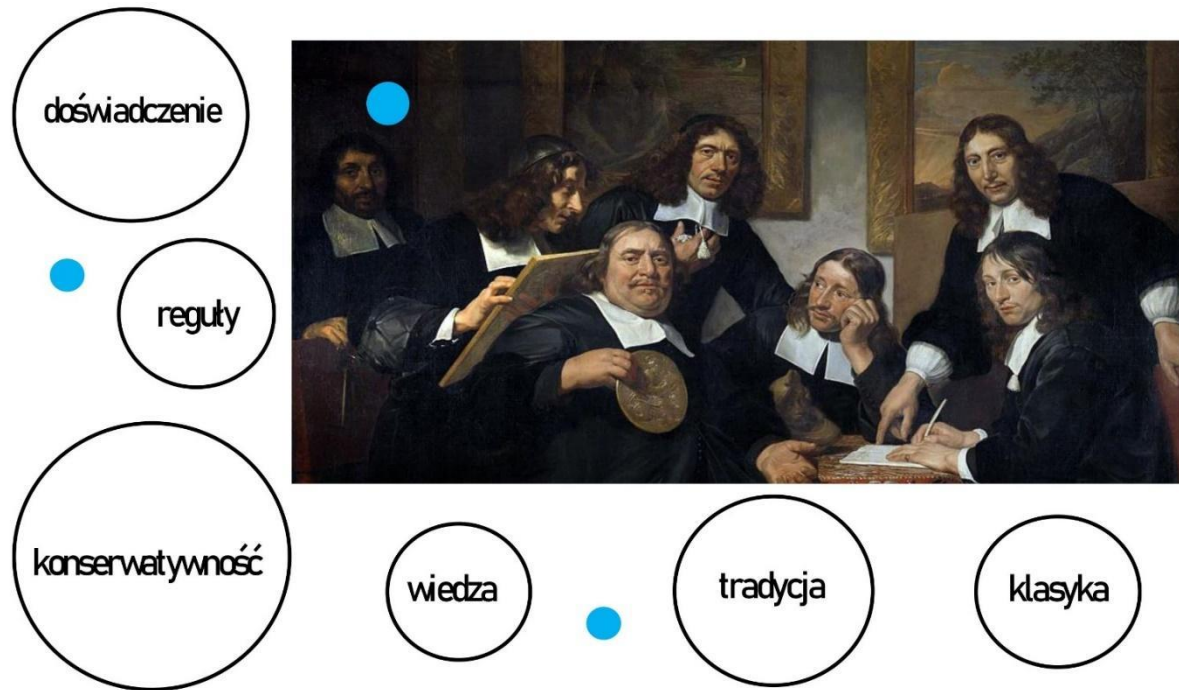
- Co rozumieją przez określenie, że ktoś jest kreatywny?
- Jakie są dotychczasowe doświadczenia uczniów i nauczycieli w ich szkole?
- Jakie mają problemy z przestrzenią w szkole/ co ich w niej drażni, a co lubią?
- Jaki widzą potencjał w swojej szkole?
- Co chcieliby w niej zmienić?
- Czy chcieliby mieć więcej zajęć kreatywnych w szkole?
- Jakie są ich inspiracje?
- Jak wygląda ich wymarzona szkoła?

ANALIZA ODPOWIEDZI RESPONDENTÓW – CO NAM POWIEDZIELI UCZNIOWIE

- *„Jako kreatywność rozumiem umiejętność radzenia sobie z problemami nieszablonowymi, sposobami, ma głowę pełną pomysłów, których nie waha się realizować”.*
- *„Czasami jakieś fajne warsztaty. Niektóre nauczycielki potrafią prowadzić lekcję w sposób niestandardowy, żeby pobudzić kreatywność”.*
- *„Dyrekcja jest przychylna czemukolwiek tylko jeśli daje to jakieś bonusy szkolne np. do reklamy na dniu otwartym. Otoczenie jest dosyć standardowe, szkolne. Na korytarzach wiszą prace uczniów, które są bardzo ładne, ale jeśli się przyjrzeć to są to trzy osoby, które je robią. Wiszą też plakaty i zdjęcia, upiększają otoczenie. Myślę, że te wszystkie elementy pobudzają kreatywność i w porównaniu ze zwykłą polską szkołą jest nieźle”.*
- *„Moi rodzice całe moje życie stawiali na kreatywność. Chodziłam na różnego rodzaju zajęcia taneczne, muzyczne, językowe, sportowe i teatralne. Po prostu brakuje mi na to wszystko czasu”.*
- *„Krzeseła są niewygodne a temperatura światła za zimna. Czytelnia – wstawić kanapy i fotele. Zostawić mniej stołów, wstawić więcej roślin, tak ogólnie”.*
- *„W mojej szkole uczniowie mają tak zwane „okienka”, które trwają po 2h, a czasem i nawet 4h. „Okienka” to przerwy między lekcjami. Nie zawsze ludzie wychodzą ze szkoły, czasem w niej zostają żeby się pouczyć. Można iść do biblioteki albo to jakiegokolwiek wolnej klasy. Chciałabym by chociaż jedno pomieszczenie było przeznaczone tylko dla uczniów. Wystarczyłyby 2 kanapy, parę stolików, krzesel, tablica i może parę komputerów”.*
- *„Lubię klasy w których mam zajęcia. Są przestrzenne i mają dużo okien przez co wpada dużo światła i nie trzeba włączać nieprzyjemnie świecących lamp. Biblioteka jest fajna ze względu na dostęp do komputerów i wygodne kanapy. Również lubię jedno pomieszczenie, w którym od czasu do czasu spędzam okienka. Jedynym minusem jest to, że niestety jest bardzo małe”.*

- *„Gdańsk business jest dobrym przykładem. Nie jestem przekonany do warsztatów z kreatywności jako cechy/idei. Moim zdaniem musi to być kreatywność na konkretnym przykładzie, z różnych dziedzin, w zależności co kogo interesuje”.*
- *„Wymarzona szkoła to nieobowiązkowe wykłady, indywidualny program. Duży stosunek liczby nauczyciela na ucznia (najczęściej powyżej 0,5), nowoczesny budynek, bardzo zdywersyfikowana grupa uczniów”.*
- *„[...] miejsca przeznaczone tylko dla uczniów. Szafki. Duża stołówka. Sale przeznaczone wyłącznie do zajęć pozalekcyjnych np. Sala muzyczna. Jasne ściany -> gdy idziesz przez ciemny korytarz wydaje mi się, że stajesz się przygnębiony. Brak mundurków. Basen. Duża sala gimnastyczna. Siłownia. Dach szkoły na który byłyby stoliki, krzesła, ławki – można by było tam jeść obiady czy po prostu siedzieć i poczytać”.*
- *„Chciałabym by choć jeden dyrektor (lub ktokolwiek kto decyduje o tym co się dzieje w szkole) naprawdę zastosował choć jedną z proponowanych przez jego uczniów próśb. Nie muszą to być koniecznie moje, chociaż wszyscy moi znajomi uważają pokoje specjalnie przeznaczone dla nas za genialny pomysł”.*

Na podstawie przeprowadzonych wywiadów z uczniami i nauczycielami stworzone zostały PERSONY użytkowników naszej usługi.





WZMACNIAMY WIZJE

- KIERUNEK DZIAŁANIA: platforma do projektowania kącika kuchennego dla uczniów/ aplikacja dla uczniów do samodzielnego projektowania przestrzeni
- ODBIORCY: uczniowie szkół ponadpodstawowych, nauczyciele. W dalszym etapie rozwoju usługi startupy/ biura/ firmy.
- ISTNIEJĄCE ZNACZENIE: stołówka szkolna, szkolny barek, sklepik / kuchnie biurowe nieprzyjazne dla pracowników;
- NOWE ZNACZENIE: miejsce które uczniowie wraz z nauczycielami sami projektują i aranżują, tak aby móc tam się czuć jak u siebie.
- NOWE ROZWIĄZANIE: pomaga im w tym platforma, w której przy pomocy projektanta/lub bez, projektują i wybierają elementy wystroju nowego miejsca w szkole. Następnie sami lub przy pomocy projektanta tworzą je. Poczucie posiadania swojego miejsca w szkole w którym mogą czuć się jak w domu. Usiąść z ulubioną herbatą lub kawą, zjeść przyniesiony z domu posiłek. Porozmawiać z przyjaciółmi na kanapie lub przy wspólnym stole.

Projekt zakładał stworzenie aplikacji za pomocą, której można by było zamówić usługę stworzenia nowej przestrzeni w szkole. Wystarczyło zrobić zdjęcie wybranego do remontu miejsca i sprecyzować co miałyby się tam znaleźć. Następnie aplikacja dobierałaby nam wyposażenie, można by na żywo dobierać kolory i aranżować miejsce czy to na telefonie czy na komputerze. Następnie można by zamówić cały zestaw do szkoły. Możliwe były 3 ścieżki. Uczniowie z nauczyciele sami aranżują przestrzeń za pomocą aplikacji i następnie sami go wdrażają. Projektują przy wsparciu architekta i następnie sami wdrażają projekt. Trzecia ścieżka umożliwiała przejście całego procesu przy pomocy architekta.

W aplikacji miała znajdować się baza mebli i innych elementów aranżacji wnętrz (farby, oświetlenie itp.) z firm partnerskich, które byłyby w korzystnych cenach.

TESTUJEMY NASZĄ WIZJĘ Z INTERPRETATORAMI.

W tym celu stworzyliśmy brief opisujący nasz pomysł, który przetestowaliśmy na warsztatach w 3 grupach focusowych.

1 tura:

- Adam, 28 lat, historyk, sektor państwowy
- Natalia, 31 lat, kosmetolog
- Aleksandra, 28 lat, historyk sztuki, organizacja non profit
- Aleksandra, 29 lat, administracja

2 tura:

- Janusz, 51 lat, IT
- Karolina, 36 lat, filolog, IT
- Agnieszka, 25 lat, inżynier produkcji, koordynator sustainability
- Sandra, 28 lat, filolog, business development

3 tura:

- pracownik HR,
- szef działu konstrukcji,
- kierownik produkcji,
- psycholog,
- konstruktor,
- architekt

BRIEF WYWIADU/WARSZTATÓW – ZAPREZENTOWALIŚMY INTERPRETATOROM

- czy skorzystaliby Państwo z takiej usługi gdyby mieli możliwość aranżacji takiego miejsca w swojej pracy? (możliwość rozwoju usługi również do innych miejsc docelowych)
- Czy zaproponowane przez nas ścieżki są atrakcyjne? Czy należałoby coś w nich zmienić? Ulepszyć? Dodać?
- Czy takie możliwości dofinansowania projektu byłyby dla Państwa atrakcyjne?
- Czy jest coś co powinien zawierać abonament aby chcieli Państwo z niego skorzystać? Czy powinien zawierać jakąś dodatkową opcję np. serwisu?
- Czy jest coś co chcieliby Państwo jeszcze dodać?

WNISOKI Z WARSZTATÓW – CZEGO SIĘ DOWIEDZIELIŚMY

- produkt/usługa nie dla szkół, tylko dla korporacji – inny światopogląd w polskich szkołach,
- dla klienta korporacyjnego – model budowania produktu – nie na nasze realia, załapałaby się co 10 szkoła w dużym mieście,
- adaptacja przestrzeni – doprecyzowanie jaka przestrzeń spełnia warunki np. od założonego metrażu, czy aranżowanie odbywa się na uprzednio przygotowanej przestrzeni czy też usługa remontowa jest założona w którymś z pakietów,
- doprecyzowanie kto jest jednostką decyzyjną: rada rodziców, uczniowie?
- doprecyzowanie w jaki sposób wybierani są uczniowie, którzy biorą udział w realizacji: samorząd, forum, poszczególne klasy za poszczególne obszary – zakładamy, że to przestrzeń dla wszystkich, a tym samym, że nikt nie będzie pominięty przy jej planowaniu czy aranżowaniu. Kwestia zaangażowania – grupa uderzy do działania, reszta nie, pojawi się grupa roszczeniowa, która będzie oczekiwała za udział punktów,

- zaproponowanie konkretnych metraży mając na uwadze strefy oraz liczbę uczniów, którzy mogliby jednocześnie z tego miejsca korzystać,
- brak detali, brak konkretów,
- abonament – opcja łatwiejszego uzyskania dofinansowania dla projektu unijnego,
- sklepiki szkolne są relatywnie drogie i nie dla każdego znajdzie się coś zgodnego z jego oczekiwaniami, wstawienie dystrybutora na wodę (z wodociągów – zrównoważony rozwój, obniżony koszt),
- zwrócenie uwagi na aranżację innej przestrzeni szkolnej jaką jest pokój nauczycielski; możliwość współtworzenia przestrzeni pozwoliłaby każdemu z osobna przyczynić się do tego żeby np. biuro w którym pracują, było przestrzenią w którym czują się bezpiecznie zaś samo wnętrze funkcjonalne. Dodatkowo poprzez zaangażowanie uczniów lub pracowników w projekcie, zwiększyłoby się poczucie przynależności oraz odpowiedzialności za utrzymywanie wystroju w dobrym stanie. Udział w podejmowaniu decyzji oraz inwestycja w przestrzeń biurowa przyczynia się do zwiększenia motywacji pracowników,
- Ścieżka pierwsza i druga są zbieżne; schemat ścieżek jest bez znaczenia, wszystko zależy od ustroju decyzyjnego i od ceny a budżetu; są nijakie – brak szczegółów,
- budżet szkoły na to nie pozwoli; dofinansowanie zależy od budżetu gminy, budżet celowy zdarza się niezwykle rzadko, pytanie: czy Unia wciąż dofinansowuje tego typu przedsięwzięcia?; musi odbyć się przetarg, zależy od formy jego rozpisania, musi być więcej niż jedna firma,
- możliwość modernizacji np. co 5 lat; usługa abonamentowa łącząca się z rabatem; projekt dodatkowego wnętrza bez realizacji, dla biznesu oznacza to, że zapewnia się stały miesięczny dochód, dla klienta z kolei, że ma spokój i nie musi się martwić jeżeli coś się np. zepsuje. Wystarczy, że zadzwoni i umówi wizytę z fachowcem,
- aranżacja wnętrza w sposób łatwy dla szkół i uczniów, by co jakiś czas mogli zmienić wystrój tematyczny takiego pomieszczenia,

BENCHMARK – ANALIZUJEMY STRATEGIE KONKURENCJI

Równolegle z prowadzeniem warsztatów z Interpretatorami przeprowadziliśmy Benchmark marek. Znaleźliśmy kilka ofert warsztatów /projektów edukacyjnych dla szkół związanych z kreatywnością i zmianą przestrzeni szkoły. Większość z nich dedykowana jest dla lub wdrażana jest w szkołach podstawowych lub przedszkolach. Jakby zapomniano o uczniach liceów. Wiele projektów jak „Przestrzeń edukacyjna 21. Otwieramy szkołę!” to publikacje określające zasady/pomysły na zmianę wyglądu szkół, ale nie dające uczniom i nauczycielom narzędzi i kompetencji do ich wdrażania. Opisane są pomysły na organizację przestrzeni edukacyjnej szkoły, które mogą przyczynić się do budowy lepszego środowiska uczenia się dla uczęszczających do niej uczniów. Aby zmiany w przestrzeni szkolnej nie stały się tylko zmianami wyłącznie estetycznymi, wszystkie podejmowane działania mają na względzie podstawowy. Powstają również podcasty na temat tworzenia przestrzeni dla najmłodszych zarówno w szkole jak i na placu zabaw. Nie odnotowaliśmy natomiast kompleksowego projektu warsztatów zwiększających kreatywność i pozwalających zmienić przestrzeń szkoły dedykowaną uczniom placówek ponadpodstawowych.

ANALIZA WYNIKÓW – REWOLUCJA W NASZEJ USŁUDZE

Po rozmowach z interpretatorami i prowadzącymi studia, oraz benchmarku postanowiliśmy odejść od platformy jako usługi. Ulepszony projekt zakłada stworzenie cyklu warsztatów dla uczniów, które nauczą ich trzech podstawowych umiejętności. Kreatywności, która jest naszym nadrzędnym celem projektu, pracy w grupie oraz myślenia projektowego. Warsztaty zakończy wdrożenie w postaci zaprojektowanej przez uczniów przestrzeni w ich szkole.

ZAKRES PROJEKTU – NASZA NOWA INNOWACYJNA USŁUGA

METODYKA

Projekt zakłada przeprowadzenie 14 innowacyjnych warsztatów dla młodzieży, które wspiera będą ich:

- kompetencje w zakresie kreatywnego myślenia;
- pracy w grupie;
- szybkiego reagowania na zmiany projektowe.

Podczas rocznego kursu uczniowie we współpracy z nauczycielem prowadzącym i architektem przejdą cały proces projektowy mający na celu stworzenie przestrzeni wspólnej w szkole.

Praca nad projektem pozwoli im na lepszą integrację w szkole (również międzypokoleniową) oraz nadadzą im narzędzia do przyszłej pracy zawodowej. Jak wynika z przewidywań forecasterów musimy nauczyć się pracować zespołowo i być gotowi na ciągłe zmiany. Nie tylko w zastanej pracy ale również zmian ścieżki zawodowej. Musimy być kreatywni i otwarci na to co dzieje się wokół nas. To my jesteśmy zmianą i możemy zmieniać świat. Kreatywność i myślenie niestandardowe są tutaj niezbędną umiejętnością przyszłych pracowników.

Program warsztatów postanowiliśmy zbudować wokół teorii David D. Thornburg, amerykańskiego badacza i futurysty. Autor głośnej w świecie anglosaskim książki „Ogniska w cyberprzestrzeni”. Thornburg zaproponował organizację przestrzeni edukacyjnej, która oferuje społeczności uczniów możliwość współbycia z innymi osobami w różnych sytuacjach edukacyjnych:

WODOPÓJ – miejsce spotkań różnorodności (różnych osób, ale i poglądów). Tutaj przychodzimy, aby razem napętnić się energią, pomysłami, wzajemnie zainspirować się pomysłami. W tym miejscu każdy może być i uczniem i nauczycielem.

JASKINIA – tu wycofujemy się, uciekając przed hałasem, kolegami i koleżankami, chcemy się zastanowić, pomyśleć, odetchnąć, побыć chwilę z samym sobą i z własnymi myślami. W tym miejscu zastanawiamy się nad pytaniami, treścią, powiązaniem.

OGNISKO – tutaj spotykamy się razem, siadamy, aby posłuchać historii, porozmawiać, wymienić opinie i informacje, pozwolić grupie popracować nad własnymi pomysłami.

Później do tej listy dodano jeszcze dwie metafory:

PIASKOWNICA/LABORATORIUM – to miejsce eksperymentowania, podejmowania prób i popełniania błędów, miejsce bezpieczne, w którym nie przejmujemy się nieporządkiem i nieładem.

SZCZYT GÓRY/SCENA – to miejsce, w którym dzielimy się swoją wiedzą, informacjami z wieloma innymi osobami, ujawniamy nasz potencjał, pokazujemy swoje mocne strony, wewnętrznie odkrywamy swoje słabości.

WARTOŚCI – JAKIE NAM PRZYŚWIECAJĄ

- Kreatywność;
- Samodzielność;
- Estetyka;
- Współpraca;

STRATEGIA USŁUGI – JAK TO WIDZIMY

Warsztaty angażują uczniów do wspólnej pracy nad nową przestrzenią w szkole. Mają na celu wzmocnienie ich zdolności kreatywnego myślenia poprzez pracę nad wspólnym, nowym projektem. Uczniowie przez cały rok szkolny pracują wraz z praktykiem, architektem. Podczas całego procesu zdobywają wiedzę z zakresu pracy w grupie, ale przede wszystkim wiedzę na temat projektowania przestrzeni i przełożenia swojego pomysłu na realny projekt. Daje im to poczucie sprawczości.

Szkoły zyskują:

- grupę zadowolonych uczniów, którzy nauczyli się kreatywnego rozwiązywania zadań i problemów, myślenia niestandardowego,
- uczniów posiadających kompetencje do podziału prac, współpracy oraz innego myślenia o nauce.

Zarówno szkoła jak i wszyscy uczniowie zyskują:

- nową przestrzeń w szkole z której mogą korzystać i która odpowiada na ich potrzeby.

Strategia ArtUps! Opiera się głównie na idei Innowacji Społecznej.

Działamy na rzecz społeczności szkolnej, wzmacniając jej kompetencje w zakresie:

- kreacji,
- społecznej integracji,
- ulepszając zastaną przestrzeń szkolną.

Jak podaje Narodowe Centrum Badań i Rozwoju innowacje społeczne to rozwiązania, które równocześnie odpowiadają na zapotrzebowania społeczne jak i powodują trwałą zmianę w danych grupach społecznych. Umożliwiają one odmienne rozwiązania typowych problemów społecznych.

Jak możemy przeczytać w *Przestrzeń fizyczna i architektoniczna. Przestrzenie edukacji 21. Otwieramy szkołę!* „Niezwykle motywujące dla uczniów stają się działania projektowe, podczas których wykonują prace eksponowane później na terenie szkoły. Mają wówczas wpływ na wygląd otoczenia, w którym spędzają wiele czasu, stają się współautorami przestrzeni, co kształtuje poczucie ich przynależność do miejsca [...] Jakiej edukacji oczekujemy w przyszłości? (zamiast: jakich budynków szkolnych potrzebujemy?) Jakiego rodzaju procesy uczenia się i jakie relacje chcemy wspierać? (zamiast: ile potrzebujemy w tej szkole klas?) Jakie kompetencje chcemy rozwijać? Jakie narzędzia i zasoby są dostępne, aby wspierać uczenie się? [...] Przestrzenie edukacyjne muszą wspierać wielowymiarowy rozwój dzieci i młodzieży, jeśli chcemy, aby osiągały one sukces w życiu osobistym i zawodowym w XXI wieku [...] Projektowanie przestrzeni edukacyjnych (i publicznych również) powinno zakładać szeroką partycypację wszystkich osób zainteresowanych. W szczególności w tym procesie powinni uczestniczyć uczniowie, którzy będą spędzać wiele godzin w szkole. Ich udział w projektowaniu daje szansę na rzeczywiste i odpowiedzialne zaangażowanie w kształtowanie środowiska uczenia się, co sprzyja zdobywaniu ważnych doświadczeń życiowych”.

TRENDY MAKRO I MIKRO, NA KTÓRE ODPOWIADA KONCEPT

Koncept odpowiada na potrzeby społeczne zarówno ludzi młodych, którzy nie odnajdują się w starych schematach nauczania. Rynek pracy wymaga od nich aby byli, kreatywni, myśleli projektowo, ale także potrafili pracować w zespołach (zespoły typu Ocean Eleven). Tego niestety polskie szkoły ich nie uczą. Wrzucani w szablonowe myślenie testów kompetencji, nie potrafią rozwiązywać zadań w niekonwencjonalny sposób, którego często wymaga się od nas nie tylko w pracy zawodowej, ale i w rozwiązywaniu codziennych problemów. Przewiduje się, że w przyszłości wiele zawodów zastąpią roboty. To również wyzwanie dla edukacji, aby młodzi ludzie którzy opuszczają szkolne mury potrafili dostosować się do nowej rzeczywistości i w łatwy sposób przekwalifikować się w razie potrzeby. Do tego typu działań potrzebna jest im szeroko pojęta kreatywność, umiejętność rozwiązywania problemów oraz myślenie niesablonowe, których podczas warsztatów chcemy ich nauczyć.

Codzienna kreatywność według Dewitt Jones'a (*Everyday Creativity*) to:

- Kreatywność oznacza możliwość dostrzegania niezwykłości w rzeczach pozornie prostych,
- Każdy czyn może być kreatywnym działaniem,
- Kreatywność zależy od twojego sposobu patrzenia,
- W kreatywności nie ma jednej prawidłowej odpowiedzi,
- Dla kreatywnych, trudności wyzwalają nowe możliwości,
- Nie bój się popełniać błędów,
- Przełamuj ustalone zasady,
- Trenuj i udoskonalaj swoje techniki.

W ramach bloków tematycznych poruszamy również zagadnienia upcycling'u, urban gardeningu jak i indoor gardeningu. Jak biją na alarm naukowcy 2°C dzielą ziemię od katastrofy klimatycznej. O to jak dbamy o nasze zasoby roślinne, jak i gospodarkę odpadami, ma duży wpływ na to jaki świat nas czeka. Ten ogólnoświatowy trend *eco życia* jest następstwem złego gospodarowania naszymi złożami i nadmierną eksploatacją flory i fauny. Większość młodych ludzi zdaje sobie z tego sprawę i stara się żyć w tym nurcie. My dodatkowo chcemy dać im narzędzia, które mogą wdrożyć zarówno w swoich domach jak i szkołach. Jest to ważna część całego procesu projektowego, aby nauczyci się, że każdy projekt ma swoje konsekwencje w przyszłości i to jak go zaprojektujemy zależy cały jego cykl życia. Myślenie o ekonomii cyrkularnej jest ważną umiejętnością współczesnego człowieka i ma duży wpływ na jego dalszy los na tej planecie.

NAZWA USŁUGI – CZEMU TAK SIĘ NAZYWAMY

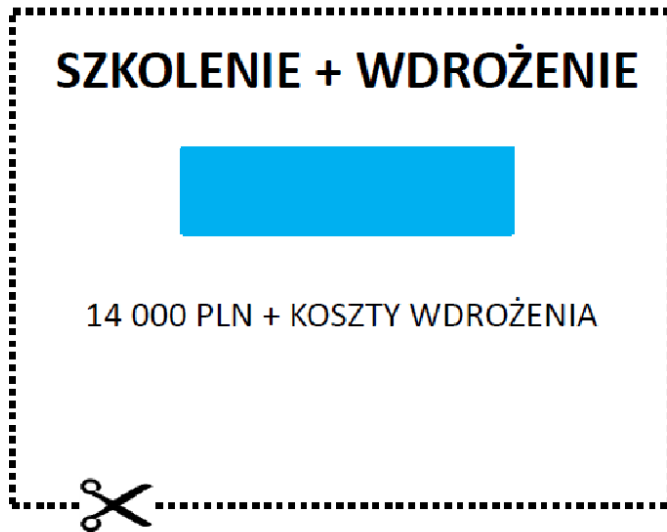
Nasz usługa przyjęła nazwę ArtUps!, która jest połączeniem słowa *art* rozumianym jako *kreatywne działania* oraz słowa *up* czyli w górę/ wyżej/ mocniej. W starożytności wiekach średnich łac. Ars rozumiane było jako umiejętność znajomość reguł i postępowanie zgodnie z nimi i zaliczały się do nich nie tylko sztuki piękne czy rzemiosło ale także strategia i retoryka.

Tak samo nasza usługa kompleksowo wspiera uczniów w rozwoju ich kompetencji dając im narzędzia i wskazówki do rozwijania zdolności kreatywnego i otwartego myślenia, rozwiązywania problemów oraz szukania nowych ścieżek w życiu.

ARTUPS! – JAK TO DZIAŁA

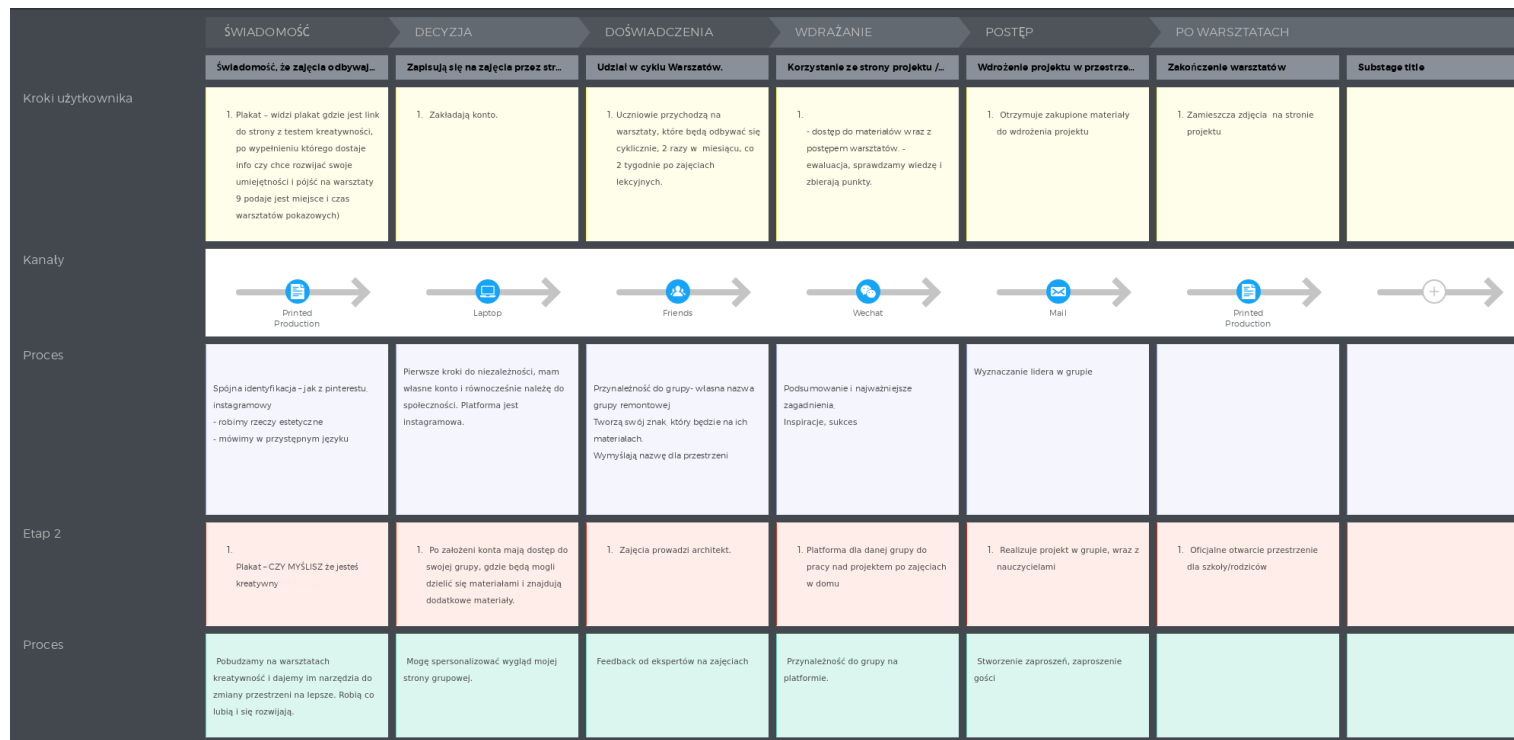
- Usługa kierowana jest do szkół ponadpodstawowych.
- Wybraliśmy tą grupę docelową ze względu na dojrzałość uczniów do przejścia tego typu procesu, ale również ze względu na fakt, że większość projektów edukacyjnych kierowanych jest do uczniów szkół podstawowych lub nawet przedszkoli. W nich dostrzegany jest potencjał do kształtowania nowych postaw i zmian w systemie edukacji, zapominając o tej starszej ale wciąż u progu swoje życia grupie docelowej, które zaraz wyjdzie ze szkół.
- Odbiorcami są uczniowie, ale proces decyzyjny zapada na szczeblu dyrekcji i rady rodziców.
- To oni decydują czy warsztaty odbędą się w szkołach i czy mają na nie budżet. Warsztaty mają odbywać się przez 8 miesięcy w godzinach pozalekcyjnych. Zakładamy że każdy warsztat będzie trwał około 1,5h.
- Grupa składa się z około 20 uczniów z różnych klas.
- Daje to możliwość stworzenia grupy zaangażowanej w życie szkoły a także większą integrację. Uczniowie będą ambasadorami dla swoich klas i będą mogli się dzielić zdobytą wiedzą z kolegami z klasy zarówno na godzinach wychowawczych jak i podczas szkolnych przerw. Ponieważ grupa nie może być za liczna postanowiliśmy zebrać grupę na podstawie kolejności zgłoszeń.
- Zorganizujemy warsztaty dla dyrekcji i rady rodziców, którzy podczas nich przejdą jeden z elementów kursu w celu przedstawienia korzyści płynących dla szkół z organizowania takiego kursu.
- Otrzymają również od nas skrypt warsztatów, który przygotowaliśmy dla uczniów. Skrypt zawiera wszystkie etapy kursu wraz ze esencją tego co z nich wyniosą. Będzie to dla nich narzędzie do dalszej samodzielnej pracy i projektowaniu.
- Zorganizujemy dla uczniów otwarty wykład na którym poznają tematykę warsztatów i przeprowadzimy ich przez krótkie szkolenie z podstaw projektowania, gdy zapadnie decyzja o wprowadzeniu kursu do szkoły.

- Rozpoczniemy proces rekrutacji w danej szkole, który wspierać będą plakaty informacyjne na terenie szkoły.
- Po uzbieraniu 20 osobowej grupy rozpocznie się kurs.
- Kurs trwa 7 miesięcy (14 zajęć warsztatowych).
- Kurs może zakończyć wdrożeniem projektu na terenie szkoły. To uczniowie wraz z radą rodziców i dyrekcją zdecydują, którą przestrzeń szkoły mamy wziąć na warsztat. Nowa przestrzeń powstanie wspólnymi siłami uczniów, rodziców, nauczycieli oraz zasobami technicznymi szkoły.

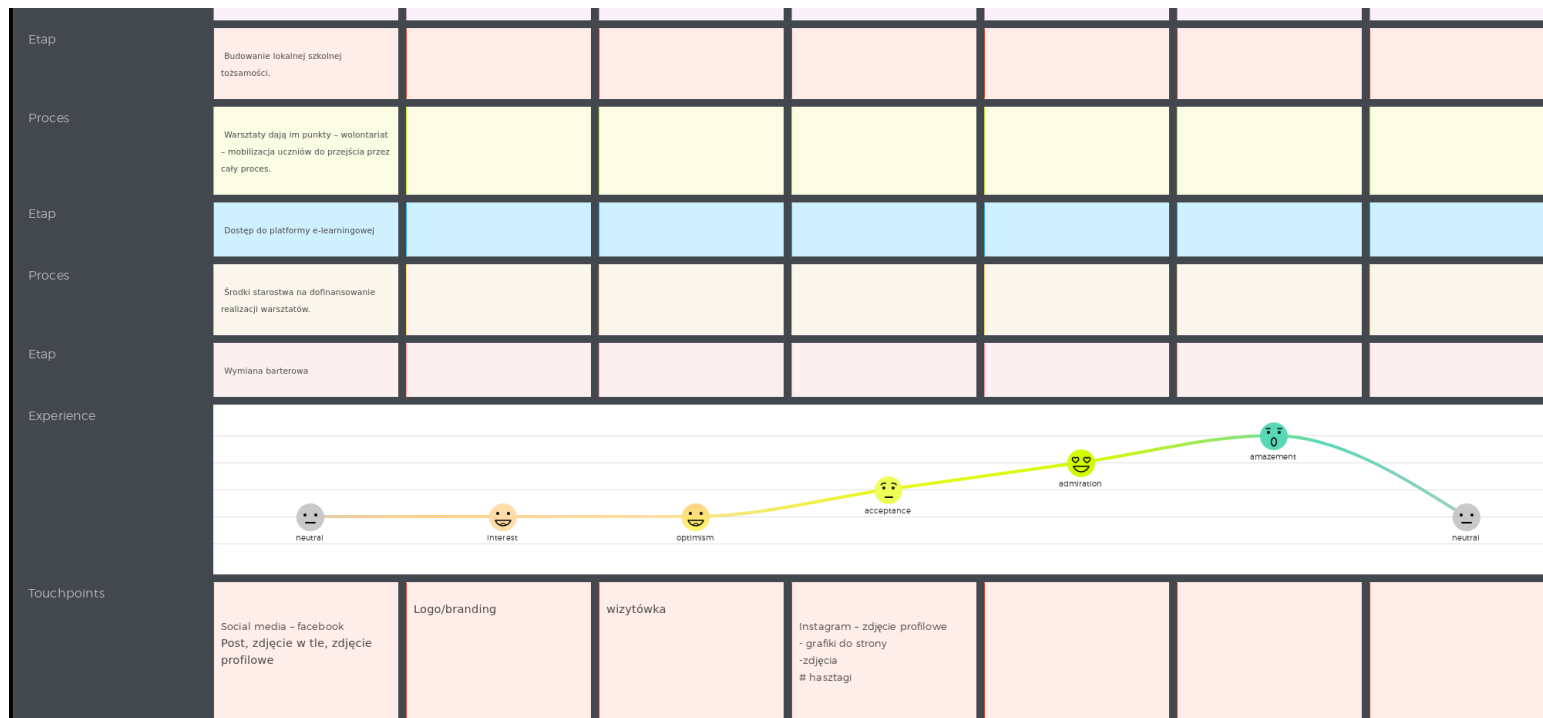


- Planujemy wejść w partnerstwo z firmami zajmującymi się sprzedażą wyposażenia wnętrz (farby, meble, oświetlenie itp.), którzy staną się mecenasami projektu i подарują danej szkole swoje produkty. Takie działanie CSR-owe jest bardzo popularne wśród dużych firm, które chcą być bliżej swych klientów oraz chcą ocieplić swój wizerunek jako marki przystępnej i wspierającej ciekawe inicjatywy.
- Wdrożone projekty będziemy promować na naszej stronie internetowej, mediach społecznościowych, w informacjach prasowych oraz na targach branżowych.
- Planujemy również wsparcie finansowe od władz Miasta. Innowacje społeczne są obecnie bardzo wspierane przez Urzędy Miast. Powstają w tym celu specjalne jednostki budżetowe jak Laboratorium Innowacji Społecznych w Gdyni, mające na celu wspieranie i rozwijanie innowacyjnych rozwiązań społecznych. W Trójmieście również chcielibyśmy uruchomić pierwszą edycję naszego projektu.
- Planujemy w pierwszym roku działalności współpracę z sześcioma szkołami w Gdyni, dwoma w Sopocie oraz siedmioma w Gdańsku.
- W kolejnych latach planujemy rozszerzyć usługę na kolejne miasta w Polsce i poszerzyć grono współpracowników.

ŚCIEŻKA UŻYTKOWNIKA – KROK PO KROKU Z ARTUPS!



Etap 3	Zapisują się na stronie zaraz po wypełnieniu testu		Warsztaty podzielone są na moduły - współpraca w grupie - podstawy aranżacji wnętrz - kolory - materiały - faktury - światło - akustyka - przestrzeń zewnętrzna - hydrofonia - Strefy a funkcje - budżetowanie - projektowanie - projekt wykonawczy	Maile z przypomnieniem, z tutorialami i ze wskazówkami	Otrzymuje wsparcie od fachowców – np. elektryk, ślusarz	Otrzymuje certyfikat ukończenia warsztatów	
Proces	1. Stworzenie atmosfery bycia zespołem i działania we wspólnym kierunku.		Kalkulator czasu- ile czasu zajmie im zadanie	Maile przychodzą wizualnie estetyczne, krótkie, odsyłające do strony.	Uczą się dodatkowych umiejętności	Spójność wewnętrzna - chęć poprawy przestrzeni nie tylko w szkole - przeniesienie.	
Etap	Przychodzi na warsztaty pokazowe, gdzie poznaje podstawowe założenia projektowe i cel 50% warsztatów oraz przestrzeni, która wymaga naprawy.		Ograniczona liczba miejsc na warsztacie - elitarny charakter	Do tablicy użytkownika, możesz robić sobie notatki, inspiracje.		Referencja na stronie	
Proces	Warsztat, w którym będą brali udział nauczyciele - włączenie w proces.					Ewaluacja - projektu/warsztatu	
Etap	Budżetowanie - koszty warsztatów, realizacja					Wrzucenie realizacji na stronę projektu	
Proces	Warsztaty obowiązkowe dla uczniów i następnie testowe dla rodziców i nauczycieli.					Wyznaczenie osoby odpowiedzialnej za zajęcia - dokumentacja	



SCENARIUSZ WARSZTATÓW – JAK TO DZIAŁA

1. KONTRAKT I GÓRA LODOWA

- Uczymy jak tworzyć zespół
- Jak współpracować w grupie
- Kontrakt jako podstawa komunikacji w grupie
- Komunikacja, empatia i życzliwość podstawą zgranego zespołu

2. PODSTAWY ARANŻACJI

- Jak zbudowana jest przestrzeń
- Jakie są najważniejsze funkcje
- Stawiamy na elastyczność
- Bądź kreatywny

3. KOLORY

- Gamy kolorystyczne
- Kategorie kolorystyczne
- Jaki mają wpływ na przestrzeń
- Jak je dobrać

- Wpływ światła na kolor

4. MATERIAŁ.DREWNO-TKANINA-KAMIEŃ

- Wpływ tkanin na wnętrze
- Jak dobierać wzory
- Tekstury
- To nie gra o tron czyli drewno i kamień we wnętrzach nie muszą być nudne

5. TEKSTURA

- Co to takiego tekstura
- Jak ją używać w budowaniu wnętrza

6. OŚWIETLENIE

- Rodzaje oświetlenia w domu
- Oświetlenie dzienne i sztuczne
- Co to takiego lumeny
- Jak dobierać barwę światła do wnętrza
- Czemu światło jest ważne dla naszego zdrowia
- to jest rytm okołodobowy i jak może nam pomóc w pracy

7. AKUSTYKA

- to jest akustyka
- wskazówki do jej używania
- Czemu dźwięk jest taki ważny i czemu działa na nasze zmysły bardziej niż obraz
- Jak działają fale dźwiękowe w pomieszczeniu

8. UPCYKLING - DRUGIE ŻYCIE PRODUKTU

- Co to jest upcykling
- Jak dać drugie życie meblom
- Czasem warto być chomikiem
- Czasem wystarczy po prostu dobry pomysł i kilka prostych wskazówek

9. PRZESTRZEŃ ZEWNĘTRZNA – URBAN GARDEN

- Ogródek nie tylko hobby babci
- Czemu dobrze jest mieć ziele wokół siebie
- Jak wyhodować marchewkę na parapecie
- Ogród na dachu czemu nie?
- Miejscy ogrodnicy

10. INDOOR GARDENING

- Czemu rośliny we wnętrzach to nie tylko oda
- Jak dobierać rośliny które pomogą nam walczyć z zanieczyszczeniami w domu
- Jak nie zabić rośliny
- Jak dobierać ziemię i nie przelać kwiatów
- Światło dzienne najlepszy sprzymierzeniec i wróg
- Czy rozmawiać z roślinami
- Narzędzia do zadań specjalnych
- co w tym wszystkim w ogóle chodzi
- stwórz swój własny ogród w domu

11. STREFY I FUNKCJE

- Wodopój
- Szczyt góry/scena
- Jaskinia
- Ognisko
- Piaskownica/laboratorium

12. BUDŻETOWANIE

- Co to jest budżet projektowy
- Istota budżetu
- Jak go zbudować
- Na czym można oszczędzić a na czym lepiej nie
- Ile to wszystko kosztuje
- Trochę matematyki
- Tworzymy budżet naszego projektu

13. PROJEKTOWANIE

- Jak się za to zabrać
- Design thinking sprint
- Moodboardy
- Projektujemy naszą przestrzeń
- Tniemy i budujemy

14-15. REALIZACJA I WDROŻENIE.

- Wdrażamy projekt w szkole

O CO TU WŁAŚCIWIE CHODZI – NASZE CELE

- Liczymy, że usługa warsztatów przyczyni się do zmiany postrzegania polskich szkół zarówno pod względem wizualnym jak i merytorycznym. Mamy nadzieję, że nasze działania na mikro skale zmieniają się w ogólnopolską rewolucję edukacji pozwalając władzom szkół, miast czy nawet Ministerstwu Edukacji w zmianie w systemie edukacji. Na dostrzeżenie, że stary system nauczania nie przygotowuje młodych ludzi na wyzwania jakie stawia przed nimi współczesny świat i że „rewolucja” w tym zakresie jest konieczna.
- Drugim naszym celem jest zwrócenie uwagi władz na jakość polskich szkół pod względem architektonicznym i użytkowym. Ich wygląd, rodzaj oświetlenia, jak również wyposażenie wpływa w znacznym stopniu na to jak uczniowie przyswajają wiedzę. Czy są zmęczeni, czy mogą się skupić i czy dana przestrzeń nie wzbudza w nich agresywnych odruchów. To w jakiej przestrzeni przebywamy, przez większość swojego dnia, ma ogromny wpływ na nasz rozwój zarówno psychiczny jak i fizyczny. Źle dobrane oświetlenie wpływa nie tylko na nasz narząd wzroku, ale i postawę, powodując skoliozę i inne schorzenia układu kostnego.

Obecnie na szeroką skalę architekci zajmują się tzw. rytmem okołodobowym, który opisany został już w latach 50 XX wieku przez Franza Helberga. Brak dostępu do światła dziennego w obiektach powoduje wiele zaburzeń w funkcjonowaniu naszego organizmu. Wpływa on na to jak śpimy, jak i co jemy, na nasz system hormonalny, a także ciśnienie krwi. Może wywoływać zaburzenia psychiczne, nieprawidłowe funkcjonowanie naszych układów, wywoływać złe samopoczucie a także obniżać naszą produktywność. Rytm okołodobowy funkcjonuje w paradygmacie humancentered design, gdzie uznawany jest za jeden z kluczowych elementów projektowania przestrzeni (za Adrian Krężlik www.krezlik.com).

- Naszymi działaniami staramy się wprowadzać innowację społeczną mającą na celu postawienie pierwszych kroków w kierunku zmiany polskich szkół i polskiego szkolnictwa.

CO W TYM TEMACIE MAJĄ DO POWIEDZENIA – MĘDRCY TEGO ŚWIATA

Zaproponowany przez nas program warsztatów realizuje zauważone przez Ken Robinson w książce *Uchwycić żywioł. O tym, jak znalezienie żywiołu zmienia wszystko* procesy kreatywności:

- generowanie nowych pomysłów;
- wyobrażenie sobie różnych możliwości;
- rozważanie alternatywnych możliwości;
- rozwijanie pomysłów poprzez ocenianie, przesiewanie i udoskonalanie.

Wspomniana w książce *kreatywność jest najmocniejszym przykładem dynamicznej natury inteligencji i może ona odwoływać się do wszystkich obszarów naszego umysłu i naszej egzystencji.*

Tworzona na końcu procesu przestrzeń jest ważna również w kontekście myślenia o nowej pedagogice. Jak podają autorzy publikacji *Przestrzeń fizyczna i architektoniczna. Przestrzenie edukacji 21. Otwieramy szkołę!*, „[...] myśląc o przestrzeni uczenia się, nie mamy na myśli jedynie przyswajania informacji i przetwarzania ich w wiedzę, ale musimy także myśleć o projektowaniu przestrzeni, która rozwija umiejętności i kształtuje postawy: współpracy (kolaboracji), innowacyjności, inicjatywności, współ-konstruowania wiedzy. [...] Przestrzenie edukacyjne muszą wspierać wielowymiarowy rozwój dzieci i młodzieży, jeśli chcemy, aby osiągały one sukces w życiu osobistym i zawodowym w XXI wieku...

Z kolei autorzy *Optimal Learning Spaces Design Implications for Primary Schools* podają 4 wartości wpływające na komfort uczniów i jakość uczenia się: naturalność, indywidualizacja, poziom stymulacji”

„Naturalność – jako ludzie mamy pewne podstawowe oczekiwania wobec każdej przestrzeni, które wynikają z naszych elementarnych potrzeb (powietrze, światło, bezpieczeństwo); w ramach tej grupy podstawowe znaczenie dla jakości uczenia się mają:

- Światło (kontakt ze światłem dziennym, które wspiera nasz komfort wizualny i ułatwia wizualizację
- działań),
- Dźwięk (odpowiednie warunki do słuchania dźwięków oczekiwanych (np. poleceń nauczyciela) i pochłaniania nieoczekiwanych (np. hałas),
- Temperatura (utrzymywanie równowagi pomiędzy ciepłem i chłodem dla zapewnienia optymalnych warunków uczenia się),
- Jakość powietrza (dostarczanie świeżego powietrza, obniżanie wilgotności, usuwanie nieprzyjemnych zapachów i zanieczyszczeń).

Indywidualizacja – każdy mózg inaczej się rozwija, stąd nie każdy uczy się w taki sam sposób.

W tej grupie wyodrębnione zostały:

- Wybór optymalnej przestrzeni do uczenia się (wypadkowa cech osobowościowych i postrzegania fizycznej przestrzeni, będąca procesem myślowym, w którym ocenie poddane zostają rozmiar, kształt, wysokość różnych pomieszczeń i ich odpowiedniość do wykonania postawionych zadań);
- Elastyczność przestrzeni (takie jej zaprojektowanie, które pozwala na adaptację do zmieniających się warunków i zadań, zmniejszając lub zwiększając możliwości personalizacji przestrzeni i realizacji prac w odpowiednich ramach czasowych i kosztowych);
- Połączenie (umożliwianie łączenia się różnych przestrzeni edukacyjnych w ramach jednego środowiska uczenia się, w szczególności organizacja ciągów komunikacyjnych pomiędzy budynkami szkolnymi i innymi elementami infrastruktury i

otoczenia w społeczności lokalnej, z których korzystają uczniowie; powinno dotyczyć także łączenia się z przestrzenią wirtualną – czynnik zapewniający osiągnięcie celów i realizację zasady inkluzywności).

Poziom stymulacji – przestrzeń nie powinna nas rozpraszać, jednak może stymulować nasze zachowania, a przez to i uczenie się; w tej grupie uwagę zwrócono na trzy podgrupy:

- Złożoność wizualna przestrzeni, różnorodność zauważalnych elementów w naszym otoczeniu, jednak nie prowadząca do postrzegania przestrzeni jako zagrażonej czy pozbawionej porządku; pewna wypadkowa poziomu organizacji (uporządkowania, spójności) przestrzeni zwiększająca poczucie przejrzystości i obycia z otoczeniem.
- Kolor (postrzeganie kolorów w środowisku zawsze niesie w sobie wizualne, socjalne i symboliczne znaczenia; kolor przestrzeni ma wielki wpływ na psychologiczne reakcje ludzi i ich samopoczucie).
- Struktura materiałów (odnosi się do widocznych charakterystyk materiałów użytych w danej przestrzeni; obok koloru jest to jeden z najważniejszych elementów w projektowaniu – odpowiednie połączenie twardych i miękkich powierzchni pozwala na modelowanie przestrzeni wewnętrznych i zewnętrznych oraz nadawanie im cech naturalności).

BUSINESS MODEL CANVAS				
Kluczowi partnerzy • Urząd miasta • Szkoły ponadpodstawowe: dyrekcja oraz rodzice • Architekci • Usługodawcy :firmy wykończeniowe, sklepy z asortymentem wnętrzarskim	Kluczowe działania • Budowa oferty- utworzenie skryptu zajęć warsztatowych • Strona internetowa – baza inspiracji oraz źródło wartościowej wiedzy • Działania marketingowe - prowadzenie strony internetowej oraz mediów społecznościowych	Propozycja wartości • Integracja • Sprawczość • Przynależność • Dbanie o wspólną przestrzeń	Relacje z klientami • Budowanie społeczności złożonej z dyrekcji, nauczycieli, uczniów oraz architektów • Możliwość samodzielnego utworzenia przestrzeni • Wsparcie ekspertów oraz baza inspiracji dostępna dla każdego uczestnika	Segmenty klientów • Urząd miasta • Dyrekcja szkoły
	Kluczowe zasoby • Intelktualne – tworzenie oferty oraz strony internetowej • Zasoby fizyczne jako usługa pośrednia – transport i montaż • Zasoby kreatywne – pomysły na tworzenie przestrzeni lub wybór gotowego rozwiązania		Kanały dostępu • Partnerski – oświata, centrum kształcenia kadry pedagogicznej oraz nauczycieli • Bezpośredni – darmowe warsztaty prowadzone dla dyrekcji i nauczycieli przed rozpoczęciem projektu • Pośredni – strona internetowa, prasa, plakaty ,media społecznościowe	
Struktura kosztów • Zaprojektowanie, utrzymanie strony internetowej oraz współpraca z grafikami • Wynagrodzenia dla pracowników współpracujących: architekci, pracownicy administracyjni oraz księgowość • Koszty samodzielnie zaaranżowanej przestrzeni - wycena materiałów • Koszty produkcji materiałów warsztatowych oraz plakatów informacyjnych			Źródła przychodów • Granty pozyskane od urzędu miasta • Finansowanie projektu częściowo z budżetu szkoły	

DNA NASZEJ USŁUGI – CZY WIEMY JAKIE MAMY GENY

CEL I OGÓLNA SYTUACJA NA RYNKU

- Nie odnotowaliśmy takiej samej usługi na rynku, ale jest wiele firm, organizacji, które oferują warsztaty pozalekcyjne dla młodzieży.
- Nasze warsztaty dedykowane są społeczności szkolnej.
- Marka powinna wyróżniać się na tle innych ofert swoją estetyką, spójnością, ale również trafiać do młodego odbiorcy. Osoby żyjącej na co dzień w świecie wirtualnym, którą chcemy pobudzić do kreatywnego myślenia i pracy w grupie w świecie realnym. Marka musi w silny sposób identyfikować się z nimi i do nich dotrzeć. Zarówno przez cechy wizualne jak i sposób komunikowania się z odbiorcą.
- W naszym założeniu główna komunikacja opiera się poprzez stronę oraz kontakt bezpośredni z odbiorcami w postaci otwartych warsztatów i wykładów.
- Równie ważne są dla nas spójne narzędzia, którymi posługujemy się w trakcie warsztatów jak i po ich zakończeniu.
- Ważne jest dla nas aby utrzymywać relacje z użytkownikami po zakończeniu procesu aby czuli się przynależni do grupy ale też po to aby mogli korzystać z dostępnych narzędzi i inspiracji do zmieniania swojego otoczenia i kreatywnej pracy na co dzień.
- Długofalowy kontakt z użytkownikiem buduje wiarygodność marki i dobrą opinie na jej temat, co w efekcie generuje nowych odbiorców usługi.

OŚ NATĘŻENIA CECH MARKI – JAK CHCEMY SIĘ KOMUNIKOWAĆ

Zabawna	←	Ma być formą zabawy dla odbiorców		Poważna
Spontaniczna	←	Będzie powstawała w wyniku procesu twórczego		Ostrożna
Nowoczesna	←	Musi wpisywać się w trendy, korzystać z najnowszych rozwiązań		Tradycyjna
Nieformalna		Musi opierać się na przepisach, wytycznych w szkole. Rozwiązania mogą być nieoczywiste, dające swobodę działania	→	Formalna
Przystępna	←	Każdy kto chce może skorzystać		Ekskluzywna
Mała	←	Wąska grupa odbiorców i spersonalizowana		Duża
Zaskakująca		Nieprzewidywalne efekty wpisane w przewidywalne przestrzenie	→	Przewidywalna
Kobieca	←	I taka i taka... dla wszystkich	→	Męska
Elastyczna	←	Pozwalająca na wprowadzenie swoich pomysłów.		Sztywna
Młoda	←	Przeznaczona dla młodych ludzi. Są to nowe rozwiązania, nie istniejące na rynku.		Dojrzała

JAK WIDZIMY NASZEGO KLIENTA

Kim jest?

K/M

Ile ma lat: 15-18

Jaki wykonuje zawód? uczeń liceum

Jaki prowadzi styl życia? Dynamiczny – różne zainteresowania

Jakie marki wybiera? Nowoczesne, młodzieżowe, dobrej jakości

Jakie media są dla niej interesujące? Social media

Co ją cieszy? Znajomi, zajęcia pozaszkolne

Jak spędza czas? Aktywnie – sport, zainteresowania

W co jest ubrana? Różnie, modnie, eco

Czego szuka? Doświadczeń, siebie, swojego miejsca, wartości

Czy poszukuje nowości? TAK

Co myśli i czuje?

Kto ma wpływ na jej styl? Social media (Facebook, youtube, Instagram)

Jak wygląda dzień z życia tej osoby? Zajęcia w szkole, zajęcia pozaszkolne, odrabianie lekcji, spotkania ze znajomymi, dużo czasu spędza z telefonem.

EMOCJE Z JAKIMI EMOCJAMI

PRZYCHODZI?

BRAK ENERGII – przestrzeń nie działa na nich pobudzająco

DYSKOMFORT – brak przestrzeni dla siebie, brak wygody, brak poczucia bezpieczeństwa

BRAK INSPIRACJI – brzydota, brak miejsca na kreatywność, brak możliwości wyrażania siebie na terenie szkoły

NIEPOKÓJ – brak poczucia bezpieczeństwa, brak akceptacji, lęk, brak poczucia wspólnoty tworzenia

FRUSTRACJA – brak miejsca dla siebie, poczucie braku mocy, sprawczości, brzydkie otoczenie.

Jakie czynności wykonuje? Uczy się, ogląda filmy, youtube, gra w gry.

Co lubi jeść? Dieta pudełkowa, fast food

Z kim się spotyka? Z rówieśnikami

O czym rozmawia? Mało rozmawia, youtube, Instagram, FB, Blogi

Jaki ma stosunek do życia i do ludzi? Ważne są relacje

Z JAKIMI EMOCJAMI MA WYJŚĆ?

BLISKOŚĆ – budowanie relacji między uczniami, między uczniami a nauczycielami, praca w grupie, przyjaźnie, poczucie przynależności

USKRZYDLENIE – radość, satysfakcja, poczucie spełnienia, sprawczości, wpływu na otoczenie

ZAINSPIROWANIE – rozwój kreatywności, edukacja, zdobywanie wiedzy, przygoda, wrażliwość na bodźce, chęć poznawania nowych rzeczy, wrażeń

KOMFORT – Wygoda, poczucie bezpieczeństwa, posiadanie swojego miejsca, możliwość realizowania siebie

ZACHĘCENIE – zachęcenie do działania, do zmian, zdobywanie wiedzy, zachęcenie do nowego spojrzenia

JAK CHCEMY MÓWIĆ

JĘZYK

- polski

STYL

- młodzieżowy,
- slang,
- potoczny,
- przystępny,
- język masowy znany z social mediów,

DOMENA

ArtUps!.pl

WYKLUCZENIA

Zakładamy, że nie możemy używać słownictwa, które wskazuje że uczniowie są do czegoś zmuszani. Mówimy/ piszemy językiem korzyści jakie wyniosą z zajęć i co mogą osiągnąć samodzielnie.

Dajemy im wolność a nie ograniczenia. Staramy się nie używać słownictwa, które może wskazywać na mowę „nauczycielską”.

- zadanie domowe,

- lekcja,
- nauczycie się,
- musicie,
- tak nie można/nie wolno,
- oceniamy,

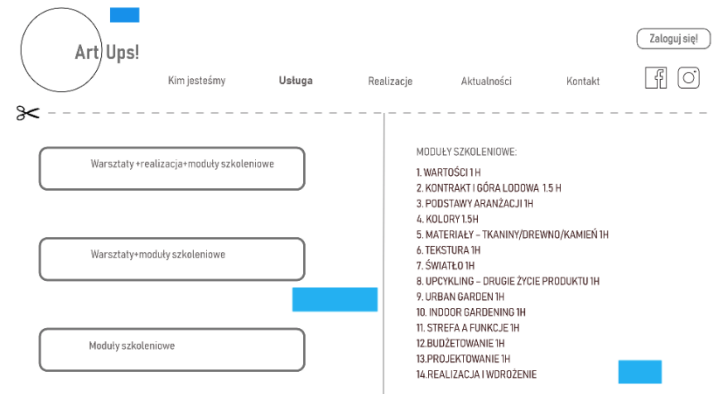
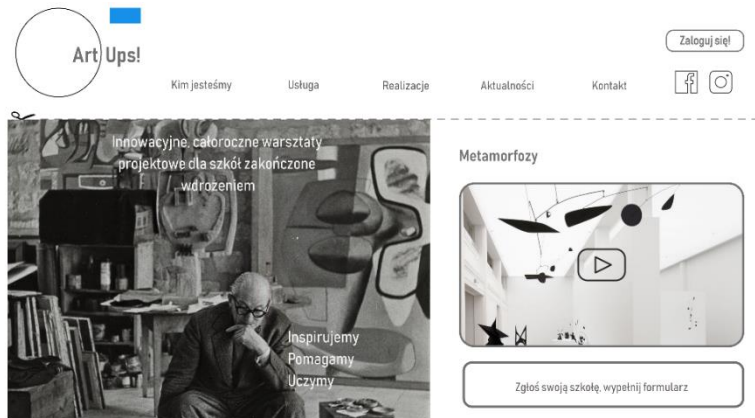
KLUCZOWE SŁOWA

- design,
- szkoła,
- kreatywność,
- innowacja,
- edukacja,
- projekt,
- buda,
- miejsce,
- space,
- forma,
- nasze,
- wspólne,
- przestrzeń,

ZA POMOCĄ CZEGO CHCEMY SIĘ KOMUNIKOWAĆ

- social media – facebook,
- wizytówki,
- usługa/produkt,
- strona Internetowa,
- Youtube,
- Pinterest,
- Podcast,
- prezentacje projektu,
- mailing,
- materiały do utrzymania kontaktu/relacji z klientem po zakończeniu warsztatu,
- logo/branding,
- Instagram,
- metka przy realizacjach (logo),
- gadżet,
- narzędzia do pracy,

STRONA INTERNETOWA





W tym miesiącu jesteśmy w Łodzi i ciężko pracujemy
w
Liceum Ogólnokształcącym nr 1
i w Technikum Samochodowym czytaj więcej...

Mamy nowego sponsora, to producent ergonomicznych
fotelek firma ERGOMAX czytaj więcej...



JAK MOŻEMY SFINANSOWAĆ PROJEKT

- szkoły dysponują budżetem na szkolenia dla uczniów i nauczycieli,
- rada rodziców dysponuje budżetem, który mogą przeznaczyć na dowolny cel,
- szkoła po dokonaniu rozliczenia budżetu fundusze, które udało się im zaoszczędzić z poprzedniego roku, może przenieść na nowy rok budżetowy na realizację projektu. Rok rozliczeniowy kończy się w styczniu,
- szkoła może aplikować do miasta o finansowanie realizacji wdrożenia projektu w szkole. Proces decyzyjny trwa około 30 dni,
- szkoły mogą się zrzeszyć i aplikować w programie Erasmus na realizację projektu edukacyjnego w większej skali,
- miasto dysponuje grantami dla fundacji na realizację projektów z zakresu innowacji społecznych. Aplikacje można składać na początku roku kalendarzowego. Granty przyznawane są po maksymalnie 3 miesiącach,
- współpraca z partnerami strategicznymi może wesprzeć budżet szkoły na realizację wdrożenia (współpraca csr-owa z firmami działającymi w branży wnętrzarskiej),
- fundusze na edukację – granty i dotacje dla szkół domów kultury, bibliotek oraz stowarzyszeń i fundacji (www.fundusze-naedukacje.com).
- fundusze europejskie (www.funduszeeuropejskie.gov.pl)
- program grantów Ambasady Stanów Zjednoczonych (pl.usemassy.gov)
- program z Fundacją PZU po lekcjach (www.fundacjapzu-i-dotacje/organizacje/pozarządowe.html)

PODSUMOWANIE

„Niektórzy patrzą na świat i pytają: dlaczego? Inni patrzą na swoje marzenia i pytają: dlaczego nie?” (George Bernard Shaw).

LITERATURA

1. *Przestrzeń fizyczna i architektoniczna. Przestrzenie edukacji 21. Otwieramy szkołę!*. Publikacja powstała w ramach projektu „Educational Spaces 21. Open up!” Realizowanego przez Fundację Centrum Edukacji Obywatelskiej w partnerstwie z Fundacją Rozwoju Społeczeństwa Wiedzy Think!, Gesellschaft zur Förderung des Hanseatic Institute for Entrepreneurship and Regional Development an der Universität Rostock e.V. Oraz Rektorsakademien Utveckling AB ze środków komisji europejskiej w ramach programu ERASMUS+,
koordynacja serii: Katarzyna Górkiwicz, opieka merytoryczna nad projektem: Alicja Pacewicz, Agata Łuczyńska, Marcin Polak, Małgorzata Polak, Warszawa 2016.
2. *Szkoła dla innowatora. Kształtowanie kompetencji proinnowacyjnych. Re.*, Małgorzata Wieteska, Wojciech Kos, wyd. Ośrodek Doskonalenia Nauczycieli, Kalisz 2018.
Raport zlecony przez Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii w 2017 roku
3. *Uchwycić żywioł. O tym, jak znalezienie żywiołu zmienia wszystko*, Ken Robinson, Lou Arconica, wyd. DAS Polska Jolanta Baj, Element, 2012.
4. Wystąpienie Everyday Creativity Dewitt Jones, https://www.youtube.com/watch?v=tqF_D5GkrAo
5. *Optimal learning spaces: design implications for primary schools*, autor Barrett, PS and Zhang, Y, wyd. Październik 2009
http://usir.salford.ac.uk/id/eprint/18471/1/SCRI_Report_2_school_design.pdf

ZAŁĄCZNIK NR 1.

ARANŻACJA	● Dzień dobry, nazywam się ● Jestem studentką kierunku Zarządzanie Innowacją na SWPS i badam jak przestrzeń w szkole wpływa na kreatywność uczniów i nauczycieli oraz czy kreowanie przez uczniów przestrzeni w szkole wpływa na wzmocnienie ich kompetencji. ● Badanie posłuży mi do stworzenia scenariusza działań zwiększających kreatywność w szkołach. ● Kreatywność pojmuję jako zdolność do samodzielnego, innowacyjnego rozwiązywania problemów, często w niekonwencjonalny sposób. Może być ona związana zarówno ze ● zdolnościami plastyczno-manualnymi ale nie tylko. ● Zamierzam nagrywać naszą rozmowę. Nagranie będzie wykorzystywane tylko do ogólnej analizy doświadczeń i opinii badanych. Nie zostanie nigdzie opublikowane ani udostępnione w sposób pozwalający na Pani/Pana identyfikację. Czy wyraża Pani/Pan zgodę na nagranie? ● Rozmowa potrwa około godziny. Zapytam Panią/Pana o doświadczenia związane z przestrzenią w Pani/Pana szkole oraz proszę o opisanie jak ona wygląda lub mogłaby wyglądać. ● Wszystko, co zostanie powiedziane ma charakter poufny i nie będzie udostępniane osobom niezwiązanym z projektem. Będę bardzo wdzięczna za szczere i otwarte wypowiedzi. Chciałabym zaznaczyć, że interesuję mnie Pani/Pana wrażenia i potrzeby — nie ma dobrych i złych odpowiedzi. Każda uwaga może okazać się cenna. ● Czy ma Pan/ Pani jakieś wątpliwości lub pytania związane z wywiadem?
-----------	---

ROZGRZEWKA	<u>Metryczka:</u>	
	Uczeń/absolwent szkoły	Pracownik szkoły
	● wiek:	● wiek:
	● płeć: K/M	● płeć: K/M
	● nazwa szkoły:	● nazwa szkoły:
	● profil klasy:	● zawód:
	● Jakie zajęcia/przedmioty Pani/Pan lubi?	● Czym Pani/Pan zajmuję się w szkole?
	● Czy ma Pani/Pan jakieś hobby?	● Czy ma Pani/Pan jakieś hobby?
	● Co Pani/Pan lubi robić po lekcjach?	● Co Pani/Pan lubi robić po pracy?
OGÓLNE PROBLEMY	<u>Pytania wprowadzające:</u>	
	Uczeń/absolwent szkoły	Pracownik szkoły
	● Czy Pani/Pana zdaniem charakteryzuje się osoba kreatywna? Co robi?	● Czym Pani/Pana zdaniem charakteryzuje się kreatywna osoba? Co robi?
	● Czy uważa się Pani/Pan za osobę kreatywną? W jakim miejscu na skali 0-10 umieściłbyś/ umieściłabyś siebie mając na uwadze cechy które wcześniej Pani/Pan wymienił/wymieniła?	● Czy uważa się Pani/Pan za osobę kreatywną? W jakim miejscu na skali 0-10 umieściłbyś/ umieściłabyś siebie mając na uwadze cechy które wcześniej Pani/Pan wymienił/wymieniła?

	● Z jakimi działaniami kreatywnymi spotkała się Pani/spotkał się Pan w swojej szkole?	● Z jakimi działaniami kreatywnymi spotkała się Pani/spotkał się Pan w swojej szkole?
	● Czy uważa Pani/Pan, że otoczenie w szkole przyczynia się do rozwoju Pani/Pana kreatywności? (nauczyciele, dyrekcja, koledzy)	● Czy uważa Pani/Pan, że otoczenie w szkole przyczynia się do rozwoju Pani/Pana kreatywności? (otoczenie w pracy, atmosfera)
POGŁĘBIENIE	BŁOK 1: DOTYCHCZASOWE DOŚWIADCZENIA	
	Uczeń/absolwent szkoły	Pracownik szkoły
	● Proszę opowiedzieć jak wygląda Pani/Pana normalny dzień w szkole?	● Proszę opowiedzieć jak wygląda Pani/Pana normalny dzień w szkole?
	● Czy podczas przerw w lekcjach jest miejsce, gdzie najchętniej Pani/Pan spędza czas?	● Czy podczas przerw w lekcjach jest miejsce, gdzie najchętniej Pani/Pan spędza czas?
	● Czy któreś pomieszczenie w szkole jest dla Pani/Pana szczególnie/wyjątkowe? Takie w którym lubi Pani/Pan spędzać czas?	● Czy któreś pomieszczenie w szkole jest dla Pani/Pana szczególnie/wyjątkowe? Takie w którym lubi Pani/Pan spędzać czas lub prowadzić zajęcia?
	● Czy są jakieś przestrzenie poza szkołą, które Panią/Pana inspirują i w których lubi Pani/Pan spędzać wolny czas?	● Czy są jakieś przestrzenie poza szkołą, które Panią/Pana inspirują i w których lubi Pani/Pan spędzać wolny czas?

	● Dlaczego są one dla Pani/Pana wyjątkowe? Co wpływa na ich atrakcyjność? ● wygląd? ● wyposażenie? ● ilość miejsca? ● kontakt z naturą? ● cisza? ● atmosfera wspólnej pracy? ● możliwość skorzystania z konkretnego sprzętu/narzędzia? ● dostęp do Internetu?	● Dlaczego są one dla Pani/Pani wyjątkowe? Co wpływa na ich atrakcyjność? ● wygląd? ● wyposażenie? ● ilość miejsca? ● kontakt z naturą? ● cisza? ● atmosfera wspólnej pracy? ● możliwość skorzystania z konkretnego sprzętu/narzędzia? ● dostęp do Internetu?
	● Czy widział Pani/Pan miejsce/przestrzeń, o której Pani/Pan pomyślał/ła, że mogłaby znaleźć się w Pani/Pana szkole? Jak wyglądała ta przestrzeń? Gdzie się znajduje?	● Czy widział Pani/Pan miejsce/przestrzeń, o której Pani/Pan pomyślał/ła, że mogłaby znaleźć się w Pani/Pana szkole? Jak wyglądała ta przestrzeń? Gdzie się znajduje?
	● Czy uważa Pani/Pan, że zajęcia lekcyjne mogłyby odbywać się w innych pomieszczeniach niż szkolne klasy? Czy byłoby to dla Pani/Pana interesujące?	● Czy uważa Pani/Pan, że zajęcia lekcyjne mogłyby odbywać się w innych pomieszczeniach niż szkolne klasy? Czy byłoby to dla Pani/Pana interesujące?
	BŁOK 2: PROBLEMY Z PRZESTRZENIĄ W SZKOLE	
	Uczeń/absolwent szkoły	Pracownik szkoły
		● Czy są w szkole rzeczy/ przestrzenie, które chciałaby Pani/chciałby Pan zmienić /poprawić? Jakie są to

	● Czy są w szkole rzeczy/przestrzenie, które chciałaby Pani/chciałby Pan zmienić /poprawić? Jakie są to rzeczy/miejsca i dlaczego chciałaby Pani/chciałby Pan je zmienić/poprawić? ● szukam miejsca gdzie mógłbym/mogłabym spokojnie odrobić lekcję, poczytać i przygotować się do lekcji; ● potrzebuję miejsca gdzie mogę się wyciszyć; ● potrzebuję miejsca by porozmawiać z kolegami/koleżankami? ● potrzebuję miejsca gdzie mogę nauczyć się ciekawych rzeczy niekoniecznie siedząc w ławce; ● nie mam gdzie usiąść/położyć się; ● nie mam miejsca na swoje hobby; ● chciałbym porobić coś ale nie wiem co, potrzebuję inspiracji;	rzeczy/miejsca i dlaczego chciałaby Pani/chciałby Pan je zmienić/poprawić? ● szukam miejsca gdzie mógłbym/mogłabym spokojnie przygotować się do lekcji, poczytać lub przygotować prezentację; ● potrzebuję miejsca gdzie mogę się wyciszyć; ● potrzebuję miejsca gdzie mógłbym/mogłabym inaczej poprowadzić zajęcia niż przy szkolnej tablicy; ● nie mam gdzie usiąść/położyć się; ● nie mam miejsca na swoje hobby; ● chciałbym porobić coś ale nie wiem co, potrzebuję inspiracji;
	● Jakiego wsparcia ze strony szkoły Pani/Panu brakuje? ● Czy jest ono związane z przestrzenią czy raczej atmosferą? ● Nastawieniem innych uczniów, nauczycieli, władz szkoły?	● Jakiego wsparcia ze strony szkoły Pani/Panu brakuje? ● Czy jest ono związane z przestrzenią czy raczej atmosferą? ● Nastawieniem uczniów, nauczycieli, władz szkoły, rodziców uczniów których Pani/Panu uczy?
	● Czy otrzymuje Pani/Panu wsparcie ze strony nauczycieli, władz szkoły, które umożliwia Pani/Panu rozwój, kreatywne działania, realizowanie swoich pasji? ● Jeśli tak to jakie? ● Jeśli nie to jak mogłoby by takie działanie wyglądać według Pani/Panu?	● Czy uważa Pani/Panu że szkoła wspiera uczniów w ich pasjach, zainteresowaniach i rozwija ich kreatywność? ● Jeśli tak to w jaki ● Jeśli nie to jak mogło by takie działanie wyglądać według Pani/Panu?

		• Czy pracownicy szkoły czują się kreatywni? Czy mają możliwość rozwijania swoich zainteresowań? - Jeśli tak to w jaki sposób? - Jeśli nie to co na to wpływa?	
	• Jakie aspekty szkoły się Pani/Panu szczególnie podobają? A co jest trudne do zaakceptowania? • stosunek nauczycieli do uczniów? • wymagania dotyczące ubioru w szkole lub ich brak? • współpraca/brak współpracy pomiędzy uczniami? poczucie rywalizacji? • Inne;	• Jakie aspekty szkoły się Pani/Panu szczególnie podobają? A co jest trudne do zaakceptowania? • stosunek pracowników do uczniów? • stosunek uczniów do pracowników? • wymagania dotyczące ubioru w szkole lub ich brak? • współpraca/brak współpracy pomiędzy pracownikami? poczucie rywalizacji? • Inne;	
	• Czy jest coś co szczególnie nie podoba się Pani/Panu w Pani/Pana szkole?	• Czy jest coś co szczególnie nie podoba się Pani/Panu w Pani/Pana szkole?	
	• Czy są jakieś Pani/Pana potrzeby związane z samorozwojem, których szkoła nie spełnia?	• Czy są jakieś Pani/Pana potrzeby związane z samorozwojem, których szkoła nie spełnia?	
	BLOK 3: POTENCJAŁ		
	Uczeń/absolwent szkoły	Pracownik szkoły	

	● Co skłoniłoby Panią/Pana do zaangażowania się w dodatkowe aktywności w szkole? Jak mogłyby one wyglądać?	● Co skłoniłoby Panią/Pana do zaangażowania się w dodatkowe aktywności w szkole? Jak mogłyby one wyglądać?
	● Czy chciałaby Pani/chciałby Pan uczestniczyć w aktywnościach przyczyniających się do zwiększenia Pani/Pana kreatywności? Jeśli tak to w jakich?	● Czy chciałaby Pani/chciałby Pan uczestniczyć w aktywnościach przyczyniających się do zwiększenia Pani/Pana kreatywności? Jeśli tak to w jakich?
	● Czy chciałaby Pani/ chciałby Pan mieć realny wpływ na wygląd Pani/Pana szkoły? ● Jeśli tak to co by to mogło być?	● Czy chciałaby Pani/ chciałby Pan mieć realny wpływ na wygląd Pani/Pana szkoły? ● Jeśli tak to co by to mogło być?
	● Czy wzięłaby Pani/ wzięłby Pan udział we współtworzeniu nowej przestrzeni w szkole?	● Czy wzięłaby Pani/ wzięłby Pan udział we współtworzeniu nowej przestrzeni w szkole?
	● Czy wzięłaby Pani/ wzięłby Pan udział w dodatkowych zajęciach, które związane byłyby z projektowaniem wnętrz, kreowaniem nowej przestrzeni?	● Czy wzięłaby Pani/ wzięłby Pan udział w dodatkowych zajęciach, które związane byłyby z projektowaniem wnętrz, kreowaniem nowej przestrzeni?
	● Jak wygląda szkoła Pani/Pana marzeń? Czy może ją Pani/Pan ją opisać, zaprojektować lub narysować?	● Jak wygląda szkoła Pani/Pana marzeń? Czy może ją Pani/Pan ją opisać, zaprojektować lub narysować?
PODSUMOWANIE	● Czy jest coś, o co Pani/Pana nie zapytałam, a co jest ważne i o czym chce Pani/Pan jeszcze opowiedzieć? ● Czy ma Pani/Pan jakieś pytania? ● Dziękuję za poświęcony czas. Gdybyś chciała pani/chciałby Pan podzielić się z nami jeszcze innymi przemyśleniami na ten temat proszę pisać na lub zadzwonić	

Załącznik nr 2.

BUDŻET.

PLANOWANY BUDŻET PROJEKTU

INSTRUKCJA:

1. Wypełnij tylko popielate pola w tym arkuszu, pozostałe będą
2. Zaczekaj od ustalenia kamieni miliowych projektu - takich jak np. "ukończenie aplikacji", "zakończenie modułu technologii",
"
3. Przejdź do głównych celów ilościowych - takich jak np. "liczba
pozyskanych miesięcznie abonentów", "liczba wdrożeń", "liczba
4. Na podstawie powyższych wskaż poszczególne kategorie przychodów
i kosztów. Kieruj się zamieszczonymi komentarzami.
5. Wszystkie dane wpisuj w wartościach netto - tzn bez VAT-u, ale z
6. Jeżeli masz zamiar oferować swoją usługę/produkt na różnych
rynkach i można dokonać rozdziału pomiędzy kosztami uruchamiania
tych rynków, to dodaj pod kategorią kosztową kolejny wiersz z opisem,
że należy do drugiego rynku (np. pod "usługi doradcze" możesz dodać
"
7. Oczekujemy aby szczególnie precyzyjnie opisan zostały koszty i
estymowane przychody dla dwóch-trzech pierwszych lat. Dalszy
horizont czasowy jest trudny w estymacji. Miesiąc 0, o ile spółka
już istnieje, powinien zostać przedstawiony zgodnie z danymi

NAZWA PROJEKTU:

ArtUps!

POMYSŁODAWCA/-Y:

DATA SPORZĄDZENIA BUDŻETU:

18 maja 2019

KAMIENIE MIŁOWE PROJEKTU

[illegible]

[illegible]

PLAN WYNAGRODZEŃ DODATKOWYCH BRUTTO (UOP, UOD, UZ,POW - z pełnymi składkami zus i podatkiem ; UOW - netto - przechodzi do kosztów usług obcych)

Okres:	założenia	miesiąc 0	1 miesiąc	2 miesiąc	3 miesiąc	4 miesiąc	5 miesiąc	6 miesiąc	7 miesiąc	8 miesiąc	9 miesiąc	10 miesiąc	11 miesiąc	12 miesiąc	1 rok
Stanowisko (inię i nazwisko osoby)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUMA WYNAGRODZEŃ OGÓŁEM		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ilość pracowników:		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Wzrost/spadek ilości pracowników				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

PLAN KOSZTÓW UBEZPIECZEŃ SPOŁECZNYCH I INNYCH ŚWIADCZEŃ

Okres:	założenia	konto	miesiąc 0	1 miesiąc	2 miesiąc	3 miesiąc	4 miesiąc	5 miesiąc	6 miesiąc	7 miesiąc	8 miesiąc	9 miesiąc	10 miesiąc	11 miesiąc	12 miesiąc	1 rok
Koszty ubezp. społ. i innych świadczeń, w t			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ubezpieczenia społeczne	20,5%		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
koszty BHP	406-3															0
badania lekarskie	406-4															0
ubezpieczenia medyczne	406-5															0
zakładowy fundusz świadcze	406-6															0
pozostałe świadczenia	406-99															0

PLAN POZOSTAŁYCH KOSZTÓW RODZAJOWYCH

Okres:	założenia	konto	miesiąc 0	1 miesiąc	2 miesiąc	3 miesiąc	4 miesiąc	5 miesiąc	6 miesiąc	7 miesiąc	8 miesiąc	9 miesiąc	10 miesiąc	11 miesiąc	12 miesiąc	1 rok
Pozostałe koszty rodzajowe, w tym:			0	13 500	1 400	2 000	3 400	200	3 200	200	1 400	2 000	1 400	200	1 400	30 300
podróże służbowe krajowe	407-1					600			600			600				1 800
podróże służbowe zagraniczn	407-2															0
ewidencja przebiegu pojazdów	407-3															0
pozostałe koszty podróży służ	407-99					200			200			200				600
pr	408-1															0
reklama (kanały tradycyjne)-	408-2				1 200		1 200		1 200		1 200		1 200		1 200	7 200
materiały reklamowe	408-3															0
pozycjonowanie	408-4															0
reklama (Internet)	408-5				200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2 200
obsługa reklamy w Internecie	408-6															0
social media	408-7															0
programy lojalnościowe	408-8															0
promocja - torby/bluzy	408-9						2 000									2 000
badania	408-10															0
wasztaty testwe	408-11			13 500												13 500
targi	408-12															0
konferencje	408-13					1 000			1 000			1 000				3 000
spotkania branżowe	408-14															0
nagrody (dla uczestników ko	408-15															0
pozostałe koszty pr i marketi	408-99															0
ubezpieczenia majątkowe	409-1															0
ubezpieczenia środków trans	409-2															0
ubezpieczenia OC	409-3															0
szkolenia	409-4															0
pozostałe koszty rodzajowe	409-99															0

WARTOŚĆ SPRZEDANYCH TOWARÓW I MATERIAŁÓW

Okres:	założenia	konto	miesiąc 0	1 miesiąc	2 miesiąc	3 miesiąc	4 miesiąc	5 miesiąc	6 miesiąc	7 miesiąc	8 miesiąc	9 miesiąc	10 miesiąc	11 miesiąc	12 miesiąc	1 rok
Wartość sprzedanych towar	742		0	0	0	0	300	27 300	9 300	9 300	9 300	9 300	9 300	9 300	10 000	93 400
prowadzący warsztaty								9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000		63 000
skrypt								18 000								18 000

PLAN KOSZTÓW WYNAGRODZEŃ (UOP, UOD, UZ, POW)
