



Erasmus+

Thrive! Las habilidades empresariales como base sólida para un futuro en la industria creativa.

Modulo 1

Nuevos / Jóvenes Emprendedores

Esquema del curso y manual del profesor.



Erasmus+

The “Thrive! El proyecto de habilidades empresariales como una base sólida para un futuro en la industria creativa ”tiene como objetivo central apoyar a las empresarias (jóvenes) (mujeres) y a sus empleados en el sector creativo para que pasen por un proceso de transformación e innovación que es necesario para sobrevivir. Los tiempos actuales y convertirse en una empresa con un caso de negocio sostenible.

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja solo los puntos de vista de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en el mismo.

Los socios del proyecto dentro de este programa son:



© 2018 Thrive project, Erasmus+ 2016-1-NL01-KA202-022890. Ninguna parte de este documento puede reproducirse de ninguna forma sin la autorización de Stivako (coordinador del proyecto).

Contact address:

Stivako

Boeingavenue 207

1119 PD Schiphol-Rijk

The Netherlands

tel. +31 20 5435670

info@stivako.nl

Project website: www.thriveproject.eu

Después de la prueba de los materiales de aprendizaje por parte de los socios del proyecto en sus países de origen, se sugirió que las siguientes adiciones fueran relevantes para el manual del maestro.

Modularidad y adaptabilidad.

Los materiales de aprendizaje están diseñados para ser modulares y adaptables. Con esto, queremos decir que los materiales no deben tratarse necesariamente "como están", pero se invita a los profesores y alumnos a que los adapten y seleccionen los elementos que consideren valiosos y que omitan otros elementos. Si bien esto es cierto para los tres módulos aislados en los materiales de aprendizaje (módulo 2, división del trabajo; módulo 5, pensamiento ético y sostenible; módulo 7, motivación y perseverancia), los otros módulos forman parte de un proceso de diseño más amplio centrado en el ser humano. Si bien este proceso puede, por supuesto, adaptarse o abreviarse, recomendamos ejecutar todo este proceso, especialmente si no tiene experiencia previa con el diseño centrado en el ser humano.

Gestión de clases y papel del profesor.

Si bien el rol del maestro puede parecer limitado en la configuración de estos materiales de aprendizaje, las pruebas han demostrado que todavía hay un rol facilitador importante para el maestro. Según nuestra experiencia, los grupos de estudiantes tienden a saltarse o apresurar ciertos pasos en el proceso de diseño centrado en el ser humano, y es tarea del profesor velar por la calidad del proceso de diseño. Esto se puede hacer, por ejemplo, cuestionando las conclusiones a las que llega el estudiante para hacer que los estudiantes vean que su trabajo no está terminado y que se necesita más análisis. El enfoque de los cinco por qué (ver el módulo 4) puede funcionar también para el profesor para cuestionar los resultados de los alumnos.

Modelado de negocios

Con respecto a los modelos de negocios, el rol del maestro se vuelve importante, de acuerdo con nuestras pruebas. Los estudiantes que no tienen experiencia en el modelado de negocios a menudo tienden a buscar soluciones obvias a este respecto, y puede ser la función del profesor estimularlos para que profundicen más y piensen de manera más creativa. Cuando usted, como maestro, siente que carece de experiencia en este campo, tal vez invite a colegas u otros expertos a co-facilitar el módulo 8.

Además, notamos que una minoría de los estudiantes no tienen en cuenta el modelo de negocio como un tema que no es relevante para ellos, ya que afirman que son estudiantes creativos y este tipo de temas no se ajusta a su perfil. En esos casos, puede ser relevante encontrar argumentos en la investigación de escritorio de los proyectos de Thrive para mostrarles que para futuros perfiles de trabajo en las industrias creativas, un cierto nivel de pensamiento empresarial se vuelve inevitable.

Tabla de contenidos

Información del curso	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Esquema del curso.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Instrucciones de los profesores	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Diseño centrado en el hombre	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Los problemas complejos.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Clientes reales	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Instalaciones y materiales	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Información Adicional.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Evaluación	11

Información del curso

Este módulo cubre 3 ECTS, incluyendo trabajo en clase (interactivo), tarea y un manual para maestros. 1 corresponsales de ECTS a un promedio de 28 horas de actividad por alumno, incluidas las clases, tareas y evaluación / examen.

El módulo consta de una parte más teórica, y asignaciones. Sugerimos enseñar ca. 45 minutos por módulo, y pasar 1 o 2 horas trabajando en las tareas en un entorno de taller. Esto significa que su papel como profesor, en gran parte, será el de un entrenador. Con su conocimiento y experiencia, guiará a los equipos de estudiantes a través de su propia tarea. Esto requiere nuevas competencias de los maestros, y si lo necesita, puede ampliar o actualizar su educación en temas como el entrenamiento y la retroalimentación.

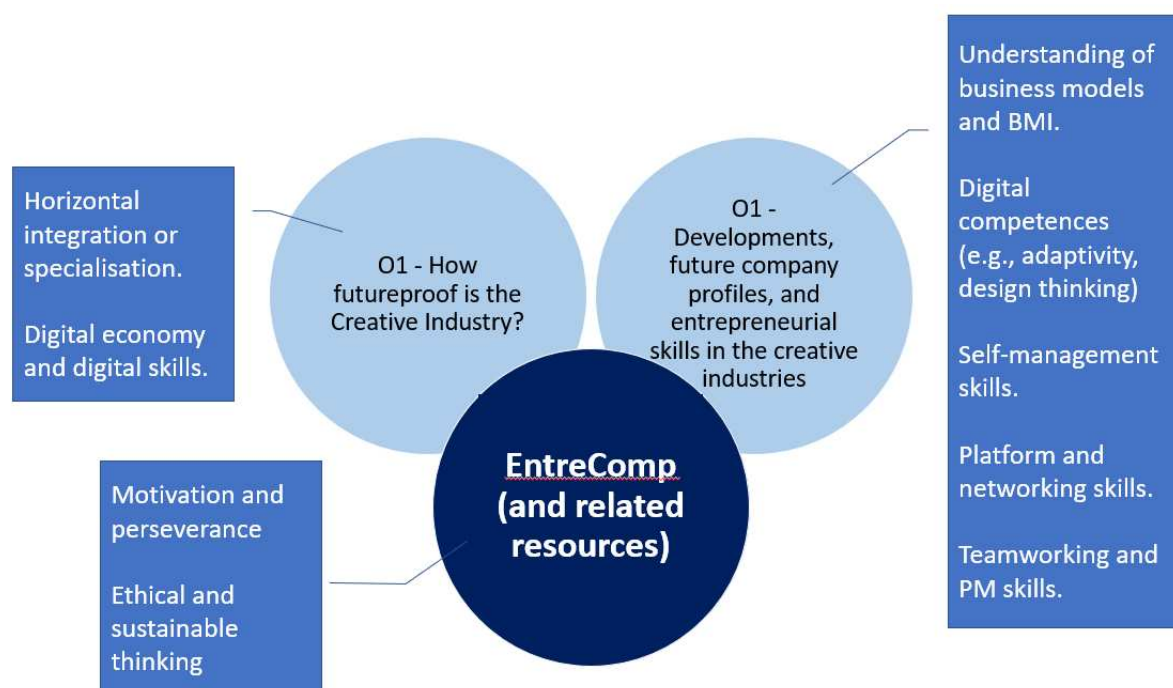
El módulo se centra en un problema complejo, presentado por un cliente (véase la pedagogía de creación de valor, Lackeus, 2016). Los estudiantes trabajan en equipos para proponer una solución al problema, utilizando una metodología típica de pensamiento de diseño / diseño centrado en el ser humano. En este módulo, esta metodología se extiende con literatura y ejercicios que se centran en tres temas, que se consideraron extremadamente relevantes y faltaban en muchos módulos actuales de aprendizaje empresarial: motivación y perseverancia, pensamiento ético y sostenible, y composición y complementariedad del equipo. Además, otras competencias que la investigación ha demostrado que son importantes para el desarrollo de jóvenes emprendedores (habilidades empresariales básicas, autogestión, gestión de proyectos y equipos, redes y bienestar personal) se abordarán en los módulos.

Los contenidos del curso se basan en la investigación realizada dentro del proyecto THRIVE, específicamente un estudio de país sobre las competencias existentes dentro de las industrias creativas y un estudio sobre perfiles futuros en las industrias creativas, que pronostican la situación en 2026. Las conclusiones más importantes de estos estudios para estos materiales fueron:

- Esperamos que las empresas en las industrias creativas se desarrollen en integraciones horizontales (grandes empresas) o en especializaciones (empresas más pequeñas).
- La economía digital y las competencias digitales (incl. Adaptividad y pensamiento de diseño) serán cada vez más importantes.
- Una comprensión profunda de los modelos de negocios será cada vez más importante.
- Además, las habilidades personales para ser cada vez más importantes son la autogestión, la gestión de proyectos y el trabajo en equipo, la creación de redes.

Además, se realizó una breve encuesta entre jóvenes empresarios en Bélgica y el Reino Unido, para obtener una indicación de la necesidad del público objetivo. Sobre la base del marco de EntreComp, se les preguntó a los participantes qué tan importantes consideraban cada competencia y cómo evaluarían su propio nivel con respecto a las competencias. Con el resultado, se realizó un análisis de brechas para identificar las competencias con la mayor importancia y el nivel más bajo de dominio según el autoinforme. Las competencias Motivación, perseverancia y el pensamiento ético y sostenible mostraron las mayores brechas percibidas y, por estas razones, se agregaron a este curso módulos dedicados sobre estos temas.

Como tal, los materiales de este curso se basan en las siguientes tres fuentes.:



Como observación final, los autores desean enfatizar que, dado que los contenidos se seleccionan en base a un análisis de brechas, los materiales no deben considerarse como un enfoque holístico para preparar a los estudiantes y jóvenes emprendedores para el emprendimiento. En su lugar, el curso debe considerarse como un programa adicional a los programas de educación empresarial existentes, abordando las brechas más importantes, y no como un reemplazo..

Esquema del curso

El curso consta de los siguientes ocho componentes. Cada componente consta de literatura, diapositivas opcionales para maestros y tareas prácticas para los estudiantes. Depende de la organización del curso determinar cuánto dura un componente. Por módulo, le sugerimos que tome 45 minutos a una hora de maestro (dependiendo de cómo se vea su horario) y de 1 a 2 horas de taller. Por supuesto, los estudiantes también pueden trabajar en el curso en su propio tiempo fuera de estos talleres. Con cursos trimestrales o semestrales, cada componente puede tomar una o dos semanas. En un programa intensivo, cada componente también puede durar dos días, con los estudiantes trabajando a tiempo completo en el proyecto.

1 Introducción al pensamiento de diseño / diseño centrado en el ser humano para abordar problemas complejos.

Los estudiantes aprenden el proceso general de pensamiento de diseño / diseño centrado en el ser humano. Seguimos el flujo de trabajo utilizado por el departamento de Medios Gráficos y Digitales de Artevelde University College: <https://www.gdm.gent/design-meets-research/hcd/> En esta etapa, los estudiantes deben entender el proceso general y sus aplicaciones. y beneficios. Descubrirán los detalles prácticos en etapas posteriores.

Resultado del aprendizaje: haga que los estudiantes estén conscientes del proceso de HCD que seguirán a lo largo del curso.

2. División del trabajo: composición del equipo y complementariedad

Ahora que los estudiantes saben lo que tendrán que hacer, deben dividir los roles en su equipo. Analizarán sus habilidades técnicas necesarias para la tarea, así como sus habilidades personales. Los estudiantes también analizarán qué competencias les faltan en su equipo y cómo tratarán cuando se requieran estas competencias. Los jóvenes emprendedores entenderán la importancia de las habilidades de equipo equilibradas y las habilidades personales necesarias para motivar y obtener lo mejor de un equipo. Esto será especialmente importante cuando los miembros del equipo de trabajo sean subcontratistas independientes cuya motivación pueda ser diferente a los miembros empleados.

Resultado del aprendizaje: los estudiantes conocen los diferentes roles que uno puede asumir en un equipo. Pueden analizar su propio rol así como los roles necesarios y proporcionados dentro de su equipo.

3. Introducción al cliente y resumen de problemas

Los estudiantes aprenderán quién es el cliente y cuál es el problema para el que van a proporcionar una solución. Este módulo incluirá el trabajo de preparación por parte de los estudiantes para hacer una impresión profesional y hacer preguntas relevantes después de la sesión informativa. Esto implicará una comprensión de los roles que las habilidades complementarias del equipo pueden desempeñar en una investigación y presentación del equipo.

Resultados de aprendizaje: los estudiantes aprenden cómo prepararse e interpretar una sesión informativa de un cliente

4. Encontrar el problema (descubrir y definir)

Este es el primer "diamante" de la metodología. A través de un proceso de divergencia y convergencia, los estudiantes analizarán el problema y encontrarán las causas fundamentales que deben abordarse. El trabajo práctico para este componente se ejecutará durante dos períodos, en paralelo con el componente 5.

Resultados de aprendizaje: los estudiantes aprenden a identificarse con el público objetivo y realizan investigaciones prácticas para un problema específico (empresarial).

5. Pensamiento ético y sostenible.

Aquí, se vinculará la relación entre la práctica comercial formal y las acciones éticas. Se les recordará a los equipos e individuos que tengan en cuenta las implicaciones de sus decisiones con respecto a la sostenibilidad, la sociedad, etc. Los estudiantes aprenderán sobre cuestiones éticas y sostenibles, centrados en las industrias creativas. Luego aplicarán las lecciones aprendidas sobre su propio problema y posibles soluciones.

Resultados de aprendizaje: los estudiantes toman conciencia sobre el pensamiento ético y sostenible en su campo y aprenden a reflexionar sobre las consecuencias de su emprendimiento empresarial..

6. Encontrar la solución: ideate y prototipo

El segundo "diamante" sigue de nuevo un proceso de divergencia y convergencia. Los estudiantes realizarán una lluvia de ideas y desarrollarán múltiples soluciones a través de prototipos baratos, los probarán y encontrarán su mejor solución. El trabajo práctico para este componente se ejecutará durante dos períodos, en paralelo con el componente 7.

Resultados de aprendizaje: los estudiantes saben cómo generar ideas basadas en la investigación y cómo crear prototipos rápidos para que las ideas puedan validarse en el mundo real.

7. Motivación y perseverancia

Los jóvenes emprendedores pueden tener entusiasmo inicial, pero eso solo les llevará hasta el momento. La combinación de los talentos individuales de un equipo, ya sea dentro o fuera de la nómina, puede generar niveles de estrés que deben gestionarse. Esto puede tener un impacto tanto en los miembros del equipo como en el propio bienestar y, por lo tanto, se prestará especial atención a estos problemas.

Los estudiantes aprenderán sobre la motivación y la perseverancia, tanto a nivel personal como de equipo. Usando la teoría, pueden reflexionar sobre el trabajo realizado en los componentes anteriores.

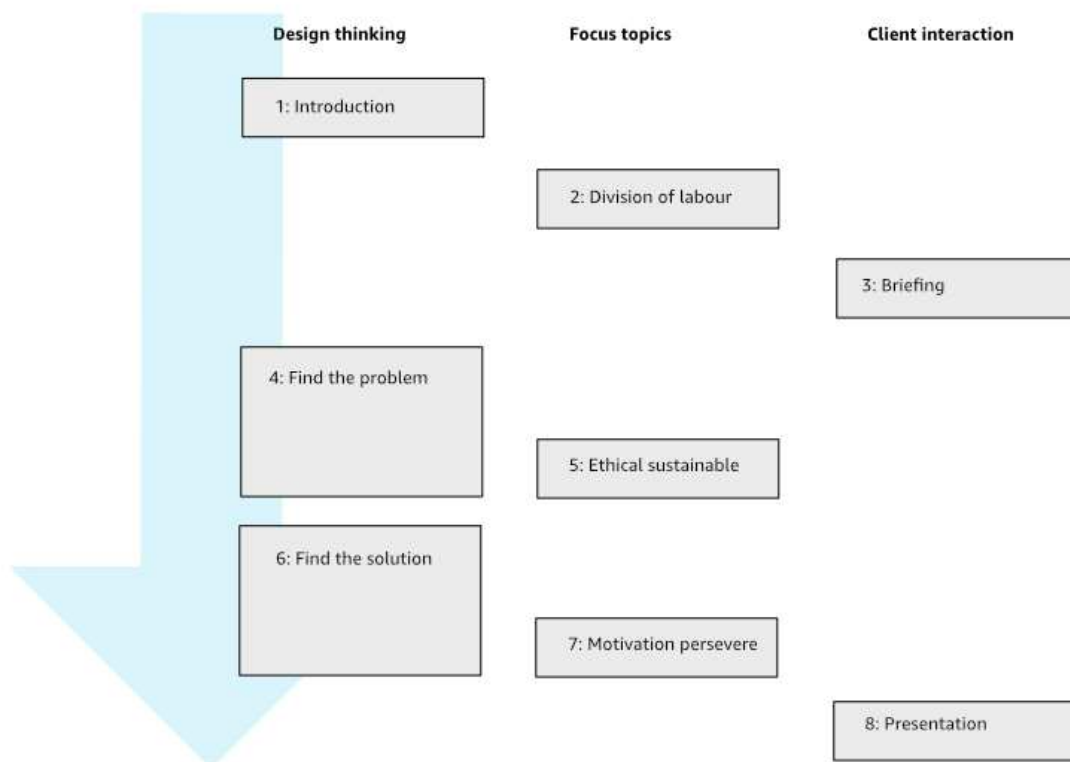
Resultados de aprendizaje: los estudiantes aprenden sobre la motivación y la perseverancia y pueden aplicar ciertas habilidades analíticas a su propio trabajo profesional.

8. Implementación y presentación

Durante el último componente, los estudiantes planearán la implementación de su idea, basándose en un modelo de negocio. Finalmente, los estudiantes presentan su solución al cliente, a los maestros y a otros equipos (si el curso se realizó con varios equipos en paralelo). Además de un ejercicio para movilizar habilidades y contribuciones de equipo, esto pondrá a prueba el conocimiento integral de negocios de finanzas y planificación de un individuo. También pondrá a prueba las habilidades de gestión de proyectos.

Resultados de aprendizaje: los estudiantes aprenden a envolver una gran cantidad de trabajo en los elementos centrales relevantes para una audiencia específica, y son capaces de presentarlos de una manera clara y dinámica.

Esquemáticamente, esto se ve como sigue:



Instrucciones de los profesores

Si planea enseñar los módulos en este curso, aquí hay algunos puntos específicos de atención.

Diseño centrado en el hombre

El curso se basa en el proceso de diseño centrado en el ser humano. Hay muchos procesos y derivados similares, bajo una variedad de nombres, como Design Thinking, Design Research, etc. Como profesor o coordinador de cursos, debe estar familiarizado con al menos uno de estos procesos.

Los problemas complejos

El curso requiere que provea a los clientes que brindan problemas complejos en los que trabajarán sus alumnos.

Un problema complejo es un problema que no es fácil de resolver, debido a una variedad de razones, como:

- Información incompleta o contradictoria,
- una complejidad que involucra a una variedad de partes interesadas,
- requisitos cambiantes o desconocidos,
- Una relación con otros problemas, ocultando la causa raíz.

El problema en el que trabajan los estudiantes debe ser perverso y abierto. Idealmente, son preguntas que comienzan con 'Cómo ...'. No deben apuntar hacia una solución inmediata, sino estar abiertos a amplias interpretaciones. Los buenos problemas malos son por ejemplo:

- ¿Cómo podemos mejorar la huella ecológica de las imprentas en la región X?
- ¿Cómo podemos despertar el interés por el arte y el diseño en niños en edad escolar entre 12 y 16 años?
- ¿Cómo podemos crear más visibilidad para la agencia de marketing Y?

Tenga cuidado de no mencionar soluciones potenciales en la descripción de su problema. Los estudiantes deben ser abiertos en su análisis de problemas y desarrollo de soluciones.

Clientes reales

El problema (s) en que los estudiantes están trabajando debe ser presentado por clientes reales. No es necesario que sean empresas comerciales, sino organizaciones profesionales activas en el campo del problema. Los negocios están bien, pero también lo están los gobiernos, las organizaciones gubernamentales y las ONG.

La razón para trabajar con clientes reales es que los estudiantes están más motivados para crear soluciones valiosas y aprender cuando sienten que su trabajo es significativo. Esto está estipulado por la pedagogía de la creación de valor por Martin Lackeus. Describe esto como "aprender a través de la creación de valor para otros", según los diez elementos a continuación

Table 6. Definition of value creation as educational philosophy. Ten elements constituting a defining of value creation as educational philosophy.

No	Definition	Explanation / clarification
Learning-through...		
1	Let students learn...	The purpose is learning. Value creation is the means.
2	...by applying their existing and future...	Existing before the course, or future as a result of course.
3	...competencies...	In- or extra-curricular knowledge, skills and attitudes.
...creating value...		
4	...to create...	This is a creative assignment.
5	...something...	A physical, intellectual or cultural artifact (ie human creation)
6	...preferably novel...	The more novel, the more it is deemed "entrepreneurship".
7	...of value...	Value is subjective and intersubjective; decided by recipient.
...for others.		
8	...to at least one...	Someone(s) or something(s) capable of giving feedback.
9	...external stakeholder...	The more external, the more powerful but also the more scary.
10	...outside their group, class or school.	Three progression levels; in class, in school or outside school.

(tomado de Lackeus (2016), p. 53):

Cuando encontrar clientes reales no es realista para su entorno de enseñanza, se pueden encontrar alternativas. Algunos ejemplos son los desafíos propuestos por la escuela, los desafíos propuestos por otros estudiantes o los desafíos que enfrentan los estudiantes en sus empresas (si están en un sistema dual).

Instalaciones y materiales

Para sus proyectos, sus equipos de estudiantes necesitan buenos lugares para trabajar. Lo ideal sería que cada vez tuvieran su propio espacio o habitación, con paredes en las que se puedan colgar los rotafolios. Especialmente durante los módulos 3 a 7, los estudiantes necesitarán rotafolios, post-its (preferiblemente diferentes colores) y marcadores.

Información Adicional

La mayoría de los módulos del programa de estudios finalizan con una sección llamada "información adicional". Aquí puede encontrar enlaces a artículos y medios que brindan una comprensión más profunda del tema. Estas sugerencias pueden considerarse como materiales opcionales de autoaprendizaje para los estudiantes, pero a veces también son excelentes medios de comunicación para mostrar o discutir en clase o durante un taller. Dado que estos enlaces son sugerencias, le dejamos a su experiencia docente cómo usarlos de la manera más efectiva.

Evaluación

Los proyectos de los estudiantes pueden ser evaluados en una multitud de criterios. No prescribimos criterios de evaluación, ya que creemos que los maestros deben establecerlos en función de los objetivos de aprendizaje que desean alcanzar. Sin embargo, para aquellos profesores nuevos en el proceso de diseño centrado en el ser humano, ofrecemos algunas sugerencias para incluir:

- Interpretación de la sesión informativa: ¿Los estudiantes interpretaron la sesión informativa del cliente de forma activa y correcta? ¿Solicitaron proactivamente información adicional? ¿Los estudiantes proporcionaron un buen equilibrio entre las solicitudes del cliente y su propia originalidad e iniciativa? ¿El resultado final refleja la información original del cliente?
- Encontrar el problema: ¿Los estudiantes se identificaron lo suficiente con las partes interesadas del problema que estaban investigando? ¿Han ido más allá? ¿Salieron de la zona de confort de sus propias experiencias y aprendieron cosas nuevas sobre audiencias específicas o se quedaron con lo que ya sabían?
- Encontrar la solución: ¿los estudiantes optaron por soluciones obvias o exploraron ideas originales? ¿Fueron capaces de hacer prototipos y aprender de las pruebas? ¿Cómo lograron un equilibrio entre soluciones ambiciosas y soluciones realistas?
- Presentaciones: ¿Los estudiantes trataron de explicarlo todo o hicieron una selección clara de cuáles son los puntos más importantes? ¿Los estudiantes se presentaron desde su propio punto de vista (punto de vista, por ejemplo, explicando cómo llegaron a una solución) o pensaron en el público objetivo y sus preguntas y deseos?