

# PROGRAM NAUCZANIA

Wspieranie myślenia projektowego  
wśród przedsiębiorców z branży rolno-  
spożywczej



VERSION  
**POLSKA**



Oilscoll  
Teicneolaíochta  
an Atlantaigh  
  
Atlantic  
Technological  
University



Co-funded by  
the European Union

## Wstęp

Niniejszy program nauczania został opracowany jako główny rezultat projektu Digital Readiness for Agri-Food Entrepreneurship Training (DigiFE) finansowanego w ramach programu Erasmus+ (2021-2-2IE01-KA220-VET-00004884). Projekt ten jest prowadzony przez Atlantic Technological University Galway, Irlandia, we współpracy z Confederazione Italiana Agricoltori Toscana (CIA Toscana), Włochy, Polskie Centrum Doradztwa Rolniczego i Szkoleń, Polska i Macra na Feirme, Irlandia.

Głównym celem projektu DigiFE jest przegląd i dostosowanie kształcenia i szkolenia zawodowego w celu zaspokojenia specyficznych potrzeb przedsiębiorców rolno-spożywczych w zakresie szkoleń cyfrowych zgodnie z ramami kompetencji cyfrowych. Kompetencje cyfrowe zostały poddane przeglądowi w innych dyscyplinach, ale do tej pory nie zostały uwzględnione w programach nauczania przedsiębiorczości rolno-spożywczej VET. Dzięki wynikom projektu konsorcjum wprowadzi innowacyjne metody nauczania i wsparcie dla nauczycieli VET w celu podniesienia ich kwalifikacji w zakresie kompetencji cyfrowych, aby umożliwić im zaangażowanie przedsiębiorcy rolno-spożywczego online.

Niniejszy program nauczania został opracowany w celu wsparcia nauczycieli VET w integracji procesu Design Thinking (myślenia projektowego) w rozwoju nowych i istniejących programów przedsiębiorczości rolno-spożywczej. Wraz z przejściem do bardziej cyfrowego środowiska, przedsiębiorcy rolno-spożywczy poczuli, że pozostają w tyle i że brakuje im wiedzy i umiejętności, aby uczestniczyć w tej transformacji. Powiązany kurs obejmuje 5 podstawowych modułów mających na celu zaoferowanie przedsiębiorcom rolno-spożywczym praktycznej wiedzy w celu rozwijania ich zdolności cyfrowych, z treściami dotyczącymi w szczególności zrozumienia myślenia projektowego, odkrywania klientów, reklamy i marketingu, analizy i interpretacji danych oraz przepisów związanych z żywnością. Opracowano również moduły opcjonalne, aby wspierać przedsiębiorców rolno-spożywczych w obszarach specyficznych dla ich rodzaju działalności.

Program nauczania obejmuje zalecenia dotyczące metodologii nauczania i uczenia się, w tym uczenia się peer-to-peer i uczenia się przez doświadczenie, zachęcając uczniów do stosowania teorii w praktyce i wykorzystywania rzeczywistych scenariuszy do wdrażania procesu Design Thinking. Kurs został opracowany przez konsorcjum projektu we współpracy ze środowiskiem akademickim, rolnikami, producentami żywności i szerszymi interesariuszami z branży rolno-spożywczej podczas partnerskiego wydarzenia dla nauczycieli i osób uczących się (LTTA), zorganizowanego przez ATU w Galway w październiku 2023 roku. Dzięki zaplanowanej burzy mózgów i sesjom pracy grupowej wszyscy uczestnicy przyczynili się do opracowania struktury programu nauczania i zidentyfikowali kluczowe obszary szkolenia, których przedsiębiorcy rolno-spożywczy potrzebują, aby stać się bardziej kompetentnymi cyfrowo.

Program nauczania i powiązane wyniki projektu zapewnią nauczycielom VET zasoby edukacyjne w celu przekształcenia pedagogiki VET, która będzie wspierać wiejskich przedsiębiorców rolno-spożywczych w cyfrowej transformacji sektora. Pielęgnowanie i wspieranie tych kluczowych graczy w ekosystemie rolno-spożywczym jest istotnym krokiem w utrzymaniu sektora.

Spis treści	
Omówienie kursu	5
Cel i założenia kursu	5
Efekty kształcenia	6
Zalecenia dotyczące rozwoju kursów	6
Rozwój przedsiębiorczości	7
Pedagogika	7
Metodologie oceny	7
Projekt kursu/rama modułowa/harmonogram programu	9
Opisy modułów	10
Podstawowy moduł 1	12
Podstawowy moduł 2	16
Podstawowy moduł 3	21
Podstawowy moduł 4	28
Podstawowy moduł 5	34
Opcjonalne moduły	39

## Przegląd kursu

Tytuł kursu	Wspieranie myślenia projektowego z przedsiębiorcami rolno-spożywczymi
Poziom	5 ECF
Waga	30
Metoda realizacji kursu	Nauczanie hybrydowe / mieszane
Hipotetyczne godziny	100 godzin na każde 10 punktów

## Cel kursu

Głównym celem kursu jest zapewnienie nauczycielom VET materiałów i zasobów niezbędnych do wspierania procesu Design Thinking u przedsiębiorców z branży rolno-spożywczej. Kurs umożliwi uczestnikom wdrożenie procesu Design Thinking w ich działalności rolno-spożywczej i zintegrowanie strategii biznesowych w celu rozwoju ich działalności w internetowym, cyfrowym środowisku. Zapewni przedsiębiorcom rolno-spożywczym wiedzę i umiejętności potrzebne do stworzenia obecności online dla biznesu rolno-spożywczego, umożliwiając im eksplorację rynków internetowych i zwiększenie bazy klientów.

## Założenia kursu

1. Opracowanie zasobów edukacyjnych, które będą wspierać rozwój edukacji rolno-spożywczej poprzez wprowadzenie myślenia projektowego jako narzędzia umożliwiającego producentom rolno-spożywczym rozwój ich działalności online.
2. Rozwijanie zrozumienia procesu Design Thinking (Myślenie projektowe) wśród przedsiębiorców z branży rolno-spożywczej oraz potencjalnego wpływu, jaki może on mieć na rozwój sektora rolno-spożywczego.
3. Wspieranie włączenia wiejskich przedsiębiorców rolno-spożywczych w cyfrową transformację sektora.
4. Rozwijanie postaw przedsiębiorczych wśród osób poszukujących możliwości w sektorze spożywczym.
5. Wykorzystanie doświadczalnego i partnerskiego środowiska uczenia się do rozwijania umiejętności myślenia projektowego istotnych dla tworzenia przedsięwzięć w przemyśle spożywczym.
6. Zapewnienie studentom doświadczenia edukacyjnego, które jest zorientowane na działanie i refleksję oraz zwiększa zrozumienie przez absolwentów procesu Design Thinking.
7. Umożliwienie studentom krytycznej analizy przemysłu spożywczego i rozwinięcie wglądu w sektor, który pozwoli im rozwinąć możliwości lub ułatwić innym wykorzystanie możliwości.

## Zamierzone efekty kształcenia

- Rozwijanie i rozumienie procesu Design Thinking oraz rozpoznawanie i wspieranie jego zastosowania u przedsiębiorców z branży rolno-spożywczej i ich firm.
- Identyfikacja i zrozumienie barier i wyzwań postrzeganych przez edukatorów VET i przedsiębiorców w odniesieniu do technologii cyfrowych,
- Rozpoznanie luk w edukacji rolno-spożywczej w zakresie przejścia na technologię cyfrową w swojej działalności i świadomość odpowiednich możliwości uczenia się,
- Identyfikacja konkretnych umiejętności wymaganych do stworzenia obecności online,
- Wykazanie się dogłębnym zrozumieniem zasad marketingu i reklamy w celu budowania i rozwijania bazy klientów,
- Identyfikacja bieżących potrzeb rynkowych
- Zrozumienie procesu myślenia projektowego i umiejętność włączenia go do szeregu praktyk biznesowych,
- Budowanie świadomości marki i tworzenie obecności w mediach społecznościowych online, która dokładnie reprezentuje ich markę i dzięki której mogą angażować się w kontakt z docelowymi klientami,
- Określenie, kiedy i jak rozwijać i rozszerzać swoją działalność,
- Posiadanie niezbędnej wiedzy dotyczącej kwestii prawnych związanych z żywnością, przepisami i bezpieczeństwem żywności, oświadczeniami zdrowotnymi, etykietowaniem produktów, pakowaniem i rozwojem.

## Zalecenia dotyczące rozwoju kursów

Nadrzędnym celem tego programu nauczania jest wspieranie nauczycieli VET w promowaniu myślenia projektowego wśród przedsiębiorców rolno-spożywczych. Program nauczania obejmuje przegląd rozwoju i struktury pięciomodułowego kursu, który wyposaża przedsiębiorców rolno-spożywczych w wiedzę na temat wdrażania procesu myślenia projektowego, aby pomóc w stworzeniu platformy internetowej dla ich działalności. Program nauczania zawiera również listę sugerowanych modułów opcjonalnych, które wspierają przedsiębiorców rolno-spożywczych w ich cyfrowej transformacji.

Typowy uczeń może być rolnikiem/producentem żywności, który chce poprawić swoje umiejętności cyfrowe, a także nauczycielem VET. Kurs powinien być oferowany w stylu blended-learning, aby umożliwić elastyczne środowisko uczenia się odpowiednie do obecnego stylu życia uczniów. Kurs powinien zachęcać do praktycznej nauki opartej na warsztatach, a także do samodzielnego uczenia się. W trakcie kursu należy unikać tradycyjnego, teoretycznego stylu nauczania i zastąpić go elastycznym uczeniem się prowadzonym przez rówieśników, aby ułatwić zaspokajanie potrzeb uczniów. Pomyślna realizacja kursu będzie zależała od wykorzystania zewnętrznych mentorów i przedsiębiorców ze społeczności spożywczej i rolniczej. Każdy moduł powinien zawierać znaczący wkład ze źródeł zewnętrznych, aby dać prawdziwe poczucie zaangażowania i autentyczności, co jest niezbędne we wspieraniu przedsiębiorców z branży spożywczej rozwijających swoją działalność online. Proces pracy nad pomysłem na biznes zachęci studentów do wykorzystania swojej społeczności w realizacji pięciu etapów procesu myślenia projektowego (Design Thinking).

## Rozwój przedsiębiorczości

Działania związane z przedsiębiorczością są liczne i bardzo zróżnicowane, obejmując identyfikację potrzeb rynkowych, wizualizację nowych pomysłów, dalszy rozwój i stosowanie, monitorowanie ich postępów i sukcesu oraz dalsze udoskonalanie i dostosowywanie w celu jak najlepszego zaspokojenia potrzeb klientów docelowych. Przedsiębiorcy odgrywają ważną rolę w społeczeństwie i mogą wspierać gospodarkę na poziomie lokalnym i krajowym. Dążenie do przedsiębiorczości jest często uważane za ryzykowne i wymagające wysokiego poziomu samomotywacji. Wspieranie przedsiębiorców i ich unikalnego sposobu myślenia jest kluczowym aspektem wspierania rozwoju gospodarczego społeczeństwa. Procesy przedsiębiorcze wymagają połączenia umiejętności twardych i miękkich. Te pierwsze obejmują umiejętności takie jak analiza danych, marketing i umiejętności zarządzania projektami, podczas gdy te drugie obejmują komunikację, pracę zespołową i kreatywność. Wśród umiejętności miękkich przedsiębiorców znajduje się odporność, która poprzez wyzwania i praktyczne środowiska uczenia się może być dalej rozwijana i wzmacniana. Poprzez ułatwianie i refleksyjne praktyki, uczestnicy tego programu nauczania będą wspierani w celu zwiększenia wewnętrznych i wewnętrznych zdolności osobistych przedsiębiorców.

## Pedagogika

W ramach tego kursu zastosowane zostanie podejście mieszane. Podejścia te obejmują:

- **Wykłady:** Tradycyjny styl wykładów będzie stosowany, ale w mniejszej proporcji w porównaniu do całości treści kursu.
- **Nauka peer-to-peer:** Ułatwi to i wzmocni dynamikę grupy oraz wspólnotowe podejście do rozwoju.
- **Uczenie się przez doświadczenie:** Uczniowie będą angażować się w scenariusze uczenia się poprzez działanie w bezpieczny, ale wymagający sposób.
- **Ułatwienia:** Podczas gdy grupy będą napędzać znaczną część efektów uczenia się, moderatorzy będą prowadzić i wspierać dyskusje, debaty i interakcje między uczniami.
- **Rozważania:** Praktykowanie refleksji będzie regularnie zalecane w całym programie, aby zapewnić, że uczniowie stale analizują swój związek z treścią programu i jego kontekstem.

## Metodologie oceny

Aby ocenić poziom wiedzy i umiejętności uczącego się, poniżej przedstawiono kilka sugerowanych metod oceny:

- **Refleksyjne dokumenty:** Uczestnicy mogą wypełniać dokumenty refleksyjne związane z ich osobistymi spostrzeżeniami i doświadczeniami w trakcie kursu. Ponieważ są to osobiste doświadczenia, odpowiedzi będą się znacznie różnić, dlatego dokumenty te powinny być oceniane na zasadzie zaliczenia lub niezaliczenia.
- **Raporty z projektów:** Uczestnicy mogą wypełniać raporty branżowe jako część zespołu, aby wspierać i zachęcać do dynamicznej pracy zespołowej. Takie dokumenty będą zawierać opisy metodologii, pożądane wyniki i potencjalne działania na rzecz przyszłej poprawy. Mogą one być oceniane i oznaczane procentowo, dzięki czemu każdy uczeń otrzymuje własną ocenę.

- **Prezentacje projektów:** Indywidualnie, każdy uczestnik może ukończyć prezentację projektu i raport w oparciu o wdrożenie procesu Design Thinking. Ocena powinna obejmować strukturę raportu, trafność, wdrożenie i ogólne umiejętności prezentacji, takie jak korzystanie z pomocy wizualnych i umiejętność dotrzymywania czasu.
- **Ciągłe oceny:** Przez cały czas trwania kursu uczestnicy mogą brać udział w wielu ciągłych ocenach, z których każda została specjalnie zaprojektowana, aby odzwierciedlać wcześniej przemyślany moduł.
- **Odznaki cyfrowe:** Modułom wynikającym z tego programu nauczania będą towarzyszyć cyfrowe odznaki, dostępne po ich ukończeniu, w uznaniu osiągnięć ucznia. Uczestnikom, którzy ukończą wszystkie cztery moduły, zostanie przyznana dodatkowa odznaka.

## Projekt kursu/rama modułowa/harmonogram programu

Kurs składa się z 5 podstawowych modułów:



## Opisy modułów

### Moduł 1: Wprowadzenie do myślenia projektowego

Moduł pierwszy ma na celu zapewnienie uczestnikowi wprowadzenia do procesu Design Thinking i sposobu, w jaki można go dostosować do wspierania rozwoju internetowego biznesu rolno-spożywczego. Metodologia Design Thinking to sprawdzone podejście, które każda organizacja, firma lub zawód może dostosować w celu zidentyfikowania nowych możliwości, uzyskania nowych perspektyw i spostrzeżeń oraz opracowania innowacyjnych rozwiązań dla istniejących wyzwań. Moduł ten wyposaży uczestników w wiedzę wymaganą do wdrożenia podejścia Design Thinking w celu wsparcia rozwoju ich działalności rolno-spożywczej online.

### Moduł 2: Odkrywanie klientów

Moduł drugi składa się z trzech indywidualnych sesji, których celem jest wsparcie przedsiębiorców z branży rolno-spożywczej w identyfikacji i zrozumieniu potrzeb ich klientów. Uczestnicy dowiedzą się, jak opracować profil klienta, uzyskać wgląd w potrzeby grupy docelowej i lepiej zrozumieć ich zachowania zakupowe. W trakcie modułu i powiązanych z nim działań edukacyjnych, uczestnicy będą musieli wdrożyć dwa pierwsze kroki procesu Design Thinking „Empathise” i „Define”. Na etapie empatii uczestnicy będą analizować obserwacje poczynione na podstawie profilowania klientów, aby lepiej zrozumieć ich potrzeby. Moduł umożliwi uczestnikom osobiste zrozumienie wyzwań stojących przed klientem i stworzenie praktycznego opisu problemu.

### Moduł 3: Reklama i marketing online

Moduł trzeci składa się z czterech indywidualnych sesji, które poprowadzą uczestnika w rozwijaniu tożsamości marki i strategii marketingowych w celu rozwoju działalności online. Uczestnicy zyskają zrozumienie i wgląd w zachowania zakupowe swoich klientów oraz opracują kampanie reklamowe wspierające rozwój biznesu.

Moduł trzeci obejmuje etap myślenia projektowego „Ideate”, zachęcając uczestników do kreatywnego myślenia o budowaniu tożsamości marki i strategii reklamowych online. Uczestnicy będą angażować się w sesje burzy mózgów, aby zbadać różne pomysły i podejścia, biorąc pod uwagę demografię odbiorców i platformy cyfrowe, na których mogą ich znaleźć. Przyjmując innowacje, uczniowie uczynią swoją markę wyjątkową i skutecznie wykorzystają narzędzia cyfrowe, aby dotrzeć do szerszej publiczności i poszerzyć swój rynek.

### Moduł 4: Analiza i interpretacja danych

Moduł czwarty składa się z trzech indywidualnych sesji, które koncentrują się na ochronie, gromadzeniu i analizie danych. Zbadane zostaną różne metody analizy danych i sposób, w jaki wyniki mogą informować o podejmowaniu decyzji dotyczących rozwoju biznesu. Moduł czwarty jest



powiązany z etapami „Prototypuj i testuj (i udoskonalaj)” procesu myślenia projektowego. Uczestnicy wdrożą prototypowanie i testowanie etapów Design Thinking w celu analizy danych i skutecznego wykorzystania ich do podejmowania świadomych decyzji w celu udoskonalenia swoich podejść, zapewniając, że potrzeby klientów są spełnione w rozwoju nowych produktów lub usług.

### **Moduł 5: Przepisy dotyczące żywności**

Moduł piąty składa się z trzech indywidualnych sesji, które koncentrują się na ogólnych przepisach dotyczących żywności i przepisach biznesowych. Niektóre przepisy mogą być specyficzne dla danej działalności, więc w zależności od rodzaju działalności może być wymagane dalsze rozwijanie kursu. W ramach modułu omówione zostaną również kwestie prawne związane z zakładaniem i rejestracją działalności gospodarczej.

**Moduł 1: Wprowadzenie do myślenia projektowego**

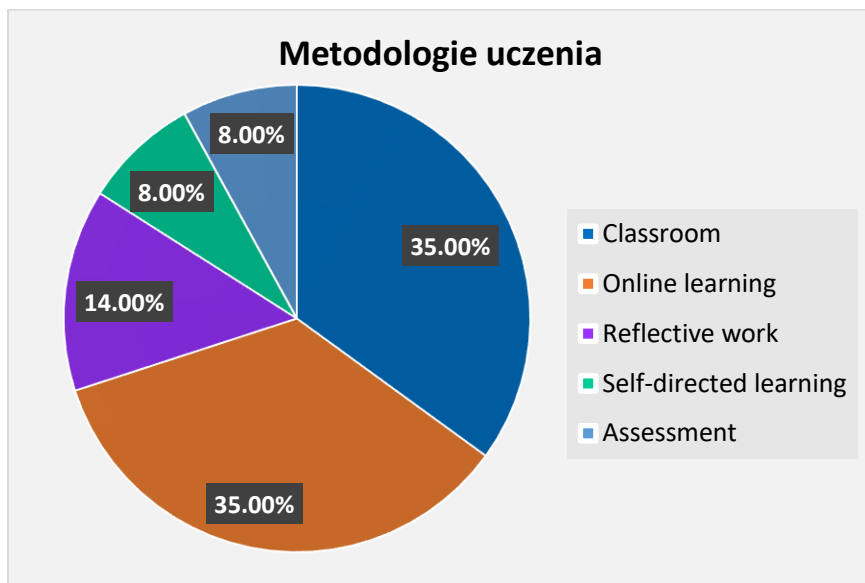
10 ECTS (100 hipotetycznych godzin)

Moduł pierwszy ma na celu zapewnienie uczestnikowi wprowadzenia do procesu myślenia projektowego i sposobu, w jaki można go dostosować do wspierania rozwoju internetowego biznesu rolno-spożywczego. Metodologia myślenia projektowego to sprawdzone podejście, które każda organizacja, firma lub zawód może dostosować w celu zidentyfikowania nowych możliwości, uzyskania nowych perspektyw i spostrzeżeń oraz opracowania innowacyjnych rozwiązań dla istniejących wyzwań. Moduł ten wyposaży uczestników w wiedzę wymaganą do wdrożenia podejścia Design Thinking w celu wsparcia rozwoju ich działalności rolno-spożywczej online.

**Po ukończeniu tego modułu uczestnicy:**

1. Zrozumieją, jak wdrożyć proces Design Thinking.
2. Zrozumieją pięć etapów procesu Design Thinking i ich współzależność.
3. Rozpoznają zastosowanie myślenia projektowego w sektorach rolno-spożywczych oraz rozwijają i rozumieją jego korzyści.

**Metodologie uczenia**



Metodologia uczenia	Łączna liczba godzin
Klasa	35
Nauka online	35
Praca refleksyjna	14
Samokształcenie	8
Ocena	8
<b>Razem</b>	<b>100</b>

**Struktura modułu**

Temat	Tytuł	Tydzień
1	Wprowadzenie do myślenia projektowego	1
2	Zrozumienie pięciu etapów myślenia projektowego	2-6
3	Zrozumienie, jak zastosować metody myślenia projektowego w sektorze rolno-spożywczym	7-8

## Sesja 1: Wprowadzenie do myślenia projektowego dla przedsiębiorców z branży rolno-spożywczej

**Opis:** Uczestnicy rozwiną swoją wiedzę na temat procesu Design Thinking i tego, w jaki sposób mogą go wdrożyć, aby pomóc w rozwoju swojej działalności rolno-spożywczej online.

### Efekty kształcenia:

Po ukończeniu sesji pierwszej uczestnicy:

- Zrozumieją, czym jest proces myślenia projektowego (Design Thinking)
- Będą świadomi korzyści płynących z zastosowania procesu Design Thinking
- Zrozumieją typowe błędy popełniane w procesie Design Thinking i dowiedzą się, jak je przezwyciężyć.

Orientacyjny sylabus			
Temat	Metodologia	Aktywności	Źródła zewnętrzne
Wprowadzenie do myślenia projektowego	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Wprowadzenie do myślenia projektowego Co to jest?	Zestaw narzędzi do myślenia projektowego dla <a href="#">nauczycieli</a>  Myślenie projektowe na rzecz <a href="#">zmian</a>
Korzyści płynące z myślenia projektowego	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Zdefiniuj cztery sposoby, w jakie proces myślenia projektowego może usprawnić Twoją firmę	<a href="#">Korzyści płynące z myślenia projektowego</a>  <a href="#">10 korzyści płynących z myślenia projektowego dla innowacji</a>
Elementy, których należy być świadomym w myśleniu projektowym	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Identyfikacja elementów, na które należy zwrócić uwagę podczas przeprowadzania procesu myślenia projektowego.	<a href="#">Jakie są najczęstsze błędy, których należy unikać podczas stosowania myślenia projektowego w projektowaniu produktów?</a>

## Sesja 2: Rozwijanie zrozumienia pięciu kroków w myśleniu projektowym

**Opis:** Uczestnicy rozwiną swoją wiedzę na temat 5-etapowego procesu myślenia projektowego oraz tego, w jaki sposób mogą go wdrożyć, aby pomóc w rozwoju swojego biznesu rolno-spożywczego online.

### Efekty kształcenia:

Po ukończeniu sesji drugiej uczestnicy:

- Zrozumieją i wdrożą pięć etapów myślenia projektowego.
- Będą świadomi działań związanych z poszczególnymi etapami procesu myślenia projektowego.

Orientacyjny sylabus			
Temat	Metodologia	Aktywności	Źródła zewnętrzne
Zrozumienie pięciu etapów myślenia projektowego, tj. empatii, definiowania, tworzenia pomysłów, prototypowania i testowania.	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Zrozumienie pięciu etapów procesu myślenia projektowego.  Identyfikacja współzależności pięciu kroków.  Stosowanie refleksyjnej praktyki i umiejętność zastosowania kroków odpowiednich do bieżącego wyzwania biznesowego.	Wprowadzenie do myślenia <a href="#">projektowego</a>  <a href="#">Jak myślenie projektowe buduje empatię, nadaje cel i wyróżnia nauczycieli</a> <a href="#">  EdSurge News</a>
Działania w ramach etapów myślenia projektowego	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Dla każdego etapu procesu myślenia projektowego nakreśl kluczowy możliwy cel tego etapu i działanie, które można wykonać, aby osiągnąć ten cel.  W grupach wdrażaj każdy etap procesu myślenia projektowego w wybranej firmie (fikcyjnej, jeśli żadna osoba w grupie nie ma istniejącej firmy).	<a href="#">5 etapów myślenia projektowego</a>  <a href="#">Proces myślenia projektowego - działania na każdym etapie</a>

### Sesja 3: Jak zastosować metody myślenia projektowego w sektorze rolno-spożywczym?

**Opis:** Uczestnicy rozwiną swoją wiedzę na temat procesu myślenia projektowego i tego, w jaki sposób mogą go wdrożyć, aby pomóc w dalszym rozwoju swojej działalności rolno-spożywczej.

**Efekty kształcenia:**

Po ukończeniu sesji trzeciej uczestnicy:

- Zrozumieją, jak włączyć proces myślenia projektowego do działań biznesowych w branży rolno-spożywczej.

Orientacyjny sylabus			
Temat	Metodologia	Aktywności	Źródła zewnętrzne
Zrozumienie, jak stosować metody w sektorze rolno-spożywczym	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Rozpoznanie właściwego zastosowania myślenia projektowego i zrozumienie jego korzyści i ograniczeń w sektorze rolno-spożywczym.	Ułatwianie myślenia projektowego w celu wspierania <a href="#">transformacji</a> systemu żywnościowego.  <a href="#">Cyfrowe ekosystemy innowacji w sektorze rolno-spożywczym: zasady projektowania i ramy organizacyjne (sciencedirectassets.com)</a>

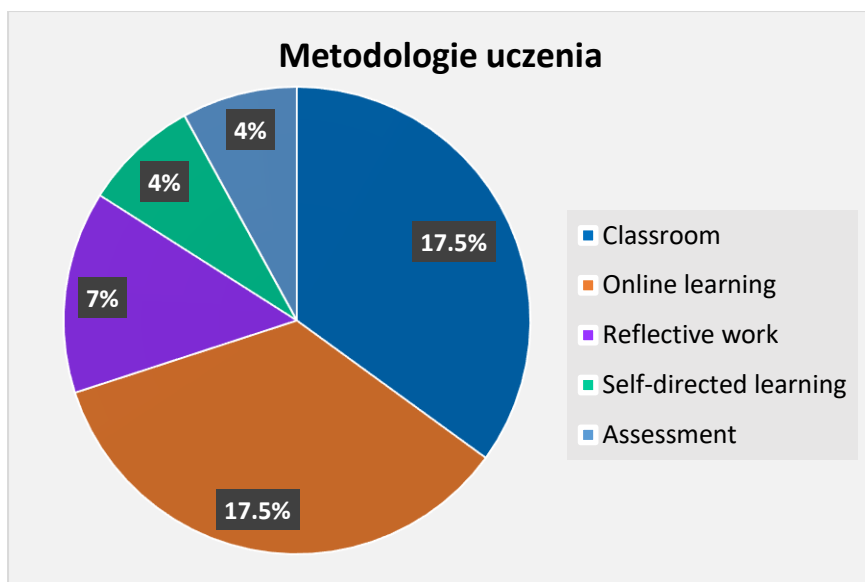
**Moduł 2: Odnajdywanie klientów**  
5 ECTS (50 hipotetycznych godzin)

Moduł drugi składa się z 3 indywidualnych sesji, których celem jest wsparcie przedsiębiorców z branży rolno-spożywczej w identyfikacji i zrozumieniu potrzeb ich klientów. Uczestnicy dowiedzą się, jak opracować profil klienta, uzyskać wgląd w potrzeby grupy docelowej i lepiej zrozumieć ich zachowania zakupowe. W trakcie całego modułu i powiązanych z nim działań edukacyjnych, uczestnicy będą musieli wdrożyć dwa pierwsze kroki procesu myślenia projektowego „empatyzować” i „definiować”. Na etapie empatii uczestnicy będą analizować obserwacje poczynione na podstawie profilowania klientów, aby lepiej zrozumieć ich potrzeby. Moduł umożliwi uczestnikom osobiste zrozumienie wyzwań stojących przed klientem i stworzenie praktycznego opisu problemu.

**Po ukończeniu modułu uczestnicy:**

1. Ukończą szczegółowy profil klienta, aby lepiej zrozumieć swoich docelowych klientów, w tym najbardziej odpowiednie palety kolorów i słowa kluczowe, aby ich przyciągnąć, oraz zidentyfikują kluczowe trendy istotne dla ich docelowego rynku.
2. Będą mieli szczegółowe zrozumienie potrzeb, zainteresowań i zachowań swoich docelowych klientów.
3. Z powodzeniem wdrożą etapy empatii i definiowania w procesie myślenia projektowego, aby zrozumieć potrzeby klienta i zdefiniować możliwy do rozwiązania problem.

**Metodologie uczenia**



Metodologie uczenia	Łączna liczba godzin
Klasa	17.5
Nauka online	17.5
Praca refleksyjna	7
Samokształcenie	4
Ocena	4
<b>Razem</b>	<b>50</b>

**Struktura modułu**

Sesja	Tytuł	Tydzień
1	Opracowanie profilu klienta	1
2	Zrozumienie klienta	1, 2
3	Odpowiadanie na potrzeby klientów	3, 4

## Sesja 1: Opracowanie profilu klienta.

**Opis:** Uczący się wypełnią szczegółowy profil klienta, aby lepiej zrozumieć potrzeby swoich klientów i zidentyfikować najbardziej odpowiednie palety kolorów i słowa kluczowe, aby przyciągnąć ich klientów online.

### Efekty kształcenia:

Po ukończeniu sesji pierwszej uczestnicy:

- Zrozumieją, jak zdefiniować swojego klienta
- Opracują przegląd swojego typowego klienta w dokumencie typu „profil klienta”, przedstawiając informacje, takie jak przedział wiekowy, płeć, kluczowe czynniki stylu życia itp.
- Będą identyfikować kluczowe trendy widoczne na ich rynku docelowym..

Orientacyjny sylabus			
Temat	Metodologia	Aktywności	Źródła zewnętrzne
Zdefiniowanie rynku docelowego	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Zrozumienie klasyfikacji klientów (system A-J) zgodnie z technologiami Europa  Identyfikacja rynku docelowego  Rozróżnienie osoby docelowej i rynku docelowego  Tworzenie persony docelowej	<a href="#">Identyfikacja rynku docelowego</a>  <a href="#">Kompleksowy przewodnik po znajdowaniu odbiorców docelowych</a>  <a href="#">Rynek docelowy a klient docelowy</a>  <a href="#">Klienci docelowi (Włochy)</a>  <a href="#">Identyfikacja celów (Włochy)</a>
Opracowanie profilu klienta	Wykłady online, analiza materiałów uzupełniających	Tworzenie mapy empatii klienta  Utwórz szczegółowy profil klienta	<a href="#">Jak utworzyć profil klienta</a>  <a href="#">Szablony profili klientów i narzędzia</a>  <a href="#">Profile klientów</a>
Identyfikacja kluczowych trendów	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie.	Zrozumienie obecnych i nadchodzących trendów wśród irlandzkich klientów	<a href="#">Ankieta Irish Customer Insights Pulse</a>  <a href="#">Przyszłość irlandzkiej żywności</a>  <a href="#">5 czynników wpływających na irlandzkich klientów</a>

**Sesja 2: Zrozumienie klienta**

**Opis:** Uczestnicy zyskają dogłębne zrozumienie potrzeb, zainteresowań i zachowań swoich docelowych klientów. Pomoże im to w zapewnieniu zaspokojenia potrzeb docelowych klientów i interakcji z nimi w sposób, który jest stymulujący i atrakcyjny.

**Efekty kształcenia:**

Po ukończeniu sesji drugiej uczestnicy:

- Badają kluczowe cechy i zachowania swojego rynku docelowego.
- Rozumieją, jak najlepiej nawiązać kontakt z klientami.

<b>Orientacyjny sylabus</b>			
<b>Temat</b>	<b>Metodologia</b>	<b>Aktywności</b>	<b>Źródła zewnętrzne</b>
Charakterystyka i zachowania klientów	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Zrozumienie różnych typów klientów  Określenie najważniejszych czynników wpływających na zwyczaje zakupowe każdego typu klienta.  Zbadanie, kiedy, gdzie i jak najlepiej nawiązać kontakt z klientem docelowym.	<a href="#">Rodzaje klientów</a>  <a href="#">Profile klientów Europa dla Irlandii</a>  <a href="#">Zrozumienie irlandzkich klientów na zmieniającym się rynku detalicznym</a>  <a href="#">Zachowania żywieniowe SafeFood</a>  <a href="#">Przewodnik po dekodowaniu zachowań klientów (Włochy)</a>
Współpraca z klientami	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Zapoznanie się z terminologią, zwrotami i słowami kluczowymi, które przyciągają i zniechęcają klienta docelowego.  Zdobycie kompetencji w zakresie opracowywania komunikatów i prowadzenia rozmów z klientem docelowym.	<a href="#">Sposoby na lepszą współpracę z klientami</a>



### Sesja 3: Reagowanie na potrzeby klientów.

**Opis:** Uczestnicy zidentyfikują potrzeby i pragnienia klientów oraz określają, jak najlepiej na nie odpowiedzieć. Dowiedzą się, jak najlepiej na nie odpowiedzieć, aby wyniki były atrakcyjne i przyciągały uwagę docelowych klientów, oddzielając ich produkt / usługę od innych na rynku.

#### Efekty kształcenia:

Po ukończeniu sesji trzeciej uczestnicy:

- Będą w stanie zidentyfikować wspólne potrzeby swoich klientów docelowych.
- Rozpoznają kluczowe kwestie, które klienci chcą rozwiązać poprzez swoje zakupy.
- Będą w stanie rozwijać swoje produkty i marketing, aby przyciągnąć klientów, odpowiadając na ich potrzeby.

Orientacyjny sylabus			
Temat	Metodologia	Aktywności	Źródła zewnętrzne
Identyfikacja potrzeb klientów	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Badanie i analizowanie różnych typowych potrzeb klientów oraz tych, które są specyficzne dla klienta docelowego.  Identyfikacja aktualnych i nadchodzących trendów oraz potrzeb związanych z ich produktami/usługami.	<a href="#">Definicja analizy potrzeb klienta i najlepsze praktyki</a>  <a href="#">6 strategii identyfikacji i reagowania na potrzeby klientów</a>  <a href="#">16 rodzajów potrzeb klientów</a>  <a href="#">Bord Bia 5 zasobów, aby zrozumieć klientów i globalny kryzys kosztów utrzymania</a>  <a href="#">Linkedin Jak identyfikować i reagować na pojawiające się potrzeby i trendy?</a>
Zdefiniowanie problemu (klientów)	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Nakreślenie kluczowych problemów, z jakimi może borykać się klient docelowy podczas dokonywania zakupów.  Opracowanie silnej odpowiedzi na każdy czynnik zniechęcający	<a href="#">Zachowania klientów i podejście do zakupów</a>  <a href="#">Zachowania zakupowe jako rozwiązywanie problemów</a>  <a href="#">Przeprowadzanie analizy konkurencji</a>

		<p>klienta docelowego do zakupu.</p> <p>Zbadanie podobnych opcji już dostępnych i określenie, w jaki sposób można je ulepszyć, aby stały się bardziej atrakcyjne dla klienta docelowego.</p> <p>Zdefiniowanie problemu, który można rozwiązać.</p>	
Odpowiadanie na potrzeby klientów	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	<p>Zbadanie bieżących i przewidywanych przyszłych potrzeb klientów docelowych.</p> <p>Zbadanie, w jaki sposób klienci rozwiązują te potrzeby.</p> <p>Zidentyfikowanie sposobów na nawiązanie kontaktu z klientami, gdy ich potrzeby są widoczne, oraz na przekazanie im rozwiązania w sposób terminowy i praktyczny.</p>	<p><a href="#">Przegląd prognozowania trendów</a></p> <p><a href="#">Odpowiadanie na potrzeby klientów</a></p>

**Moduł 3: Reklama i marketing online**  
5 ECTS (50 hipotetycznych godzin)

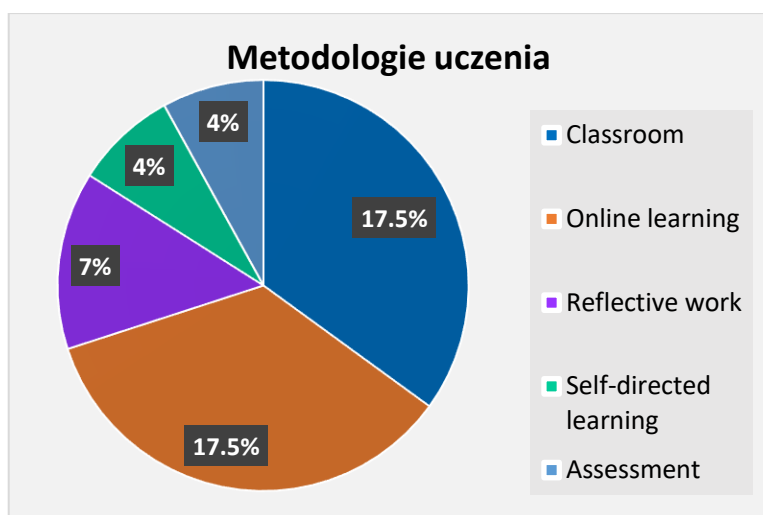
Moduł trzeci składa się z 4 indywidualnych sesji, które poprowadzą uczestnika w rozwijaniu tożsamości marki i strategii marketingowych w celu rozwoju działalności online. Uczestnicy zyskają zrozumienie i wgląd w zachowania zakupowe swoich klientów oraz opracują kampanie reklamowe wspierające rozwój biznesu.

Moduł trzeci obejmuje etap myślenia projektowego „Ideate”, zachęcając uczestników do kreatywnego myślenia o budowaniu tożsamości marki i strategii reklamowych online. Uczestnicy będą angażować się w sesje burzy mózgów, aby zbadać różne pomysły i podejścia, biorąc pod uwagę demografię odbiorców i platformy cyfrowe, na których mogą ich znaleźć. Przyjmując innowacje, uczestnicy uczynią swoją markę wyjątkową i skutecznie wykorzystają narzędzia cyfrowe, aby dotrzeć do szerszego grona odbiorców.

**Po ukończeniu modułu uczestnicy:**

1. Identyfikują i rozwijają swoją tożsamość marki za pomocą etapu Ideate w procesie myślenia projektowego.
2. Rozumieją zachowania zakupowe klientów
3. Ustanawiają i wdrażają skuteczne strategie marketingowe online w celu rozszerzenia swojej działalności.

**Metodologie uczenia**



Metodologie uczenia	Łączna liczba godzin
Klasa	17.5
Nauka online	17.5
Praca refleksyjna	7
Samokształcenie	4
Ocena	4
<b>Razem</b>	<b>50</b>

**Struktura modułu**

Sesja	Tytuł	Tydzień
1	Rozwijanie tożsamości marki	1
2	Strategie reklamowe i marketingowe	2,3
3	Identyfikacja możliwości współpracy	4
4	Ekspansja rynkowa	5,6

**Sesja 1: Rozwijanie tożsamości marki.**

**Opis:** Uczestnicy zdobędą szczegółową wiedzę na temat tego, jak rozwijać i wzmacniać swoją tożsamość marki za pomocą dodatkowych materiałów (logo, paleta kolorów itp.), które odzwierciedlają ich markę.

**Efekty kształcenia:**

Po ukończeniu sesji pierwszej uczestnicy:

- Wdrażają etap myślenia projektowego „Pomysł”, aby rozwijać markę biznesową online.
- Będą świadomi znaczenia i wykorzystania elementów wizualnych w tożsamości marki.
- Rozumieją, jak stworzyć portfolio marki.
- Wiedzą, jak chronić tożsamość marki.

<b>Orientacyjny sylabus</b>			
<b>Temat</b>	<b>Metodologia</b>	<b>Aktywności</b>	<b>Źródła zewnętrzne</b>
Wizualizacja marki (logo, kolorystyka, czcionki itp.)	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	<p>Tworzenie pomysłów - sesje indywidualne i grupowe</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wybór pomysłu przy użyciu metody czterech kategorii</li> <li>- Selekcja pomysłów</li> <li>- Priorytetyzacja pomysłów</li> </ul> <p>Zidentyfikuj kluczowe wiadomości, które próbujesz przedstawić za pomocą elementów wizualnych związanych z Twoją marką.</p> <p>Zbadaj podobne, już istniejące firmy, zbadaj ich wizualizacje marki i porównaj je z własnymi.</p>	<p><a href="#">Przykład tożsamości marki - Ireland's Hidden Heartlands</a></p> <p><a href="#">7 pytań do rozważenia przed wprowadzeniem nowej tożsamości marki</a></p> <p><a href="#">Tworzenie unikalnej tożsamości marki dla irlandzkiej firmy spożywczej</a></p>
Tworzenie portfolio marki	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Zapoznanie się z różnymi wizualizacjami i tym, co sugerują one klientowi.	<p><a href="#">Czym jest portfolio marki</a></p> <p><a href="#">Tworzenie portfolio marki</a></p>

		Stworzenie dokumentu wizualizacji marki (portfolio marki) do wykorzystania w różnych sytuacjach (reklama online, kampanie w mediach społecznościowych, opakowania produktów itp.)	
Ochrona tożsamości marki	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Nakreślenie kroków niezbędnych do ochrony tożsamości marki i sposobu, w jaki można to zrobić.  Identyfikacja marek o podobnej szacie graficznej i zapewnienie, że Twoja znacznie się różni.	<a href="#">Ochrona znaków towarowych w UE</a>  <a href="#">Ochrona znaku towarowego</a>

## Sesja 2: Strategie reklamowe i marketingowe

**Opis:** Uczestnicy zyskają wgląd w zachowania zakupowe klientów, ich upodobania i niechęci oraz jak interpretować te dane w celu zwiększenia sprzedaży. Poprzez ideację, uczestnicy przeprowadzą burzę mózgow na temat strategii reklamowych i marketingowych dostosowanych do nawyków zakupowych zidentyfikowanych klientów docelowych.

### Efekty kształcenia:

Po ukończeniu sesji drugiej uczestnicy:

- Potrafią zidentyfikować różne cyfrowe kanały marketingowe i wybrać te, które najlepiej pasują do ich działalności.
- Rozumieją korzyści płynące z opracowania i wdrożenia kampanii marketingowej.
- Opracowują strategię marketingową dla swojej firmy.

Orientacyjny sylabus			
Temat	Metodologia	Aktywności	Źródła zewnętrzne
Cyfrowe kanały marketingowe	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Identyfikacja różnych metod marketingu i reklamy	<a href="#">Przegląd kanałów marketingu cyfrowego</a>  <a href="#">Przewodnik po cyfrowych kanałach marketingowych</a>

		Zdefiniowanie obiecujących metod marketingu i reklamy na różnych platformach.	<a href="#">Wsparcie sprzedaży online Candyweb (Polska)</a>
Kampanie marketingowe	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Tworzenie pomysłów zgodnie z sesją 1  Tworzenie szablonów dla przyszłych kampanii marketingowych i reklamowych  Zbadanie potencjalnych metod zwiększenia zaangażowania i reakcji na reklamę i marketing (prezenty itp.)	<a href="#">Profesjonalny marketing</a>  <a href="#">Jak marketing może zwiększyć przychody (Włochy)</a>  <a href="#">Strategie marketingowe (Włochy)</a>  <a href="#">Wpisy na blogu marketingowym (Włochy)</a>
Opracowanie strategii marketingowej	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Opracowanie strategii marketingowej (jak często publikować posty w mediach społecznościowych, jak często zmieniać kampanię marketingową itp.)	<a href="#">Opracowanie strategii marketingowej</a>

### Sesja 3: Identyfikacja możliwości współpracy

**Opis:** Learners will implement the Ideate step of the Design Thinking process to explore collaborative opportunities with other businesses as a method of engaging with new and existing customers, and to promote their business online.

#### Efekty kształcenia:

Po ukończeniu sesji trzeciej uczestnicy:

- Zrozumieją korzyści płynące z możliwości współpracy w zakresie promocji i rozwoju biznesu
- Identyfikują potencjalne możliwości współpracy, które mogą wspierać rozwój ich działalności.
- Będą zaznajomieni z elementami współpracy

Orientacyjny sylabus			
Temat	Metodologia	Aktywności	Źródła zewnętrzne

<p>Zrozumienie potencjału współpracy biznesowej</p>	<p>Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie</p>	<p>Sesja pomysłów zgodnie z sesją 1</p> <p>Określenie zalet i wad współpracy</p> <p>Identyfikacja marek podobnych do Twojej i zbadanie ich wcześniejszej współpracy, co zakończyło się sukcesem, a co nie.</p>	<p><a href="#">Przewodnik marketingowy Failte Ireland</a></p> <p><a href="#">Kodeks standardów reklamy i komunikacji marketingowej ASAI w Irlandii</a></p> <p><a href="#">Reklama w Irlandii</a></p>
<p>Identyfikacja potencjalnej współpracy</p>	<p>Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie</p>	<p>Sesja pomysłów</p> <p>Identyfikacja marek i firm, z którymi można potencjalnie współpracować w przyszłości</p>	<p><a href="#">Identyfikacja potencjalnych partnerów biznesowych</a></p> <p><a href="#">Marketing wzrostu poprzez partnerstwa</a></p>
<p>Rozwijanie współpracy</p>	<p>Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie</p>	<p>Sesja pomysłów</p> <p>Mając wcześniej zidentyfikowane 3 marki, wymień potencjalne sposoby współpracy z nimi, korzyści dla Ciebie i dla nich.</p> <p>Określ kryteria współpracy (koszt, liczba postów w mediach społecznościowych itp.).</p> <p>Zidentyfikuj potencjalne problemy, które mogą pojawić się podczas współpracy i przeanalizuj możliwe rozwiązania.</p>	<p><a href="#">Współpraca z marką i jak znaleźć partnera</a></p> <p><a href="#">Znalezienie udanej współpracy z marką</a></p>

## Sesja 4: Ekspansja rynkowa

**Opis:** Learners will gain an understanding of how to grow their business beyond a national level.

### Efekty kształcenia:

Po ukończeniu sesji czwartej uczestnicy:

- Definiuje krajobraz rynkowy
- Rozumieją prawa związane z handlem międzynarodowym
- Implementują strategie mające na celu poszerzenie bazy klientów

Orientacyjny sylabus			
Temat	Metodologia	Aktywności	Źródła zewnętrzne
Zrozumienie rynku	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Zbadaj rynek, na który chcesz wejść	<a href="#">Enterprise Ireland</a>
Przepisy ustawowe i wykonawcze	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Zrozumienie międzynarodowych przepisów dotyczących handlu i sprzedaży  Zbadanie zalet i wad zatrudniania personelu za granicą do reprezentowania firmy	<a href="#">Internacjonalizacja (Włochy)</a>  <a href="#">Zalety internacjonalizacji (Włochy)</a>  <a href="#">Jak rozwinąć działalność (Włochy)</a>
Docieranie do docelowych konsumentów	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Zidentyfikuj metody dotarcia do docelowych konsumentów za granicą i nawiązania z nimi kontaktu.	<a href="#">Skuteczne docieranie do odbiorców docelowych</a>  <a href="#">Dotarcie do globalnej publiczności</a>  <a href="#">Marketing skierowany do międzynarodowych konsumentów</a>



## Moduł 4: Analiza i interpretacja danych

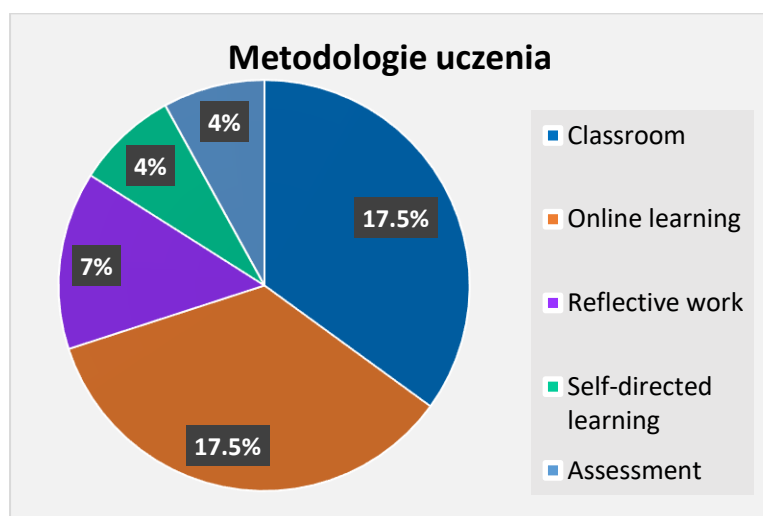
5 ECTS (50 hipotetycznych godzin)

Moduł czwarty składa się z trzech indywidualnych sesji, które koncentrują się na ochronie, gromadzeniu i analizie danych. Zbadane zostaną różne metody analizy danych i sposób, w jaki wyniki mogą wpływać na podejmowanie decyzji dotyczących rozwoju biznesu. Moduł czwarty jest powiązany z etapami „Prototypuj i testuj (i udoskonalaj)” procesu myślenia projektowego. Uczestnicy będą wdrażać etapy myślenia projektowego, prototypować i testować, aby analizować dane i skutecznie wykorzystywać je do podejmowania świadomych decyzji w celu udoskonalenia swoich podejść, zapewniając zaspokojenie potrzeb klientów w zakresie rozwoju nowych produktów lub usług.

### Po ukończeniu modułu czwartego uczestnicy:

1. Będą posiadać wiedzę na temat różnych rodzajów danych, które mogą być zbierane od klientów.
2. Będą wdrażać proces myślenia projektowego, aby interpretować te dane w celu informowania o decyzjach dotyczących rozwoju biznesu.
3. Pozną metodologie ochrony danych i analizy danych.
4. Uzyskają wgląd w pozytywne i negatywne aspekty różnych typów danych i metod analizy danych.

### Metodologie uczenia



Metodologie uczenia	Łączna liczba godzin
Klasa	17.5
Nauka online	17.5
Praca refleksyjna	7
Samokształcenie	4
Ocena	4
<b>Razem</b>	<b>50</b>

### Struktura modułu

Sesja	Tytuł	Tydzień
1	Wprowadzenie do gromadzenia danych	1
2	Analiza i interpretacja danych	2,3
3	Wpływ danych na działalność biznesową	4

## Sesja 1: Wprowadzenie do gromadzenia danych

**Opis:** Uczniowie zdobędą wiedzę i zrozumienie różnych rodzajów danych, które jako przedsiębiorcy rolno-spożywczy mogą zbierać od klientów online. Wdrożenie analizy i interpretacji danych będzie wspierać rozwój biznesu i informować o decyzjach biznesowych dotyczących rozwoju nowych produktów.

### Efekty kształcenia:

Po ukończeniu sesji drugiej uczestnicy:

- Zrozumieją różne rodzaje danych, które firma internetowa może przechwytywać w celu monitorowania postępów biznesowych online, sprzedaży, marketingu i zachowań zakupowych.
- Będą opracowywać i wdrażać polityki ochrony danych
- Będą interpretować dane na potrzeby rozwoju biznesu

Orientacyjny sylabus			
Temat	Metodologia	Aktywności	Źródła zewnętrzne
Rodzaje danych	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Bycie świadomym różnych rodzajów danych, które firma może wykorzystywać do monitorowania swoich postępów.  Identyfikacja zalet i wad różnych typów danych	<a href="#">Narzędzia do zarządzania wydajnością Failte Ireland</a>  <a href="#">Kluczowe wskaźniki wydajności Failte Ireland</a>
Przechowywanie danych	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Zrozumienie, jak bezpiecznie przechowywać dane  Zarys przepisów dotyczących przechowywania, zatrzymywania i usuwania danych	<a href="#">Przechowywanie danych (Włochy)</a>
Wykorzystanie danych	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Zdefiniowanie 3 kluczowych wskaźników wydajności lub typów danych, które będą odpowiednie dla danej firmy.  Opracowanie planu częstotliwości przeglądu celów i rozwoju projektu.	<a href="#">Kluczowe wskaźniki wydajności i przykłady</a>  <a href="#">Przykłady kluczowych wskaźników wydajności do wykorzystania w celu usprawnienia działalności biznesowej</a>

## Sesja 2: Analiza i interpretacja danych.

**Opis:** Posiadają umiejętność prototypowania i testowania zebranych danych oraz skutecznego wykorzystywania ich do podejmowania świadomych decyzji w celu udoskonalenia swoich podejść, zapewniając, że potrzeby klientów są spełnione przy opracowywaniu nowych produktów lub usług.

### Efekty kształcenia:

Po ukończeniu sesji drugiej uczestnicy:

- Zrozumieją, jak korzystać z różnych danych, które mogą być gromadzone dla firmy w celu monitorowania jej rozwoju.
- Będą w stanie interpretować wyniki analiz danych.
- Będą pewni swojej zdolności do wykorzystywania danych i ich interpretacji w celu udoskonalania i wprowadzania pozytywnych zmian w firmie.

Orientacyjny sylabus			
Temat	Metodologia	Aktywności	Źródła zewnętrzne
Analiza danych	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Zrozumienie różnych typów danych i sposobu ich wykorzystania do analizy rozwoju biznesu.	<a href="#">7 rodzajów danych w biznesie i ich zastosowania</a>  <a href="#">Wprowadzenie do analizy danych (Włochy)</a>
Interpretacja danych	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	W przypadku zidentyfikowanych kluczowych typów danych należy zrozumieć, w jaki sposób można je wykorzystać i zinterpretować w celu zmiany działalności firmy.	<a href="#">Typy analizy danych i ich znaczenie</a>  <a href="#">Dane i analityka biznesowa</a>
Wykorzystanie danych	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	W przypadku mierników wydajności i danych wskazanych dla konkretnej firmy, określ różne potencjalne wyniki przeprowadzenia tych analiz i działania, które podejmiesz w celu udoskonalenia w zależności od ich wyników.	<a href="#">Korzystanie z analizy danych</a>

### Sesja 3: Wpływ danych na działalność biznesową

**Opis:** Sesja trzecia bada wszystkie aspekty gromadzenia i analizy danych, które mogą mieć wpływ na rozwój i wzrost firmy. Wdrażając etapy „Prototypuj i testuj (udoskonalaj)”, uczestnicy będą analizować i interpretować dane w celu udoskonalenia swoich podejść biznesowych. Testowanie umożliwi im ocenę pozytywnego i negatywnego wpływu danych na biznes.

#### Efekty kształcenia:

Po ukończeniu sesji trzeciej uczestnicy:

- Zrozumieją zarówno pozytywne, jak i negatywne aspekty wykorzystywania danych do monitorowania i rozwoju biznesu.
- Poznają możliwości outsourcingu analizy danych

Orientacyjny sylabus			
Temat	Metodologia	Aktywności	Źródła zewnętrzne
Pozytywy danych	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Zdefiniuj dogłębnie pozytywne aspekty każdego z typów danych, które najlepiej pasują do Twojej firmy.	<a href="#">Jak dane zmieniają firmy</a>
Negatywy danych	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Zdefiniuj dogłębnie negatywne aspekty każdego z typów danych, które najlepiej pasują do Twojej firmy.  Zbadanie, jak przezwyciężyć wszelkie potencjalne problemy lub negatywne aspekty metod tych analiz.	<a href="#">Plusy i minusy analityki biznesowej</a>
Zewnętrzne pozyskiwanie analiz danych	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Poznanie różnych opcji outsourcingu analizy danych biznesowych  Określenie zalet i wad outsourcingu analizy danych  Identyfikacja 2 potencjalnych opcji outsourcingu, które można rozważyć w przypadku przyszłych analiz danych	<a href="#">Dlaczego warto zatrudnić analityka danych</a>  <a href="#">Dostawca oprogramowania Intellect (Polska)</a>

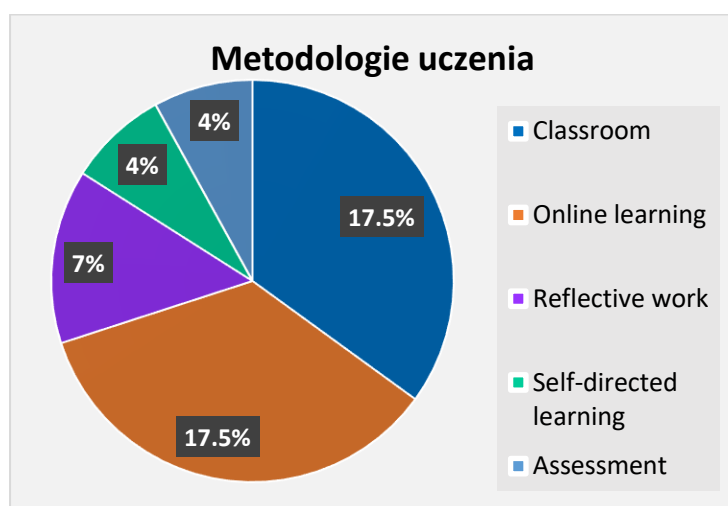
**Moduł 5: Ustawodawstwo i regulacje rolno-spożywcze**  
5 ECTS (50 hipotetycznych godzin)

Moduł piąty składa się z trzech indywidualnych sesji, które koncentrują się na ogólnych przepisach dotyczących żywności i przepisach biznesowych. Niektóre prawa i przepisy są specyficzne dla danej działalności, więc w zależności od rodzaju działalności może być wymagane dalsze rozwijanie kursu.

**Po ukończeniu modułu piątego uczestnicy:**

1. Będą posiadać wiedzę na temat ogólnych przepisów dotyczących żywności w całej Europie
2. Zrozumieją rolę Urzędu ds. Bezpieczeństwa Żywności w Europie
3. Zrozumieją prawne aspekty zakładania i rozwijania działalności rolno-spożywczej

**Metodologie uczenia**



Metodologie uczenia	łącna liczba godzin
Klasa	17.5
Nauczanie online	17.5
Praca refleksyjna	7
Samokształcenie	4
Ocena	4
<b>Razem</b>	<b>50</b>

**Struktura modułu**

Sesja	Tytuł	Tydzień
1	Ogólne prawo żywnościowe w Europie	1,2
2	Urząd ds. bezpieczeństwa żywności w Europie	2,3
3	Prawne aspekty zakładania i rozwijania działalności rolno-spożywczej	4,5

**Opis:** Sesja pierwsza tego modułu przedstawia ogólne przepisy dotyczące żywności w Europie. Zaleca się samodzielne uczenie się przez całą sesję w celu zidentyfikowania i zrozumienia odpowiednich przepisów dla konkretnej firmy.

**Efekty kształcenia:**

Po ukończeniu sesji pierwszej uczestnicy:

- Zrozumieją ogólne przepisy dotyczące żywności obowiązujące w całej Europie
- Będą posiadać wiedzę na temat przepisów dotyczących żywności specyficznych dla danego rodzaju działalności.
- Będą świadomi, w jaki sposób bezpieczeństwo żywności jest zarządzane i monitorowane od gospodarstwa rolnego do stołu.

<b>Orientacyjny sylabus</b>			
<b>Temat</b>	<b>Metodologia</b>	<b>Aktywności</b>	<b>Źródła zewnętrzne</b>
Ogólne prawo żywnościowe	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Identyfikacja ogólnych przepisów dotyczących żywności w Europie, które mają zastosowanie do wszystkich firm.  Identyfikacja przepisów dotyczących żywności, które odnoszą się konkretnie do Twojej firmy	<a href="#">Ogólne prawo żywnościowe - Komisja Europejska</a>  <a href="#">Egzekwowanie przepisów UE dotyczących łańcucha rolno-spożywczego</a>
Od pola do stołu - bezpieczeństwo żywności	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Prezentowanie sposobu monitorowania bezpieczeństwa żywności w całym procesie od pola do stołu.	<a href="#">Zapewnienie bezpieczeństwa żywności w Unii Europejskiej</a>

**Opis:** Sesja druga tego modułu koncentruje się na bezpieczeństwie żywności w Europie, takim jak zapewnienie, że produkty nadają się do spożycia przez ludzi. Podobnie jak w poprzednim module, działania Urzędu ds. Bezpieczeństwa Żywności i Komisji Europejskiej będą się różnić w zależności od rodzaju działalności gospodarczej.

**Efekty kształcenia:**

Po ukończeniu sesji drugiej uczestnicy:

- Będą świadomi ról i obowiązków Urzędu ds. Bezpieczeństwa Żywności
- Rozumieją, w jaki sposób Komisja Europejska jest zaangażowana w zapewnianie bezpieczeństwa żywności w całej Europie
- Rozumieją przepisy i regulacje specyficzne dla ich działalności.

<b>Orientacyjny sylabus</b>			
<b>Temat</b>	<b>Metodologia</b>	<b>Aktywności</b>	<b>Źródła zewnętrzne</b>
Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności, jego role i obowiązki	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Określenie ról i obowiązków Urzędu ds. Bezpieczeństwa Żywności w Europie	<a href="#">Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności</a>
Europejska Komisja ds. Bezpieczeństwa Żywności	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Zarys roli Komisji Europejskiej w odniesieniu do bezpieczeństwa żywności  Określenie, w jaki sposób może się to odnosić do Twojej firmy i jej praktyk.	<a href="#">Komisja Europejska ds. bezpieczeństwa żywności</a>



### Sesja 3: Prawne aspekty zakładania i rozwijania działalności rolno-spożywczej

**Opis:** Sesja trzecia tego modułu koncentruje się na kwestiach prawnych i przepisach dotyczących zakładania działalności rolno-spożywczej. Przedstawi proces nadawania nazwy i rejestracji firmy, zbada przepisy dotyczące pracodawców i miejsca pracy oraz prawa konsumenckie.

#### Efekty kształcenia:

Po ukończeniu sesji trzeciej uczestnicy:

- Będą posiadać wiedzę na temat procesu prawnego związanego z zakładaniem i rozwijaniem działalności rolno-spożywczej.
- Będą posiadać szczegółową wiedzę na temat różnych przepisów dotyczących miejsca pracy i obiektów istotnych dla ich konkretnej działalności..

Orientacyjny sylabus			
Temat	Metodologia	Aktywności	Źródła zewnętrzne
Wprowadzenie do pojęć	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Rozumienie znaczenia różnych terminów i ich kontekstu.	<a href="#">Wyjaśnienie terminów prawnych dotyczących informacji dla obywateli</a>  <a href="#">Słowniczek terminów prawnych</a>  <a href="#">Prosty przewodnik po terminach prawnych w języku angielskim</a>
Nazewnictwo firmy	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Zapoznanie się z przepisami dotyczącymi nazewnictwa firm, związanymi z tym sformułowaniami i frazami.  Zapoznanie się z narzędziami dostępnymi online do sprawdzania nazw firm, nazw domen internetowych i dostępności nazw w mediach społecznościowych.	<a href="#">Przepisy dotyczące nazewnictwa firm (przykład Irlandii)</a>  <a href="#">Przewodnik prawny dotyczący nazewnictwa biznesowego (przykład Irlandii)</a>  <a href="#">Ograniczenia dotyczące nazwy firmy (przykład irlandzki)</a>
Wymagania dotyczące zakładania i rozpoczynania działalności gospodarczej	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Opracowanie listy kontrolnej dokumentów prawnych	<a href="#">Wymagania dotyczące zakładania spółek w Irlandii - Biuro Spółek</a>

		<p>wymaganych przy zakładaniu firmy</p> <p>Mapa kroków prawnych związanych z rozpoczęciem działalności gospodarczej</p>	<p><a href="#">Rozpoczynanie działalności gospodarczej</a></p> <p><a href="#">Przewodnik krok po kroku dotyczący zakładania firmy w Irlandii</a></p> <p><a href="#">Dokumenty prawne potrzebne firmie w Irlandii</a></p>
Przepisy dotyczące zatrudnienia	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	<p>Zrozumienie przepisów prawa pracy obowiązujących w danym kraju</p> <p>Identyfikacja kluczowych przepisów, które są najważniejsze w odniesieniu do konkretnego rodzaju działalności (np. przepisy dotyczące higieny żywności dla firmy cateringowej)</p> <p>Zrozumienie przepisów dotyczących zatrudniania personelu w danym kraju.</p>	<p><a href="#">Przepisy dotyczące zatrudnienia w Irlandii</a></p> <p><a href="#">Przewodnik po prawie pracy, zatrudnieniu i równości w Irlandii</a></p> <p><a href="#">Zatrudnianie pracowników w firmie w Irlandii</a></p> <p><a href="#">Dochód Irlandii przy zatrudnianiu pracownika</a></p> <p><a href="#">Krajowe informacje podatkowe (Polska)</a></p> <p><a href="#">Strona rządowa (Polska)</a></p>
Prawa konsumenta	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	<p>Zrozumienie różnych praw konsumentów w UE i w swoim kraju.</p> <p>Zbadanie wcześniejszego przypadku, w którym firma podobna do Twojej nie przestrzegała praw konsumentów, oraz sposobu rozwiązania tej sprawy, konsekwencji prawnych, skutków długoterminowych</p>	<p><a href="#">Prawa konsumentów w Irlandii</a></p>

		itp. oraz tego, co można było zrobić inaczej, aby uniknąć tej sytuacji.	
--	--	---	--

### Opcjonalne moduły

W zależności od konkretnych podsektorów rolno-spożywczych (rolnictwo, rozwój produktów spożywczych itp.), niektóre moduły opcjonalne mogą mieć dużą wartość dla uczestników. Będą się one różnić w zależności od podsektora.

Moduł opcjonalny	Temat	Metodologia	Aktywności	Szczegóły
1	Cyberbezpieczeństwo	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Zdefiniowanie potencjalnych zagrożeń cyberbezpieczeństwa, sposobów ich unikania i przewyżczenia w przypadku ich wystąpienia.	<a href="#">Krajowe Centrum Cyberbezpieczeństwa w Irlandii</a>
2	Wykorzystanie SEO	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Opracowanie strategii wyszukiwania SEO i zrozumienie, w jaki sposób zwiększyło to rozwój firmy.	<a href="#">Lokalne SEO w Irlandii</a>
3	Bezpieczeństwo żywności	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Zarys kluczowych zasad i przepisów dotyczących bezpieczeństwa żywności	<a href="#">Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności w Irlandii</a>  <a href="#">Informacje dla obywateli Irlandii - Bezpieczeństwo żywności</a>  <a href="#">NSAI Food Standards Ireland</a>
4	Portale sprzedaży	Wykłady online, Wykłady w klasie,	Zdefiniowanie 3 kluczowych portali sprzedażowych istotnych dla Twojej firmy i	<a href="#">Circular Living Ireland (Irlandia)</a>  <a href="#">Donedeal Ireland</a>

		Samokształcenie	sposobu ich najlepszego wykorzystania.	<a href="#">Reklamy Irlandia</a>
5	Umiejętności branżowe	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Identyfikacja umiejętności, które Twoim zdaniem można wzmocnić  Identyfikacja zasobów, których możesz użyć do poprawy tych umiejętności	
6	Nauczanie online	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Zapoznanie się z platformami nauczania online  Znajomość dostępnych narzędzi i zasobów online wspierających nauczanie online	<a href="#">Internetowy bank zasobów dydaktycznych DCU Irlandia</a>
7	Umiejętności nauczania	Wykłady online, Wykłady w klasie, Samokształcenie	Zbadanie różnych stylów uczenia się i nauczania oraz określenie, w jaki sposób można je włączyć do programów nauczania, aby dostosować je do różnych typów uczniów końcowych.	<a href="#">Nauczanie i nauka w Irlandii</a>
			<a href="#">S.O.F.I.A.</a>	kursy szkoleniowe dla nauczycieli w celu wzbogacenia tła kulturowego, portfolio, umiejętności. wymiana i dopasowanie podaży / popytu.
			<a href="#">SCUOLA FUTURA</a>	moduły szkoleniowe są podzielone na 3 obszary tematyczne (dydaktyka cyfrowa, STEM i wielojęzyczność, luki terytorialne)
			<a href="#">PUNTO IMPRESA DIGITALE</a>	poświęcone szerzeniu kultury i praktyki dyfuzji

				cyfrowej w MPMI (mikroprzedsiębiorstwach) we wszystkich sektorach gospodarki.
			<a href="#">SOLOFORMAZIONE</a>	agreguje specjalne kursy szkoleniowe dla nauczycieli
			<a href="#">SCUOLA.NET</a>	bezpłatne inicjatywy edukacyjne, odkrywanie innowacyjnych ścieżek w kwestiach związanych z różnymi dyscyplinami
			<a href="#">DEASCUOLA</a>	rozwój kadry nauczycielskiej i zapewnienie projektów szkoleniowych
			<a href="#">ARETE'</a>	oferowanie kursów online i cykli webinarów dla nauczycieli zorientowanych na integrację technologiczną
			<a href="#">SOCIAL ACADEMY</a>	wsparcie w tworzeniu cyfrowych produktów szkoleniowych: treści do kursów wideo online, kursów audio, materiałów wideo i postprodukcji, tekstów, grafiki, ebooków, spersonalizowanych prezentacji.
			<a href="#">LEARN ONLINE</a>	Jest to platforma e-learningowa zaprojektowana w celu uproszczenia szkoleń w sieci.
			<a href="#">NETWORK DIGITAL 360</a>	Sieć publikacji i portali B2B poświęconych zagadnieniom transformacji cyfrowej i innowacji w przedsiębiorczości.
8	Przepisy obowiązujące w danym kraju	Wykłady online, Wykłady w klasie,	Określenie przepisów obowiązujących w kraju, w którym	<a href="#">Prawo spółek i prawo korporacyjne w Irlandii</a>

		Samokształcenie	prowadzona jest działalność.	
--	--	-----------------	------------------------------	--