



TBG O3 – Σχετικά με την εφαρμογή των μαθημάτων στην πράξη

I – ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Η έκθεση αυτή έχει ως στόχο να περιγράψει τον τρόπο διεξαγωγής των online μαθημάτων σχετικά με την επιχειρηματικότητα στα τέσσερα σχολεία που συμμετείχαν στο πρότζεκτ TBG – δηλαδή «Διεθνείς Επιχειρηματικές Ομάδες», που υποστηρίζεται από το πρόγραμμα Erasmus +. Το μαθήματα βοήθησαν τους μαθητές να δημιουργήσουν και να αναπτύξουν τέσσερις επιχειρηματικές ιδέες.

Σε αυτό το πρότζεκτ συμμετείχαν τέσσερα σχολεία-δύο κανονικά Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης (από την Ελλάδα και την Τουρκία) και δύο Επαγγελματικά Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης (από την Κροατία και την Πορτογαλία). Είχαν την υποστήριξη δύο οργανισμών από την Ολλανδία και την Ιταλία, οι οποίοι έχουν μεγάλη εμπειρία στην εφαρμογή της επιχειρηματικότητας σε εκπαιδευτικά περιβάλλοντα. Ο Ιταλός εταίρος δημιούργησε μια νέα μεθοδολογία για την πρακτική εξάσκηση στην επιχειρηματικότητα, που βασίστηκε σε ένα προϋπάρχον ιταλικό πρότζεκτ: "La Scuola d'Impresa". Ένας έβδομος εταίρος από το Βέλγιο, μια διεθνής ένωση παρόχων ΕΕΚ, ήταν υπεύθυνος για τη διάδοση του προγράμματος.

II - ΠΡΙΝ ΑΠΟ ΤΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ

Η πρώτη συνάντηση του έργου πραγματοποιήθηκε στην Πορτογαλία, όπου, εκτός από τις διοικητικές και οικονομικές πτυχές του έργου, συζητήθηκε και προγραμματίστηκε ο πιθανός τρόπος δημιουργίας και υλοποίησης των μαθημάτων. Πήραν μέρος μόνο καθηγητές και μέλη του προσωπικού.

Οι βασικοί παράγοντες που λήφθηκαν υπόψη:

- Τα μαθήματα έπρεπε να είναι φιλικά προς το χρήστη και να αποτελέσουν Ανοιχτούς Εκπαιδευτικούς Πόρους (ψηφιακό εκπαιδευτικό υλικό που προσφέρεται ελεύθερα).
- Έπρεπε να απευθύνονται σε μαθητές της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, συμπεριλαμβανομένων και εκείνων που δεν παρακολουθούν μαθήματα Management, Marketing, Οικονομικών κτλ
- Οι εκπαιδευτικοί θα πρέπει να βοηθούν τους μαθητές κατά τη διάρκεια των μαθημάτων και να καθορίζουν τις κατευθυντήριες γραμμές του εκπαιδευτικού υλικού, αλλά το υλικό θα πρέπει να συλλέγεται από τους μαθητές.
- Θα έπρεπε να ακολουθηθεί μία διδακτική διαδικασία σταδιακή, βήμα προς βήμα, έτσι ώστε να εξασφαλιστεί για τους μαθητές μια επιτυχημένη πορεία μάθησης.

- Θα έπρεπε το moodle να γίνει σε βάση πολυγλωσσική - οι μαθητές, έτσι, θα έχουν τη



TBG O3 – Σχετικά με την εφαρμογή των μαθημάτων στην πράξη

δυνατότητα να μάθουν στη δική τους γλώσσα, αλλά ταυτόχρονα θα πρέπει να χρησιμοποιηθεί και μία αγγλική έκδοση για την εξασφάλιση της διεθνούς συνεργασίας.

Κάθε σχολείο θα έχει 4 ομάδες μαθητών, η καθεμία με διάφορες θέσεις εργασίας, που αφορούν μία επιχείρηση. Συμφωνήθηκε η ίδια μεθοδολογία για τις διεθνείς μικτές ομάδες: θα πρέπει να δημιουργηθούν 4 ομάδες με 5 μαθητές (τουλάχιστον ένας από την ομάδα του κάθε σχολείου) για να δουλέψουν τόσο online όσο και κατά τη διάρκεια των δραστηριοτήτων κινητικότητας.





TBG O3 – Σχετικά με την εφαρμογή των μαθημάτων στην πράξη

III - Η ΑΡΧΗ ΤΩΝ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ

Η δεύτερη συνάντηση, στην Ιταλία, ήταν η πρώτη με μαθητές. Ήταν πολύ σημαντική, δεδομένου ότι έδωσε στους μαθητές τη δυνατότητα να κατανοήσουν την έννοια και το στόχο του πρότζεκτ, καθώς επισκέφθηκαν σχολεία όπου η αρχική ιδέα –το ιταλικό πρότζεκτ, "La Scuola d'Impresa» - γινόταν εδώ και αρκετό καιρό. Εκεί συζήτησαν με τους ιταλούς μαθητές πώς είχαν δημιουργήσει τις επιχειρηματικές τους ιδέες. Επίσης, παρακολούθησαν διάφορα εργαστήρια όπου εξασκήθηκαν στη δημιουργικότητα, το σχεδιασμό και τη στρατηγική σκέψη. Αυτές οι εμπειρίες έπαιξαν καθοριστικό ρόλο, ώστε να μπορέσουν να εφαρμόσουν τη δημιουργικότητα στην πράξη.

Εν τω μεταξύ, η ομάδα των εκπαιδευτικών και των μελών του προσωπικού προετοίμαζαν την πρώτη ενότητα μαθημάτων – «Η επιχειρηματική ιδέα» - και συζήτησαν πώς αυτή θα έπρεπε να εφαρμοστεί στην πλατφόρμα-moodle. Τα σχολεία συμφώνησαν για τη μετάφραση στην εθνική τους γλώσσα και για τη συλλογή του υλικού. Συγκεκριμένα, οι αρμοδιότητες των μαθητών γι' αυτήν την ενότητα ήταν:

- Οι μαθητές που ήταν στην Ιταλία, επιστρέφοντας, να οργανώσουν και να καταγράψουν μία εκδήλωση στο σχολείο τους, όπου θα παρουσιάσουν τις δραστηριότητες της Ιταλίας στους άλλους μαθητές.
- Οι μαθητές του πρότζεκτ να αναζητήσουν ένα ή περισσότερα βίντεο για τη δημιουργικότητα που θα τους ενέπνεαν.
- Να βρουν ένα link σε μια ιστοσελίδα με κοινωνικο-οικονομικές πληροφορίες σχετικά με την περιοχή τους.
- Να ξεκινήσουν τη διαδικασία για την επίσκεψή τους στο Δήμο ή στο Εμπορικό Επιμελητήριο.
- Να αναζητήσουν ένα ή περισσότερα βίντεο σχετικά με μία πραγματική επιχειρηματική ιδέα που θα αποτελούσε πηγή έμπνευσης για αυτούς.
- Να προετοιμάσουν, αφού παρακολουθήσουν ολόκληρη την πρώτη ενότητα μαθημάτων, τέσσερις επιχειρηματικές ιδέες - μία για κάθε διεθνή ομάδα, που θα τις παρουσίαζαν κατά τη διάρκεια της τρίτης συνάντησης.



© European Union, 2016

The content of this publication does not reflect the official opinion of the European Union. Responsibility for the information and views expressed therein lies entirely with the author.



IV - Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΩΝ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ

IV.1 ΚΡΟΑΤΙΑ

Στην τρίτη συνάντηση, στην Κροατία, είχαμε έναν αξιόλογο επισκέπτη, έναν εμπειρογνώμονα από την TeleCentar Κροατίας, μία μη κυβερνητική, μη κερδοσκοπική οργάνωση που δημιουργήθηκε το 2005 ως κέντρο συντονισμού για το περιφερειακό δίκτυο των οργανώσεων της κοινωνίας των πολιτών από την Κροατία, τη Σερβία, την ΠΓΔΜ και τη Βοσνία και Ερζεγοβίνη. Το δίκτυο έχει αναπτύξει ένα πρόγραμμα δια βίου μάθησης που αποτελείται από 32 ενότητες που έχουν να κάνουν με την εκμάθηση της αγγλικής γλώσσας, τις δεξιότητες στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, τις κοινωνικές δεξιότητες και την επιχειρηματικότητα.

Στη συνάντηση αυτή οι μαθητές που συμμετείχαν είχαν ήδη παρακολουθήσει την πρώτη ενότητα μαθημάτων. Ως εκ τούτου, όπως προβλεπόταν, οι μαθητές κάθε σχολείου εταίρου παρουσίασαν τέσσερις ιδέες τους (σύνολο 16 από τα 4 σχολεία). Κάθε εθνική ομάδα όρισε από έναν εκπρόσωπο για να δείξει την κάθε ιδέα, χρησιμοποιώντας διάφορα μέσα, από αφίσες μέχρι βίντεο και παρουσιάσεις PowerPoint.

Ποικιλομορφία και δημιουργικότητα χαρακτήριζαν τα δεκαέξι έργα, τα οποία παρουσιάστηκαν και αναλύθηκαν από τους μαθητές. Κατά το στάδιο αυτό, κατέστη σαφές ότι δεν υπήρχαν νικητές και ηττημένοι, αλλά μόνο ιδέες που θα μπορούσαν να γίνουν πραγματικές επιχειρήσεις, αφού παρακολουθήσουν οι μαθητές τις επόμενες ενότητες. Αλλά για να γίνει αυτό, σύμφωνα με την καθοδήγηση του Ιταλού εταίρου και του εταίρου της TeleCentar, οι δεκαέξι ιδέες έπρεπε να μειωθούν, με τη διαδικασία της ενσωμάτωσης των παρόμοιων ιδεών και της απόρριψης των ιδεών που δεν είχαν καμία βιωσιμότητα. Το βασικό ήταν να κατανοήσουν οι μαθητές ότι θα μπορούσαν μεν να έχουν μια πολύ δημιουργική ιδέα, αλλά να μην τη σηκώνει η αγορά ή να είναι δύσκολο να βρεθεί οικονομική στήριξη για αυτήν.

Μετά από δύο ημέρες σκληρής δουλειάς με τους μαθητές, οι τελικές παρουσιάσεις ήταν έτοιμες να παρουσιαστούν, σύμφωνα με την καθοδήγηση του Ιταλού εταίρου και του εταίρου της TeleCentar: "Mom's assistant", ένα πολυπροϊόν που βοηθά τις μητέρες να φροντίζουν ευκολότερα τα μωρά τους, "Mustra SC", μία πρωτοποριακή τσάντα, "Tecbag", μια βαλίτσα με αρκετές καινοτομίες και με ένα app, "Vita-Berry Juices", μια εταιρεία που παράγει και πουλά φυσικούς χυμούς. Οι εθνικές ομάδες στη συνέχεια οργανώθηκαν γύρω από κάθε διεθνή ιδέα. Κάθε σχολείο εταίρος έκτοτε θα έχει ένα «εθνικό υποκατάστημα» για την κάθε ιδέα, το οποίο θα είναι σε θέση να εργαστεί πάνω στην ιδέα τόσο online όσο και κατά τη διάρκεια των δραστηριοτήτων κινητικότητας.

Στο μεταξύ, οι καθηγητές και το προσωπικό προετοίμαζαν τη δεύτερη ενότητα, ενώ συζήτησαν και αξιολόγησαν την πρώτη. Για την επόμενη κινητικότητα κάθε εθνική ομάδα έπρεπε να παρακολουθήσει την ενότητα: «Επιχειρηματική Ιδέα και Έρευνα Αγοράς». Τώρα που ήδη είχε αναπτυχθεί η ιδέα, έπρεπε να συγκεντρώσουν το υλικό, να πάρουν μέρος σε δραστηριότητες και να μάθουν πώς να κάνουν μια έρευνα αγοράς, ώστε να μπορούν να



ΤΒΓ Ο3 – Σχετικά με την εφαρμογή των μαθημάτων στην πράξη

παρουσιάσουν τα αποτελέσματα και να τα συζητήσουν με τους μαθητές από τα άλλα σχολεία του προγράμματος, τόσο online, όσο και κατά τη διάρκεια της επόμενης κινητικότητας. Κάθε ιδέα, λοιπόν, θα εξελισσόταν με τη συνεισφορά όλων.





IV.II ΕΛΛΑΔΑ

Στη συνάντηση αυτή οι μαθητές είχαν ήδη παρακολουθήσει δύο ενότητες των online μαθημάτων, δηλαδή: «Η Επιχειρηματική Ιδέα» και «Επιχειρηματική Ιδέα και Έρευνας Αγοράς».

Ως εκ τούτου, κάθε εκπρόσωπος από κάθε εθνική υποομάδα παρουσίασε στους συναδέλφους του της Διεθνούς ομάδας τα αποτελέσματα της εθνικής έρευνας αγοράς τους - τα διάφορα στάδια της έρευνας αγοράς: προετοιμασία, SWOT ανάλυση, ταυτοποίηση της ομάδας στόχου, ερωτηματολόγιο, ανάλυση των αποτελεσμάτων .

Έμαθαν τις περισσότερες από αυτές τις έννοιες από τα online μαθήματα και, σύμφωνα με την εκτίμηση των μαθητών, αυτό που τους άρεσε περισσότερο ήταν η SWOT ανάλυση και το ερωτηματολόγιο. Έπρεπε να μάθουν πώς να τα δημιουργήσουν, να τα προετοιμάσουν , να τα δοκιμάσουν, να τα εφαρμόσουν στην ομάδα-στόχο και να αναλύσουν τα αποτελέσματα.

Ο στόχος ήταν να συγκρίνουν τα αποτελέσματα από τις έρευνες αγοράς όλων των χωρών, συνδυάζοντάς τις με ένα συνεκτικό και δομημένο τρόπο. Για να το καταφέρουν αυτό, είχαν τη βοήθεια των εκπαιδευτικών και των μελών του προσωπικού.

Κάθε ομάδα έπρεπε να δείξει τα συμπεράσματα στις άλλες ομάδες και επιστρέφοντας πίσω στη χώρα τους να τα δείξουν στις εθνικές τους υποομάδες. Προκειμένου, λοιπόν, να βελτιωθούν αυτές οι παρουσιάσεις θεωρήθηκε χρήσιμο και αποφασίστηκε ήδη από την Κροατία ο Ολλανδός εταίρος να παρέχει στην Ελλάδα στους μαθητές ένα σεμινάριο σχετικά με τον τρόπο που μπορούν να προωθήσουν αποτελεσματικά μια ιδέα μέσα από τις εικόνες, τα social media και τα εργαλεία μάρκετινγκ.

Κάποιοι εκπαιδευτικοί έμειναν με τους μαθητές για να τους καθοδηγήσουν σε μία ομαδική εργασία για την προετοιμασία διαφημιστικών μηνυμάτων για τις ιδέες τους. Οι άλλοι καθηγητές και μέλη του προσωπικού έπρεπε να προετοιμάσουν την επόμενη ενότητα: “Στρατηγική επικοινωνίας”.

Τέλος, κάθε ομάδα παρουσίασε τα διαφημιστικά μηνύματά της (παρουσιάσεις PowerPoint, βίντεο, αφίσες) και παρείχε λεπτομερή εξήγηση της διαδικασίας που είχε ακολουθήσει και των επιλεγμένων στοιχείων της έρευνας αγοράς για κάθε ιδέα. Τα βίντεο ήταν ιδιαίτερα ενδιαφέροντα, καθώς οι μαθητές πήγαν έξω από το χώρο και τα γύρισαν έξω με τα κινητά τους, σαν να επρόκειτο για πραγματική διαφήμιση. Αξιολογήθηκαν η δημιουργικότητα, η εστίαση στην ομάδα-στόχο, το σαφές μήνυμα και η περιγραφή του προϊόντος.





IV.III ΟΛΛΑΝΔΙΑ

Γι'αυτήν τη συνάντηση οι μαθητές είχαν παρακολουθήσει την τρίτη ενότητα - Στρατηγική επικοινωνίας. Ωστόσο, ένα βασικό ζήτημα που οι εταίροι αποφάσισαν κατά τη φάση της εφαρμογής είναι ότι δεν αρκούσαν μόνο τα μαθήματα. Με άλλα λόγια, τα μαθήματα ήταν πολύ καλά για να μάθουν οι μαθητές για την επιχειρηματικότητα, αλλά θα έπρεπε επίσης να συμπληρωθούν με εργαστήρια που θα τους παρείχαν μια οπτική από κάποιον που έχει ήδη περάσει από τη διαδικασία της δημιουργίας μιας πραγματικής εταιρείας.

Ως εκ τούτου, κατά τη διάρκεια αυτής της συνάντησης οι θεωρητικές έννοιες που οι μαθητές ήδη μάθαιναν συμπληρώθηκαν με δύο σεμινάρια από έναν νεαρό επιχειρηματία – Το πρώτο: «Πώς να δημιουργήσετε μια επιτυχημένη εταιρεία». Θεωρήθηκε πολύ σημαντικό το γεγονός ότι οι μαθητές μπορούσαν να δουν και να ακούσουν ότι αυτό που είχαν μάθει ήταν, όχι μόνο αληθινό, αλλά και χρήσιμο και σύγχρονο. Το άλλο σεμινάριο από τον ίδιο επιχειρηματία ήταν παρόμοιο και σχετικό με τις στρατηγικές αγοράς και επικοινωνίας. Ήταν επίσης εξαιρετικά ενδιαφέρον και αξιολογήθηκε από τους μαθητές. Ασφαλώς, κατά τη διάρκεια των συναντήσεων οι μαθητές έπρεπε επίσης να εργαστούν σκληρά - οι ομαδικές εργασίες είχαν ως θετικό αποτέλεσμα τη σύνδεση των επιχειρηματικών ιδεών (TecBag, Mom's Assistant, Vita Juices και Mostra) με το marketing και την πώληση ενός προϊόντος στην αγορά των social media. Τα πιο σημαντικά μαθήματα ήταν τα σεμινάρια για το δικό τους εμπορικό σήμα-brand. Οι μαθητές κατανόησαν ότι αν είναι σημαντικό να ανακαλύψει κανείς τον εαυτό του και αν οι ίδιοι από μόνοι τους αποτελούν ένα εμπορικό σήμα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στη ζωή, τότε το ίδιο ίσχυε και για τις τέσσερις επιχειρηματικές ιδέες τους.

Οι μαθητές εργάστηκαν σκληρά για τα καθήκοντα που είχαν στην ομάδα τους σχετικά με τις επιχειρηματικές ιδέες τους. Αξιοποιώντας τις γνώσεις που είχαν αποκομίσει από την τρίτη ενότητα, στο τέλος κάθε ομάδα έπρεπε να κάνει μια παρουσίαση της ιδέας της στην αγορά, μεταδίδοντας στο Periscope σαν να επρόκειτο για μία ζωντανή τηλεοπτική εκπομπή, η οποία έπρεπε να περιλαμβάνει: το λογότυπο και την εξήγησή του, μια περιγραφή της ομάδας στόχου, μια περιγραφή σχετικά με το προϊόν με ένα λόγο, δύο λογαριασμούς σε πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Μετά τις εξηγήσεις αυτές, οι τέσσερις ιδέες του έργου ήταν

© European Union, 2016



TBG O3 – Σχετικά με την εφαρμογή των μαθημάτων στην πράξη

έτοιμες να παρουσιαστούν στην αγορά, καθώς το μόνο πράγμα που έλειπε ήταν το οικονομικό μέρος. Θα ήταν πολύ σημαντικό για τους μαθητές να κατανοήσουν κατά πόσο οι ιδέες τους ήταν δημοφιλείς ή όχι και να εξακολουθούν να είναι σε θέση να κάνουν τις αναγκαίες ρυθμίσεις, αν χρειαζόταν.

Ως εκ τούτου, έγινε ένας διαγωνισμός προσομοίωσης - όλοι οι συμμετέχοντες έπρεπε να αξιολογήσουν κάθε προϊόν (εκτός από το δικό τους) με ένα αυτοκόλλητο (πράσινο: Θα ήθελα να το αγοράσω, Πορτοκαλί: Πιθανόν, θα ήθελα να το αγοράσω, Κόκκινο : Δεν θα το αγοράσω). Το συμπέρασμα που έπρεπε να βγάλουν οι μαθητές ήταν ότι η αίσθηση για το προϊόν δεν έχει να κάνει καθόλου με την ποιότητά του - έχει να κάνει μόνο με τη ζήτηση της αγοράς. Ο πωλητής πρέπει να ακούει τον πελάτη και να μην επιβάλλει την θέλησή / ιδέα του.

Η τελευταία ενότητα, «Επιχειρηματικό Σχέδιο», προετοιμάστηκε, έτσι ώστε τα πάντα να είναι έτοιμα για το τελευταίο στάδιο, στην Τουρκία, την τελική συνάντηση, όπου το προϊόν, συμπεριλαμβανομένων των οικονομικών του παραμέτρων, θα έπρεπε να αξιολογηθεί.





TBG O3 – Σχετικά με την εφαρμογή των μαθημάτων στην πράξη

•**ΤΟΥΡΚΙΑ**

Αυτή ήταν η τελευταία συνάντηση, όπου οι τέσσερις ιδέες αξιολογήθηκαν από πραγματικούς επιχειρηματίες. Γι' αυτό οι μαθητές ολοκλήρωσαν την τελευταία ενότητα και το πιο δύσκολο μέρος, το Επιχειρηματικό Σχέδιο. Η ενότητα αυτή θα έπρεπε να τελειώσει στην Τουρκία, αλλά οι μαθητές τελικά χρειαζόνταν περισσότερο χρόνο.

Κάθε υποομάδα είχε επίσης να προετοιμάσει, εάν ήταν δυνατόν, μια επίσκεψη σε ένα σύμβουλο επιχειρήσεων ή σε ένα εμπορικό επιμελητήριο, προκειμένου να καταρτιστεί πλήρως σχετικά με τις διάφορες διοικητικές, γραφειοκρατικές και οικονομικές απαιτήσεις για την έναρξη λειτουργίας μίας συγκεκριμένου τύπου εταιρείας.

Όλες οι ομάδες είχαν την βοήθεια των Ιταλών εκπαιδευτών, για να ολοκληρώσουν και να παρουσιάσουν την επιχειρηματική τους ιδέα με ένα συνεκτικό τρόπο. Έπρεπε να είναι προετοιμασμένοι για την τελική παρουσίαση και αξιολόγηση από δύο εξωτερικούς επισκέπτες. Στην πραγματικότητα, αυτό το πρότζεκτ είχε ως στόχο να τους προετοιμάσει να γίνουν επιχειρηματίες και, αν στην προηγούμενη συνάντηση, η ιδέα τους αξιολογήθηκε από τους συνομηλίκους τους και τους καθηγητές/προσωπικό, αυτή η τελική συνάντηση έπρεπε να περιλαμβάνει μια πραγματική αξιολόγηση, πράγμα που σήμαινε από ανθρώπους εκτός του πρότζεκτ.

Η εταιρεία από την Τουρκία προσκάλεσε δύο βασικά πρόσωπα - ένα επιχειρηματία και έναν κορυφαίο στέλεχος από το Εμπορικό Επιμελητήριο της Άγκυρας. Οι μαθητές παρουσίασαν τις ιδέες τους σε αυτούς και έπρεπε να απαντήσουν στις ερωτήσεις τους. Στο τέλος, τα δύο αυτά άτομα έκαναν επίσης μια λεπτομερή ανάλυση σχετικά με το τι θα πρέπει να βελτιωθεί, συζητώντας με τα μέλη της ομάδας.



The content of this publication does not reflect the official opinion of the European Union. Responsibility for the information and views expressed therein lies entirely with the author.



V. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η υλοποίηση των μαθημάτων και των αντίστοιχων δραστηριοτήτων ήταν επιτυχής, σύμφωνα τόσο με τους μαθητές όσο και με τους καθηγητές/προσωπικό. Παρακάτω παρατίθενται τα βασικά σημεία της αξιολόγησης. Τα δυνατά σημεία που εντοπίστηκαν από τους εταίρους ήταν:

- Οι μαθητές πήραν μέρος σε διάφορες παιδαγωγικές δραστηριότητες με τη χρήση των νέων τεχνολογιών μάθησης. Δεν ήταν εξοικειωμένοι με το Moodle και μερικοί από αυτούς το χρησιμοποίησαν για πρώτη φορά.
- Κάποιοι καθηγητές χρησιμοποίησαν για πρώτη φορά μια online πλατφόρμα μάθησης.
- Θα μπορούσε να γίνει παρόμοια διδασκαλία σε οποιαδήποτε μάθημα, από το Marketing ή τη Διοίκηση μέχρι τη γλώσσα (αγγλικά) ή τις νέες τεχνολογίες (ΤΠΕ).
- Οι μαθητές ανέπτυξαν δεξιότητες ομαδικής εργασίας, μιας και όλες οι εργασίες, από τη συλλογή εκπαιδευτικού υλικού, την έρευνα, την εφαρμογή του ερωτηματολογίου, την προετοιμασία των παρουσιάσεων, την παρουσίασή τους στο κοινό, έγιναν σε ομάδες, τόσο σε εθνικό όσο και διεθνές επίπεδο.
- Οι μαθητές ανέπτυξαν την αίσθηση της ευθύνης και δέσμευσης προς ένα τελικό στόχο. Ήξεραν ότι έπρεπε να εκτελούν διάφορες δραστηριότητες, τόσο σε επίπεδο θεωρητικό όσο και σε πρακτικό, με καθορισμένες προθεσμίες και τελικά τα κατάφεραν.
- Οι μαθητές ανέπτυξαν δυνατότητες αυτοδιδασκαλίας - DIY (do it yourself). Παρόλο που καθοδηγούνταν από τους δασκάλους τους, οι περισσότερες από τις δραστηριότητες έγιναν ατομικά ή σε ομάδες.
- Οι μαθητές ανέπτυξαν τη δημιουργική τους σκέψη, καθώς έμαθαν πώς να χρησιμοποιούν τη δημιουργικότητά τους με μία πρακτική διάσταση, δεδομένου ότι ήταν σε θέση να δημιουργήσουν πρακτικές ιδέες σε οποιοδήποτε θέμα ήθελαν.



TBG O3 – Σχετικά με την εφαρμογή των μαθημάτων στην πράξη

- Η σχολική κοινότητα και οι σχολικοί φορείς συμμετείχαν στο έργο, μέσω της διάδοσης και της ενεργούς συμμετοχής.

Τα αδύναμα σημεία είναι:

- Όπως σε όλα τα online μαθήματα, στην αρχή οι μαθητές παραπονέθηκαν για την έλλειψη συνεχούς καθοδήγησης κατά τη διάρκεια της χρήσης του Moodle, ειδικά εκείνοι που το χρησιμοποιούσαν για πρώτη φορά.
- Το πρότζεκτ αυτό, αν και πετυχημένο, θα μπορούσε να είναι καλύτερο, αν οι μαθητές επικοινωνούσαν περισσότερο με τους “συναδέλφους” τους από τα άλλα σχολεία κατά τη διάρκεια των περιόδων μεταξύ των συναντήσεων. Επειδή κανείς δεν ήθελε να χρησιμοποιήσει το φόρουμ του Moodle, δημιουργήθηκε μια ομάδα στο Facebook. Η κατάσταση λίγο βελτιώθηκε, αλλά οι μαθητές δεν αισθάνθηκαν άνετα να χρησιμοποιούν το FB ως επαγγελματικό εργαλείο.
- Λόγω του παραπάνω γεγονότος, κάποιες εργασίες που έπρεπε να γίνουν μεταξύ των συναντήσεων, αναγκαστικά γίνονταν στη διάρκεια των συναντήσεων.
- Οι τρομοκρατικές επιθέσεις στο Βέλγιο και την Τουρκία προκάλεσαν προβλήματα. Μερικοί γονείς δεν επέτρεψαν στα παιδιά τους να ταξιδέψουν. Έτσι, σε κάποιες συναντήσεις πήραν μέρος λιγότεροι μαθητές από ό,τι αναμενόταν.
- Παρά το γεγονός ότι η απόφαση να υπάρχουν εθνικές υποομάδες είχε ως στόχο την ενεργό συμμετοχή περισσότερων μαθητών, ώστε να μάθουν όσο το δυνατόν περισσότεροι για την επιχειρηματικότητα, το γεγονός ότι δεν μπορούσαν όλοι να παρευρεθούν στις συναντήσεις είχε ως αποτέλεσμα οι ίδιοι οι μαθητές να μην μπορούν κάθε φορά να είναι παρόντες κατά τη διάρκεια των συναντήσεων, γεγονός που προκάλεσε κενά επικοινωνίας κατά τη διάρκεια της διαδικασίας ανάπτυξης των επιχειρηματικών ιδεών.

Για την υλοποίηση και την σωστή διεξαγωγή επερχόμενων προγραμμάτων:

- Προγραμματίστε τις κινητικότητες από την αρχή όσον αφορά τις διεθνείς ομάδες εργασίας, αξιοποιώντας τα online μαθήματα για τις εθνικές ομάδες σε κάθε σχολείο/εταίρο, έτσι ώστε κατά τη διάρκεια των δραστηριοτήτων κινητικότητας να μπορούν πιο άμεσα να συγκεντρώσουν και να επιτύχουν κοινά αποτελέσματα.
- Σε κάθε κινητικότητα καθορίστε τις εργασίες που πρέπει να κάνει κάθε ομάδα για την επόμενη συνάντηση και καταστήστε τους όλους υπεύθυνους, άσχετα με το ποιοι θα ταξιδέψουν.



TBG O3 – Σχετικά με την εφαρμογή των μαθημάτων στην πράξη

- Οργανώστε τη διδακτέα ύλη των εκπαιδευτικών, ώστε να μπορούν να παρέχουν αποτελεσματική διδασκαλία για τα μαθήματα στο Moodle.
- Ψάξτε τη δυνατότητα τα μαθησιακά αποτελέσματα να αναγνωρίζονται μέσω ECVET (για επαγγελματικά σχολεία μόνο).