



Челлендж эмпатия B1

Я могу сопереживать другим людям.

Entrepreneurial Culture



Карта

В экономике эмпатия играет большую роль, что демонстрируют примеры Nike и LEGO. Кто понимает мысли и чувства целевой группы, имеет больше шансов на успех. Чтобы это выяснить, учащиеся создают при помощи каталога вопросов карту эмпатии применительно к идее.

Материалы для учителей

В документах проведение челленджа описано детально и пошагово, чтобы сделать возможным прямое использование в классе. Материалы для учителей используются вместе с материалами для школьников (= рабочими листами).

Символом «а» отмечены рабочие задания, которые могут быть использованы факультативно для более глубокой проработки. Все документы доступны на сайте www.youthstart.eu



Профильное обучение		
Идея* челлендж: все (B1 интенсивно: предприн.дизайн) 	Герой* челлендж: все (B1 интенсивно: интервью) 	Моя личность челлендж: все (B2 продолжительно: первый отпуск) 
Стойка* с лимонадом челлендж: а (B1 экстенсивно: умение продавать) 	Настоящий рынок челлендж: (B1 продолжительно: бизнес-план) 	Начни свой проект: все (B2 продолжительно) 
Культура предпринимательства		
Эмпатия* челлендж: все (B1 интенсивно) 	Сторителлинг* челлендж: (B1 продолжительно: рассказ, презентация) 	Челлендж наставник: (B2 продолжительно: коучинг) 
Перспектива* челлендж: все (B2 продолжительно: сетевое мышление) 	Вторая жизнь вещей* челлендж: (B1 интенсивно: апсайклинг) 	Челлендж открытые двери: все (B2 продолжительно: деятельность вне учебного плана) 
Экстрим* челлендж: (B2 продолжительно: спорт и дух) 	Скажи Да* челлендж: (B1 интенсивно: сильные стороны характера) 	Челлендж эксперт: за рамками проекта 
Гражданское образование		
Моё окружение* челлендж: все (B1 интенсивно: качество жизни) 	Дебаты* челлендж: все (B2 продолжительно) 	Челлендж волонтер: за рамками проекта 

ТРИО-модель – это целостное определение понятия предпринимательства, охватывающее три области:

Core Entrepreneurial Education означает базовые квалификации предпринимательского мышления и деятельности: развивать собственные инновационные идеи и применять их креативно и структурированно.

Entrepreneurial Culture относится к личностному развитию: быть инициативным, верить в себя, проявлять эмпатию и уметь работать в команде, а также подбадривать себя и других.

Entrepreneurial Civic Education означает усиление социальной компетенции как гражданина: принимать на себя ответственность за себя, других и окружающий мир.

Каждый челлендж относится к **челлендж-семье**, которая характеризуется пиктограммой и по цвету соотносится с одной из ТРИО-областей. Одна челлендж-семья охватывает несколько челленджей на разных уровнях компетенции. Обозначения, используемые в учебных материалах, относятся к следующим уровням:

A1 – начальная ступень ; A2 – средняя ступень I; B1 и B2 - средняя ступень II; C1 – переходная ступень между средней II и высшей. Каждый следующий уровень базируется на предыдущем.



Методические указания

Тема	Карта эмпатии (Empathy Map)
Уровень	B1
Челлендж семья	Челлендж эмпатия – челлендж, наполненный чувством! Чтобы понять другого человека, нужно поставить себя на его место и изменить точку зрения. Учащиеся начальной школы учатся относиться друг к другу с точки зрения эмпатии, выражая свои чувства и потребности, и понимая чувства других. Они совместно разрабатывают правила поведения в классе. Основываясь на этом, учащиеся средней школы первой ступени узнают при помощи челленджа „Сумка дружбы“, как можно решить конфликты. Реализация этих знаний применительно к экономике происходит в рамках обучения в старшей средней школе на примере челленджа „карта эмпатии“ – понимание, интуиция, эмпатия применительно к целевой группе является важной составляющей продуманной предпринимательской стратегии.
Продолжительность	Минимум 2 единицы
О чём идёт речь – какая идея стоит за этим	Это является сложной задачей понять другого человека, понять его чувства, изменить свою точку зрения и кругозор. При помощи карты эмпатии можно провести целенаправленный, направленный на определённую идею анализ клиента. Цель – поставить себя на место клиента, другого человека и благодаря этому скоординировать идею (стратегический маркетинг) лучше понимая потребности клиента. Понятие клиент рассматривается достаточно широко, речь может идти о конкретном продукте применительно к целевой группе, о бизнесе или нет. Важным является следующее: учащиеся на основании представленных практических примеров оценивают сами себя.
Предпринимательские компетенции согласно критериям	Я могу поставить себя на место другого человека. Я могу увидеть возможности и использовать шансы.
Языковые компетенции	Я могу убедительно представить содержание. Я могу обобщить мои мысли на <i>карте эмпатии</i>. Я могу объяснить, какие возможности и преимущества даёт работа с картой эмпатии.
Лексика (на плакатах)	Эмпатия, целевая группа, клиенты, соревнование, конкуренция, смена перспектив, уважение



Проверка компетенций	Работа в маленьких группах: письменно (плакат) и устно (презентация): 1. Создание карты эмпатии согласно шаблону 2. Аргументированная презентация разработанного плаката 3. Разработка и определение способов решения на основании разработанной карты
Исходные предпосылки	Знание метода “мозговой штурм» Базовые знания по темам коммуникация и презентация. Знание маркетинга: определение целевой группы и сегментирование рынка
Тело & душа	По данной сноске Вы найдёте простые упражнения, направленные на активизацию и концентрацию внимания (включая короткие видео). Подберите, что Вам подходит: www.youthstart.eu
Подготовка	• Флипчарт, клейкий блок, фломастеры, маркеры • Проектор и ноутбук • Возможно заранее нарисовать карту на флипчарте • Рабочие листки от 1 до 6 для учащихся (копии)
Проведение	Шаг работы 1 Введение Презентация карты эмпатии учителем (можно использовать PowerPoint презентацию, карта эмпатии может быть пошагово представлена на плакате). Шаг 2 Формирование групп Формируются группы по 4-5 человек. Шаг 3 Разработка карты эмпатии Структура карты фиксируется на флипчарте, для определённой идеи подбирается сегмент потребительского рынка (сразу несколько групп могут выполнять однородные, гомогенные или различные задачи). Группы приклеивают карточки с ключевыми словами, охватывающими следующие вопросы: • Что видит клиент? Как выглядит его окружение? Кто его друзья? О чём это говорит? Что рынок уже предлагает этим клиентам? • Что слышит клиент? Что говорит семья и круг друзей? Что говорят коллеги и начальство? Что говорят средства информации, которыми он пользуется?
Шаг работы 1	
Шаг 2	
Шаг 3	



	• Что думает и чувствует клиент? Что для него важно? Его основное занятие? Его притязания? Его сомнения, размышления? • Что говорит клиент? Что говорит, рассказывает другим? Какую точку зрения высказывает? • Какие негативные вещи, проблемы занимают клиента? Какие страхи и риски занимают его? Какие препятствия он видит перед собой? • Какие позитивные вещи его занимают? Какие пожелания важны для него? Какие уже удовлетворены? Что доставляет ему радость? Чего ему необходимо больше? Чего он хочет добиться? Обработка вопросов протекает по началу несколько шероховато, но, как правило, способствует развитию собственной позитивной динамики. Это нормально, если работа над картой будет прервана и продолжена позже. Это необходимо для того, чтобы проверить то или иное предположение. Беседа с представителя от той или иной выбранной группы клиентов может стать полезной, чтобы ответить на разные вопросы. Имеет смысл повторить процедуру с другими лицами, пока клиентам действительно не станет ясен смысл Вашего предложения. В ходе работы с вопросами карты эмпатии возникает представление о конкретных людях в конкретных жизненных обстоятельствах. Постепенно абстрактный клиент приобретает конкретное лицо.
Шаг 4	Презентация карты эмпатии на пленуме Упражнение демонстрирует, как легко может появиться эмпатия по отношению к клиенту. Это единение, связь с клиентами каждый разработчик идеи должен сохранять. Обратная связь на пленуме по поводу презентации собственной карты способствует продвижению понимания, осмысления по отношению к целевой группе.
Шаг 5	Рефлексия Центральным аспектом развития эмпатии является уважение с целью достижения смены перспективы, принятия точки зрения другого лица. Старая индейская мудрость гласит: „Если ты хочешь понять другого человека, тебе нужно несколько миль пройти в его мокасынах.“ В рамках рефлексии, анализа, речь идёт о том, произошла ли смена перспективы или, как можно к этому прийти.
Контекст внутри программы челлендж	Данный челлендж строится на челленджах для предшествующих ступеней обучения. Его можно хорошо комбинировать с челленджами „Идея челлендж“ и „Челлендж создание ценного из вещей для переработки“ (соответственно B1).



Ссылки	Больше учебных материалов (включая фильмы): www.youthstart.eu Как использовать карту эмпатии: www.youtube.com/watch?v=pMN7vkE4csg
Источники	Скотт Метьюс Линднер, Й./Фрёлих, Г. И другие: Начни свой проект, Вена 2014
Условия использования	Все материалы для учителей и учащихся, которые были разработаны в рамках Youth Start Entrepreneurial Challenge, лицензированы. Вы имеете право копировать и распространять материалы. Условие – соблюдение авторских прав. Материалы не могут быть использованы в коммерческих целях. Вы можете перерабатывать материалы, но использовать только под лицензией оригинала. Больше информации по вопросам лицензирования http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de Youth Start – команда будет рада контактам: с одной стороны контакты и предложения со стороны национальных партнёров, с другой поддержка при внедрении.
Авторы Издатели	eesi-координаторы, Йоханнес Линднер (автор & издатель), Чедвик В.Р. Вильямс/Юдит Маккос-Кальди (автор проверка компетенций) Беате Тёттерштрём/Эва Ямборг/Геральд Фрёлих (издатель)
Графическое оформление	Валентин Майрхофер (вёрстка), Петер Штромбергер (пиктограммы)