

# COL-CREATION



**LEER, DEEL EN CREËER  
VOOR JOUW  
TOEKOMSTIGE SUCCES**

## Docenten handleiding



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



De deelnemende project partners zijn:



© 2018 Col-Creation project, Erasmus+ 2018-1-ES01-KA202-050942. Niets uit dit document mag in enige vorm worden gereproduceerd zonder toestemming van de CAMARA OFICIAL DE COMERCIO INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACION DE VALENCIA (project coördinator).

Contact adres:

CAMARA OFICIAL DE COMERCIO INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACION DE VALENCIA Sede Central  
C/Poeta Querol 15 - 46002 València  
Tel. +0034 963 103 900

**Project website: [www.col-creation.com](http://www.col-creation.com)**

## Inhoudsopgave

INTRODUCTIE .....	4
TRAININGSACTIVITEIT 1 DISCOVERY .....	6
TRAININGSACTIVITEIT 2 DEVELOPING COLLABORATIVE AND TEAMWORK COMPETENCIES .....	12
TRAININGSACTIVITEIT 3 HCDM: INTRODUCTIE, TAAKVERDELING EN BRIEFING .....	17
TRAININGSACTIVITEIT 4 FINDING THE PROBLEM: RESEARCH AND DEFINE .....	28
TRAININGSACTIVITEIT 5 FINDING SOLUTIONS AND PROTOTYPE: IDEATE AND PROTOTYPE .....	35
TRAININGSACTIVITEIT 6 IMPLEMENTATION AND PRESENTATION .....	41

# INTRODUCTIE

Het COL-CREATION lesmateriaal is ontwikkeld binnen de ontwikkeling van het COL-CREATION Project, dat is gelanceerd met als hoofddoel het vergroten van de competenties (houding, vaardigheden, kennis) van professionals in de creatieve industrie over hoe succesvolle bedrijfsmodellen te ontwikkelen op basis van samenwerking, ondersteund door Co-Creatie, innovatieve platforms gericht op ruil-economie en open innovatie en het bevorderen van het juiste gebruik van deze modellen en platforms als onderdeel van het wereldwijde en duurzame zelfstandigen- en ondernemerschapsproject.

De opleiding is onderverdeeld in verschillende experimentele opleidingsactiviteiten, die worden ondersteund door het lesmateriaal dat je kunt vinden in het Studentenhandboek en aanvullende opdrachten, vragenlijsten en andere hulpmiddelen die ook beschikbaar zijn in het e-Trainingsplatform.

De opleidingsactiviteiten zijn gebaseerd op samenwerking tussen de Studenten en "learning by doing", waarbij ze de kennis en tools tijdens de opleiding in de praktijk brengen en zich richten op de ontwikkeling van creatieve oplossingen voor echte marktproblemen, terwijl ze de doelgerichte samenwerkingscompetenties ontwikkelen.

De opleidingsactiviteiten zijn specifiek gericht op de opleiders en omvatten het ontwerp van de uit te voeren activiteiten en richtlijnen voor de uitvoering ervan, om de begeleiding ervan te vergemakkelijken. Ze omvatten klassikale lessen en online lessen die worden uitgevoerd met de ondersteuning van het e-Trainingsplatform, met een geschatte duur van 30 tot 40 uur, hoewel de opleiding absoluut flexibel is en kan worden aangepast aan verschillende lengtes, afhankelijk van de kenmerken van de groep, de beschikbaarheid of de gebieden waar de trainer meer stress zou willen veroorzaken.

De opleidingsactiviteiten zijn als volgt opgebouwd

- 1. DISCOVER** (1 F2F + 1 online les); inclusief praktische training over creatieve industrieën en trends, samenwerking, co-creatie, open innovatie, samenwerkende businessmodellen, online platformen/delingseconomie, inleiding van de Human Centered Design Methodiek.
- 2. ONTWIKKELING SAMENWERKING EN TEAMWERKCOMPETENTIES** (1 F2F + 1 online les); inclusief praktische groepsdynamiek op het gebied van Samenwerking in groepsdynamiek, Communicatie in groepsdynamiek, Teambuilding in groepsdynamiek en Zelfevaluatie.
- 3. HUMAN CENTERED DESIGN METHODIEK; INTRODUCTIE, TAAKVERDELING EN BRIEFING** (2 F2F + 2 online les); inclusief praktische training over ontwerpgericht denken en mensgericht ontwerpen om complexe problemen aan te pakken, werkverdeling, het creëren van teams, het voorbereiden en interpreteren van een briefing van een klant.
- 4. FINDING THE PROBLEM: RESEARCH AND DEFINE** (2 F2F + 2 online les); inclusief praktische training over het definiëren van het probleem en het uitvoeren van praktisch onderzoek voor het gebruik van de HCDM-benadering.
- 5. FINDING SOLUTIONS AND PROTOTYPE: IDEATE AND PROTOTYPE** (2 F2F + 1 online les); inclusief praktische training over het genereren van ideeën op basis van onderzoek, het maken van snelle prototypes zodat ideeën kunnen worden gevalideerd in de echte wereld, het toepassen van bepaalde analytische vaardigheden op hun eigen professionele werk, creativiteit in het oplossen van problemen en het toepassen van creatieve vaardigheden in het maken van prototypes.
- 6. IMPLEMENTATION AND PRESENTATION** (2 F2F + 2 online les); inclusief praktische training over het maken van een business model van het idee en hoe het op de markt te brengen en te

presenteren op een dynamische en duidelijke manier, creatie van succesvolle Unique Selling Proposition voor de promotie van service en/of product



# TRAININGSACTIVITEIT 1 DISCOVER



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



## TRAININGSACTIVITEIT 1. DISCOVER

### DUUR

1 klassikale les van 4 uur

1 online les van 4 uur

### DOELEN

Het belangrijkste doel van deze introductie les is het creëren van bewustzijn over de relevantie en het potentieel van samenwerking, Co-Creatie, Open Innovatie, samenwerkende business modellen, Human Design Thinking Methodiek en online platforms binnen de Sharing Economy voor professionals in de Creatieve Industrie.

Overige doelen zijn:

- het vergroten van de motivatie voor samenwerking voor de deelname aan de volgende fasen van de opleiding.
- om basiskennis te krijgen over samenwerking, co-creatie, open innovatie, samenwerkende bedrijfsmodellen, human design thinking methode en online platformen-delende economie.

### COMPETENTIES

Bewustwording

Positieve houding naar samenwerking

Kennis over samenwerking, Co-Creatie, Open Innovatie, samenwerkende business modellen, Human Design Thinking Methode en Online Platforms-Sharing Economy.

### ONDERWERPEN

Onderwerp 1; Creatieve Industrie en trends

Onderwerp 2; Wat zijn samenwerking, co-creatie, open-innovatie en platformeconomie

Onderwerp 3; Wat is de human centered design methodiek



## STAP

LES 1.1 KLASSIKAAL - DISCOVER  
RICHTLIJNEN, TIMING EN HULPMIDDELEN**1.1.1 OPENING**

Studenten stellen zich voor met de nadruk op hun achtergrond als professionals in de creatieve industrie en hun motivatie om deel te nemen aan de opleiding.

De docent introduceert de opleiding en de organisatorische aspecten.

De docent introduceert de doelen en de inhoud van LES 1.

1  
00:30

De docent bevestigt dat de partners hun gebruikers en wachtwoorden voor het e-trainingsplatform hebben ontvangen.

**Duur:** 30 minuten.

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Ppt.1.1\_Presentatie van de opleiding
- Ppt.1.2\_Presentatie van les 1

**1.1.2 CREATIEVE INDUSTRIE EN TRANDS**

De docent geeft commentaar op trends die van invloed zijn op de business modellen en werkomstandigheden binnen de Creatieve Industrie en die de noodzaak van samenwerking tussen professionals rechtvaardigen.

2  
00:45

Aangezien de studenten waarschijnlijk hoogopgeleide professionals zijn met meerdere jaren ervaring zou deze les zeer participatief moeten worden georganiseerd. Inputs van de docent over hun eigen ervaringen (van moeilijkheden en mislukkingen en wat er van hen geleerd moet worden en van successen) in het veld zijn zeer waardevol en moeten openlijk besproken worden.

**Duur:** 15 minuten

**Lesmateriaal en hulpmateriaals:**

- Ppt 1.3\_Creatieve Industrie (Samenvatting onderwerp 1)

**1.1.3 COLLABORATION, CO-CREATION, OPEN INNOVATION, COLLABORATIVE BUSINESS MODELS**

De docent legt de concepten en de relevantie van Samenwerking, Co-Creatie, Open Innovatie, Samenwerkende Business Modellen voor de Creatieve Industrie uit.

3  
01:30

Trainer vraagt de studenten om hun mening te geven over hun eigen mening en ervaringen. De problemen die in 1.1.2 aan de orde worden gesteld, kunnen opnieuw worden aangepakt en onder de loep worden genomen in het licht van de samenwerkings- en co-creatieconcepten.

**Duur:** 45 minuten.

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Ppt 1.4\_Samenwerking, Co-Creatie, Open Innovation, Samenwerkende Business Modellen voor de Creatieve Industrie (Samenvatting onderwerp 2)



-  
02:00 Pauze 30 minuten

#### **1.1.4 ONLINE PLATFORMS/SHARING ECONOMY**

4  
03:30 De docent spreekt over de concepten van Online Platforms/Sharing Economy voor de Creatieve Industrie, zowel generiek als specifiek in de context van co-creatie, samenwerking en open innovatie. In dit kader bespreekt de les ook het gebruik en uiteindelijk de haalbaarheid van digitale tools voor ten eerste het creatieve productieproces en ten tweede de samenwerking met andere creatieve professionals. Naast het bespreken van online platformen en tools door het geven van enkele voorbeelden, kan de docent ook de discrepanties tussen face-to-face samenwerken en online samenwerken aan de orde stellen. Concepten die de discussie kunnen ondersteunen zijn enerzijds 'stilzwijgende kennis', 'co-presence', 'co-locatie' en sociaal milieu en anderzijds 'death of distance' of de digitalisering van werkinstrumenten.

De docent vraagt de studenten om hun mening te geven over hun eigen mening en ervaringen.

**Duur:** 90 minuten.

##### **Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Ppt 1.5\_ Online Platforms/ Sharing Economy (Summary Topic 1-2)
- Presentatie van de toepasselijke onlineplatformen/deeleconomie die eerder door de docent zijn geïdentificeerd

#### **1.1.5 INTRODUCTIE VAN DE HUMAN CENTERED DESIGN METHODE**

5  
03:45 De docent geeft een korte uitleg over de Human Centered Design Methodiek voor het stimuleren van samenwerking en co-creatie in de Creatieve Industrie als een visie op wat komen gaat.

De docent laat enkele voorbeelden zien van slechte problemen en vraagt de studenten om na te denken over hun eigen mogelijke uitdagingen die tijdens de volgende trainingsactiviteit aan bod moeten komen

**Duur:** 15 minuten.

##### **Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Ppt 1.6\_Human Centered Design Methode (Korte introductie onderwerp 3)

##### **Afsluiting:**

De docent vat de belangrijkste conclusies van de les samen.

6 De docent introduceert het e-Trainingsplatform en legt de activiteiten uit die in de Online les (huiswerk) moeten worden gedaan.

De docent nodigt de studenten uit voor de volgende les.

STAP

LES 1.2 ON LINE (HUISWERK) - RICHTLIJNEN, TIMING EN HULPMIDDELEN

**1.2.1 LEZEN**

Cursist leest het lesmateriaal (onderwerp 1, 2, 3)

Studenten vullen een vragenlijst in om het begrip van de belangrijkste concepten van les 1 te testen.

**Duur:** 2 uur

1

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Lesmateriaal (Onderwerp 1,2,3)
- Vragenlijst (4 onderwerpen x 5 vragen)
  - ❖ Hardcopy
  - ❖ Quiz te ontwikkelen in het e-Training Platform

**1.2.2 ONTDEKKEN VAN DE ONLINE PLATFORMS/SHARING ECONOMY**

Studenten zoeken op het internet een Online Platform dat nuttig kan zijn voor de samenwerking tussen professionals uit de creatieve industrie. De studenten krijgen de ruimte om te beslissen welke platformen nuttig worden geacht en ze kunnen platformen en tools toepassen om de communicatie te vergemakkelijken, om werkmateriaal en documenten te delen, om samen te werken of om het werk te organiseren, enz.

2

De studenten zullen hun bevindingen delen en bespreken in een online forum dat in het kader van het e-Trainingsplatform is gecreëerd

**Duur:** 2 uur

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Forum op het e-Training Platform

### 1.2.3 FINDING A WICKED PROBLEM/CHALLENGE (PREPARATION FACE2FACE 3.3)

Studenten gaan nadenken over een uitdaging (het definiëren van een complex op te lossen probleem) die tijdens de verdere opleiding aan de orde zal komen via de implementatie van de HCDM. De docent kan beslissen, afhankelijk van (de inzet van) de groep:

- of de groep een eigen uitdaging heeft.
- een klant brengt een echte uitdaging met zich mee
- de leerkrachten brengen een voorgedefinieerde uitdaging in deze eerste les van HCDM.

3

De uitdaging moet worden geregeld voor de start van het deel HCDM.

Wanneer er meerdere studentenuitdagingen zijn moet de docent of de groep van studenten kiezen.

Studenten kunnen hun uitdagingen delen en bespreken in een Forum dat in het e-Trainingsplatform voor een dergelijk doel is gecreëerd.

**Duur:** 60 minuten.

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Lesmateriaal en leerboek
- Forum ontwikkeld in het e-Training Platform



**TRAININGSACTIVITEIT 2  
ONTWIKKELING  
SAMENWERKING EN  
TEAMWERKCOMPETENTIES**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



## TRAININGSACTIVITEIT 2. ONTWIKKELING SAMENWERKEN EN TEAMWERK COMPETENTIES

### DUUR

1 klassikale les van 4 uur  
1 online les van 4 uur

### DOELEN

Bevordering van de zelfevaluatie van het "teamwerk" van de studenten  
Elkaar kennen in termen van "teamwork" COMPETENTIES en ook van professionele profielen.

De rollen van de studenten binnen de collaboratieve teams bepalen.

Om een aantal specifieke samenwerkingsverbanden "teamwork" te trainen  
COMPETENTIES

### COMPETENTIES

- Zelfkennis
- Bijdragen aan het succes van het team
- Het bouwen van partnerschappen.
- Teamwork/Collaboration.
- Vertrouwen opbouwen
- Coaching
- Communicatie
- Conflictbeheersing
- Aanpassingsvermogen
- Doorlopend leren
- Besluitvorming
- Faciliteren van verandering
- Betrokkenheid verwerven
- Initiatief
- Innovatie
- Leiding geven aan de Visie en Waarden
- Plannen en organiseren
- Het nemen van risico's

### ONDERWERPEN

Onderwerp 4; Management van samenwerkende teams



## STAP

LES 2.1 KLASSIKAAL – ONTWIKKELING VAN SAMENWERKING EN TEAMWORK  
COMPETENTIES. RICHTLIJNEN, TIMING EN HULPMIDDELEN**2.1.1 OPENING**1 **Duur:** 15 minuten.00:15 **Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Ppt.2.1\_Presentatie van TRAININGSACTIVITEIT 2

**2.1.2 SAMENWERKING GROEPSDYNAMIEK**

X en Y Groepsdynamiek = 4 teams, winnen door samen te werken

Discussieer en gebruik theorieën

2 **Duur:** 60 minuten

01:15

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Instructies voor X en Y Groepsdynamiek, inclusief bijlagen
- Ppt.2.2\_Samenwerkings vaardigheden

**2.1.3 COMMUNICATIE GROEPSDYNAMIEK**

De Shelter; 1 team met 5 deelnemers met toegewezen rollen (communicatie, onderhandeling, samenwerking...)

De Crazy; op basis van een krantenbericht komt 1 team met 6-8 deelnemers overeen in een gezamenlijke beslissing (communicatie, onderhandeling, samenwerking...)

3 Discussieer en gebruik theorieën

02:15

**Duur:** 60 minuten.**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Instructies voor The Shelter, The Crazy, inclusief bijlagen
- Ppt.2.3\_Communicatie vaardigheden

02:45 Break 30 minuten

**2.1.4 TEAM BUILDING GROEPSDYNAMIEK**

"Een concurrerende aanbesteding"; 4 teams maken een offerte voor het bouwen van een Toren, inclusief een beperkt budget van verschillende verbruiksgoederen (papier, clips, lijm, enz...) en ze moeten deze tijdens de les bouwen met de geselecteerde kwaliteit en kwantiteit van materialen.

4 Discussieer en gebruik theorieën

03:45

**Duur:** 60 minuten.**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Instructies voor een "een concurrerende aanbesteding", inclusief bijlagen
- Ppt.2.4\_Team Building vaardigheden



**AFSLUITING**

- 5 Docent vat de belangrijkste conclusies van de les samen
- 04:00 Docent legt de activiteiten uit die moeten worden gedaan in de online les (Huiswerk)  
De docent nodigt de studenten uit voor de volgende les



### 2.2.1 LEZEN OVER COLLABORATIVE TEAM MANAGEMENT

Cursist leest het lesmateriaal (onderwerp 4)

Cursisten vullen een basisvragenlijst in voor het testen van de kennis van de belangrijkste concepten

**Duur:** 2 uur

1

#### Lesmateriaal en hulpmateriaal:

- Lesmateriaal (Onderwerp 4)
- Vragenlijst (4 onderwerpen x 5 vragen)
  - ❖ Hardcopy
  - ❖ Quiz te ontwikkelen in het e-Training Platform

### 2.2.2 ZELF EVALUATIE

Cursisten maken een zelfevaluatie van hun "teamwerk" COMPETENTIES via de zelfevaluatietool die in Onderwerp 4 (link) wordt aangeboden.

**Duur:** 2 uur

2

#### Lesmateriaal en hulpmateriaal:

- Zelf evaluatie tool wordt gevuld, geprint en opgestuurd naar de docent en kan gebruikt worden voor het creëren van de samenwerkende teams (dit kan opnieuw gebeuren aan het einde van de opleiding)

### 2.2.3 LEZEN OVER HUMAN-CENTERED DESIGN METHODE (VOORBEREIDING F2F 3.1)

**De studenten moeten het lesmateriaal van HCD lezen:**

- Wat is de HCD methode (onderwerp 3)

**Duur:** 60 minuten.

#### Lesmateriaal en hulpmateriaal:

- Lesmateriaal en leerboek





**TRAININGSACTIVITEIT 3**  
**HCDM: INTRODUCTIE,**  
**TAAKVERDELING EN BRIEFING**



### TRAININGSACTIVITEIT 3. HCDM: INTRODUCTIE, TAAKVERDELING EN BRIEFING

#### DUUR

2 klassikale lessen van 4 uur  
1 huiswerk les van 4 uur ter voorbereiding op de volgende les

#### DOELEN

Om de studenten bewust te maken van het HCDM-proces zullen zij de rest van de cursus volgen.

Om de samenwerkende teams te creëren

Studenten leren hoe ze zich moeten voorbereiden op een briefing van een klant en hoe ze deze moeten interpreteren

#### COMPETENTIES

- Bewustwording
- Teamwerk
- Klantgerichtheid
- Kennis over HCDM, rollen en teamwork, klant interactie

#### ONDERWERPEN

Onderwerp 3 Wat is human centered design methode (Introductie en klantenbriefing)  
Onderwerp 4; Management van samenwerkende teams (verdelen van taken)

De les bestaat uit een meer theoretisch gedeelte en opdrachten. We adviseren 45-60 minuten per module theorie, en de rest van de uren werken aan de opdrachten in een workshop setting. Dit betekent dat je rol als docent voor een groot deel die van een coach zal zijn. Met jouw kennis en ervaring begeleid je de studententeams bij hun eigen opdracht. Dit vereist competenties van docenten, en als je het nodig hebt, kun je je les uitbreiden of updaten op onderwerpen als coaching en het geven van feedback.

De module richt zich op een complex probleem. In deze opleiding COL-CREATION zijn er drie opties om een slecht probleem/uitdaging te krijgen:

1. Een of meer deelnemende studenten hebben hun eigen uitdaging. Tijdens de cursus worden deze uitdagingen besproken en wordt er gekozen voor één of meerdere uitdagingen (afhankelijk van de groepsgrootte). Deze studenten zijn op dit moment de opdrachtgever.
2. De studenten of de docent brengt een echte klant binnen met een slecht probleem/uitdaging.
3. De studenten hebben geen uitdaging ingebracht en er is geen klant beschikbaar.
4. De docent brengt een complex probleem binnen. Op dit moment is de docent de klant.

Het complexe probleem zal worden gepresenteerd door de "klant". De studenten werken in teams om een oplossing voor het probleem voor te stellen, gebruik makend van een typische ontwerpdenkwijze / mensgerichte ontwerpmethodologie. In deze COL-CREATION cursus wordt deze methodiek uitgebreid met literatuur en oefeningen die zich richten op de onderwerpen, die in veel van de huidige leermodules voor ondernemerschap uiterst relevant zijn gebleken en ontbreken: teamsamenstelling en complementariteit.

Daarnaast komen andere competenties aan bod waarvan uit onderzoek is gebleken dat ze belangrijk zijn voor de ontwikkeling van ondernemers - basisbedrijfsvaardigheden, zelfmanagement, project- en teammanagement, netwerken en persoonlijk welzijn - binnen alle lessen.

De inhoud van de cursus is gebaseerd op uitgevoerd onderzoek. Dit zijn de belangrijkste uitgangspunten van deze onderzoeken voor deze materialen:

- We verwachten dat bedrijven in de creatieve industrie zich ontwikkelen in horizontale integraties (grote bedrijven) of in specialisaties (kleinere bedrijven). Digitale economie en digitale competenties (incl. Adaptiviteit en ontwerpgericht denken) zullen steeds belangrijker worden.
- Een grondig begrip van de bedrijfsmodellen zal steeds belangrijker worden.
- Daarnaast zullen persoonlijke vaardigheden steeds belangrijker worden: zelfmanagement, projectmanagement en teamwork, netwerken.

### COMPLEXE PROBLEMEN ('Wicked problems')

De opleiding vereist dat je klanten levert die complexe problemen leveren waar je studenten aan zullen werken. Een complex probleem is een probleem dat niet eenvoudig op te lossen is, om verschillende redenen, zoals:

- onvolledige of tegenstrijdige informatie,
- een complexiteit waarbij verschillende belanghebbenden betrokken zijn,
- veranderende of onbekende eisen,
- een relatie met andere problemen, waardoor de hoofdoorzaak wordt verdoezeld.

Het probleem waar de studenten aan werken, moet complex en open zijn. Idealiter zijn het vragen die beginnen met 'Hoe...!'. Ze moeten niet wijzen naar één onmiddellijke oplossing, maar openstaan voor brede interpretaties. Goede complexe problemen zijn bijvoorbeeld:

- Hoe kunnen we de ecologische voetafdruk van drukkerijen in regio X verbeteren?
- Hoe kunnen we bij schoolkinderen tussen 12 en 16 jaar interesse wekken voor kunst en design?
- Hoe kunnen we meer zichtbaarheid creëren voor marketingbureau Y?

Let erop dat je in je probleemomschrijving niet al te veel aandacht besteedt aan mogelijke oplossingen. De leerlingen moeten open zijn in hun probleemanalyse en oplossingsontwikkeling.

#### 3.1.1 OPENING EN INTRODUCTIE VAN ONTWERPGERICHT DENKEN/MENSELIJK GEORIËNTEERD ONTWERP OM COMPLEXE PROBLEMEN AAN TE PAKKEN

Studenten leren het algemene proces van ontwerpgericht denken / mensgericht ontwerpen. In deze fase moeten de studenten het algemene proces en de toepassingen en voordelen ervan begrijpen. In een later stadium ontdekken ze de praktische details.

Docent geeft een interactieve presentatie

Controleren wat de studenten hebben geleerd van het huiswerk: vraag en antwoord.

**Duur:** 60 minuten.

#### Lesmateriaal en hulpmateriaal:

- Ppt.3.1 Introductie HCDM-proces
- Discussie met de studenten
- Vragen en antwoorden met de studenten

1  
01:00

### 3.1.2 TAAKVERDELING, EEN TEAM SAMENSTELLEN

Gebaseerd op de vorige acties die in trainingsactiviteit 2 zijn uitgevoerd.

De groep kan op twee manieren worden gemaakt:

1. Studenten maken de groepen
2. Docent maakt de groepen.

Het creëren van een groep: Nu de studenten weten wat de HCDM is en een indruk hebben gekregen van het soort problemen dat ze moeten oplossen, moeten ze de rollen in hun team verdelen. Ze zullen zowel hun technische vaardigheden die nodig zijn voor de opdracht als hun persoonlijke soft skills analyseren.

#### **Opdracht:**

2  
02:10

1. De studenten presenteren zich met een focus op HCDM. Elementen: werkervaring, kennis en vaardigheden in en buiten de werksituatie.
2. Creëer een team: de studenten creëren teams in een besluitvormingsproces. Eerst moeten ze de criteria bepalen die relevant zijn voor het vormen van een team. Vervolgens moeten ze een aantal teams samenstellen (afhankelijk van het totale aantal deelnemers tussen de 4 en 8 deelnemers per team).

**Duur:** 70 minuten.

#### **Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Lesmateriaal en leerboek
- Flip overs, markers etc.
- Verschillende ruimtes om te kunnen werken in groepen

02:40

#### **Koffie pauze 30 minuten**

### 3.1.3: TAAKVERDELING IN HET TEAM

De studenten analyseren ook welke competenties ze missen in hun team, en hoe ze zullen handelen wanneer deze competenties nodig zijn. De student begrijpt het belang van evenwichtige teamvaardigheden en de persoonlijke soft skills die nodig zijn om te motiveren en het beste uit een team te halen. Dit zal vooral belangrijk zijn in een echte levenssituatie wanneer werkende teamleden die onafhankelijke onderaannemers zijn en waarvan de motivatie anders kan zijn dan die van de werkende leden.

3  
03:50

#### **Mindsets**

Iedereen is creatief! Iedereen is in staat om ideeën te formuleren en kan ermee aan de slag. Als je je dat realiseert, heb je "creatief zelfvertrouwen".

Leer van de mensen voor wie je ontwerpt. Nieuwe ideeën komen niet uit de lucht vallen, maar komen voort uit inzicht, empathie en begrip voor de drijfveren van je gebruiker.

Als je de oplossing van een probleem niet kent, doe dan je onderzoek! Pas dan komt je met nieuwe en vaak onverwachte oplossingen.

Breng ideeën tot leven! Hou je niet vast aan lange theorieën, maar maak een schets, een model of een willekeurig prototype.

Laat je idee zien in plaats van het te vertellen.

Omarm dubbelzinnigheid. Elk ontwerpvoorbeeld heeft meerdere bruikbare antwoorden, ga er niet van uit dat er maar één goede oplossing is.

Falen is experimenteren. Je kunt leren van fouten.

Vroegtijdige en voortdurende bevestiging vinden tijdens het ontwerpproces. Vraag de mensen die je ontwerpt om feedback, zodat je altijd aanpassingen kunt doen en eindigt met een goedgekeurd product.

Optimisme is je motivatie en vooruitgang is altijd mogelijk!

**Opdracht: maak een team canvas**

**Duur:** 70 minuten.

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Lesmateriaal en leerboek
- Flip overs, markers etc.
- Verschillende ruimtes om te kunnen werken in groepen

#### **AFSLUITING**

- 4 Docent vat de belangrijkste conclusies van de les samen
- 04:00 Docent legt de activiteiten uit die moeten worden gedaan in de online les (Huiswerk)
- De docent nodigt de studenten uit voor de volgende les



### 3.2.1 LEZEN

De leerlingen moeten de leerstof HCD gelezen hebben:

- Wat is de HCD methodiek (thema 3)

1

**Duur:** 60 minuten.

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Lesmateriaal en leerboek

### 3.2.2: HET VINDEN VAN EEN WICKED PROBLEM/UITDAGING: (VOORBEREIDING FACE2FACE 3.3)

Voortzetting en afsluiting van het vinden van een uitdaging op basis van het werk dat al begonnen is in DETA 1 (het definiëren van een op te lossen wicked problem). De leerkracht kan beslissen, afhankelijk van (de inzet van) de groep:

- of de groep zelf een bestaande uitdaging heeft,
- een cliënt een echte uitdaging inbrengt of

2

- de leraren brengen een vooraf gedefinieerde uitdaging in deze eerste les van HCD van COL- CREATION.

De uitdaging moet georganiseerd worden voor de start van de COL- CREATIE cursus onderdeel HCD. Als er meerdere studentenuitdagingen zijn, moet de leraar/groep studenten kiezen.

**Duur:** 60 minuten.

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Lesmateriaal en leerboek

### 3.2.3: EEN TEAM SAMENSTELLEN (wanneer het niet volledig is ingevuld in de F2F)

De leraar moet teams samenstellen. De groep kan op twee manieren worden gemaakt:

1: de leerlingen maken de groepen

2: de leerkracht maakt de groepen.

3

Opdracht: maak X teams. Afhankelijk van het aantal studenten en hun achtergrond, COMPETENTIES, vaardigheden etc. Voor de start van de Col Creation cursus onderdeel HCD moeten de teams gemaakt worden. Er is samenhang met "zoek de uitdaging", als leerlingen hun uitdaging inbrengen.

**Duur:** 90 minuten.

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Lesmateriaal en leerboek

### 3.2.4: INTRODUCTIE VAN DE CLIËNT (VOORBEREIDING FACE2FACE SESSIE 3.3)

De studenten moeten de leerstof HCD gelezen hebben:

- 4 - Introductie van de klant en briefing van het project en voorbereiding van de sector en andere informatie met betrekking tot de klant(en) uitdaging).

**Duur:** 30 minuten.

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

Lesmateriaal en leerboek





### KLASSIKAAL 3.3 – RICHTLIJNEN, TIMING EN HULPMIDDELEN

#### DOCENTENINFORMATIE "ECHTE CLIËNTEN

Het (de) probleem (problemen) waar de studenten aan werken moet(en) zo mogelijk worden voorgelegd door echte klanten. Dit hoeven geen commerciële ondernemingen te zijn, maar het moeten wel beroepsorganisaties zijn die actief zijn op het terrein van het probleem. Bedrijven zijn prima, maar dat geldt ook voor regeringen, gouvernementele organisaties en NGO's.

De reden om met echte klanten te werken is dat studenten meer gemotiveerd zijn om waardevolle oplossingen te creëren en te leren wanneer zij het gevoel hebben dat hun werk zinvol is. Dit wordt bepaald door de waardecreatiepedagogiek van Martin Lackeus. Hij beschrijft dit als 'leren door waarde te creëren voor anderen', gebaseerd op de onderstaande tien elementen (overgenomen uit Lackeus (2016), p. 53):

Wanneer het vinden van echte cliënten niet realistisch is voor je onderwijssetting, dan kunnen er alternatieven gevonden worden. Voorbeelden zijn uitdagingen voorgesteld door de school, uitdagingen voorgesteld door andere studenten, of uitdagingen die studenten tegenkomen in hun bedrijven (als ze in een dual systeem zitten).

#### 3.3.1 OPENING EN KENNISMAKING MET HCDM: INTRODUCTIE VAN DE KLANT

Studenten hebben het algemene proces van design thinking / human-centered design geleerd. In deze fase staat de klant en zijn/haar vraag centraal.

- Korte presentatie van elk team over de taakverdeling van LES 3.1
- Controle van het leerhuiswerk van de studenten: vraag en antwoord.
- Docent presenteert korte herhaling van de PowerPoint presentatie: HCDM-proces gericht op introductie van de klant en briefing van het project.

1  
00:45

**Duur: 45** minuten.

#### Lesmateriaal en hulpmateriaal:

- Ppt 3.1 korte herhaling: HCD-proces gericht op introductie klant en briefing project
- Presentatie van elk team: hoe verliep het proces? Discussie met de studenten, vraag-antwoord met de studenten.

### 3.3.2: INTRODUCTIE VAN DE KLANT EN BRIEFING VAN HET PROJECT

De leerkracht moet het "wicked problem" van de klant voorbereiden.

De leerlingen leren wie de klant is, en wat het probleem is waarvoor ze een oplossing gaan bieden. Deze module omvat voorbereidend werk van de studenten om een professionele indruk te maken en relevante vragen te stellen na de briefing. Dit omvat een begrip van de rollen die de complementaire vaardigheden van het team kunnen spelen in een team onderzoek en presentatie.

#### Opdrachten:

- Voorbereiding van de vragen aan de cliënt
- 2 • Voorbereiding van informatie over de sector, trends, enz. van de klant
- 03:45 • Uitvoering van de introductie en briefing van de klant
- Analyse van de briefing
- Snelle definitie van de uitdaging/vraag/het probleem.

**Duur:** 180 minuten. Voorbereiding en introductie van de klant, analyseer, definieer het probleem. Las ook een pauze in

#### Lesmateriaal en hulpmateriaal:

- Lesmateriaal en leerboek
- Flip overs, markers etc.
- Verschillende ruimtes voor groepswerk

#### AFSLUITING

- 4 Docent vat de belangrijkste conclusies van de les samen
- 04:00 Docent legt de activiteiten uit die moeten worden gedaan in de online les (Huiswerk)
- De docent nodigt de studenten uit voor de volgende les

**STAP**

**ON LINE TRAININGSACTIVITEIT 3.4 – RICHTLIJNEN, TIMING EN HULPMIDDELEN**

**3.4.1: LEZEN**

De leerlingen moeten het lesmateriaal HCD gelezen hebben:

- Het probleem vinden, Ontdekken, Definiëren,

1

**Duur:** 30 minuten.

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Lesmateriaal en leerboek





**TRAININGSACTIVITEIT 4  
HET PROBLEEM VINDEN:  
ONDERZOEKEN EN  
DEFINIËREN**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



**TRAINING ACIVITY 4. FINDING THE PROBLEM: RESEARCH AND DEFINE**

**DUUR**

2 klassikale lessen van 4 uur  
1 online les van 4 uur

**DOELEN**

Studenten leren zich in te leven in de doelgroep en doen praktisch onderzoek naar een specifiek (ondernemers)probleem.

**COMPETENTIES**

- basis zakelijke vaardigheden,
- zelfmanagement, project- en teammanagement,
- analytische vaardigheden
- netwerken
- kennis over het vinden en beoordelen van informatie,

**ONDERWERPEN**

Onderwerp 3 Wat is de human centred design methode (Zoek het probleem: onderzoek en definieer)



## STAP

## KLASSIKAAL LES 4.1 – RICHTLIJNEN, TIMING EN HULPMIDDELEN

Het lesmateriaal is zo ontworpen dat het modulair is en kan worden aangepast. Hiermee bedoelen we dat het materiaal niet noodzakelijkerwijs moet worden behandeld "zoals het is", maar dat leerkrachten en leerlingen worden uitgenodigd het aan te passen en elementen te selecteren die zij waardevol vinden en andere elementen over te slaan. Dit geldt weliswaar voor de geïsoleerde module in het leermateriaal), maar de andere modules maken deel uit van een groter, op de mens gericht ontwerpproces. Hoewel dit proces natuurlijk kan worden aangepast of ingekort, raden we toch aan dit hele proces te doorlopen, vooral als u geen voorafgaande ervaring hebt met mensgericht ontwerpen.

Klassenmanagement en rol van de docent

0 Hoewel de rol van de leerkracht misschien beperkt lijkt in de opzet van dit lesmateriaal, heeft de ervaring geleerd dat er toch een belangrijke faciliterende rol is weggelegd voor de leerkracht. Onze ervaring is dat studentengroepen de neiging hebben om bepaalde STAP's in het human-centered design proces over te slaan of te overhaasten, en het is de taak van de docent om de kwaliteit van het ontwerpproces te bewaken. Dit kan bijvoorbeeld door vragen te stellen bij de conclusies die de studenten trekken, om de studenten te laten inzien dat hun werk nog niet af is, en dat er meer analyse nodig is. De vijf waarom's aanpak (zie leermiddelenboek) kan ook voor de docent werken om de resultaten van de leerlingen ter discussie te stellen.

Faciliteiten en materialen

Voor hun projecten hebben uw leerlingenteams goede werkplekken nodig. Idealiter hebben ze elk hun eigen ruimte of lokaal, met muren waar ze flip-overs aan kunnen hangen. Vooral tijdens de volgende lessen zullen de leerlingen flipcharts, post-its (bij voorkeur verschillende kleuren) en stiften nodig hebben.

#### 4.1.1 OPENING

Presentatie per team van de resultaten van TRAININGSACTIVITEIT 3: team, taakverdeling en introductie van de klant.

Controle van de studenten op het maken van het huiswerk: vraag en antwoord

Docentenpresentatie Ppt.3.1 Inleiding HCDM-proces herhalen deel, focus op: Vinden van het probleem

1  
00:045

**DUUR:** 45 minuten.

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Lesmateriaal en leerboek
- Ppt.3.1 Inleiding HCDM-proces
- Voorlichting studenten in team presentaties
- Discussie met studenten, vraag en antwoorden

#### 4.1.2 OMSCHRIJVING VAN HET PROBLEEM: ONDERZOEK

Dit is de eerste "diamant" van de methodologie. Via een proces van divergentie en convergentie zullen de studenten het probleem analyseren en de onderliggende oorzaken vinden die moeten worden aangepakt. Het praktische werk voor dit onderdeel zal twee periodes beslaan, lessen 4.1 and 4.3

2  
03:45

**DUUR:** 180 minuten.

#### **Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Lesmateriaal en leerboek.
- flip-overs, post-its (bij voorkeur verschillende kleuren) en stiften
- verschillende ruimtes om te werken.

#### **AFSLUITING**

3  
04:00

Docent vat de belangrijkste conclusies van de les samen

Docent legt de activiteiten uit die moeten worden gedaan in de online les (Huiswerk)

De docent nodigt de studenten uit voor de volgende les



**STAP**

**ON LINE TRAININGSACTIVITEIT 4.2 – RICHTLIJNEN, TIMING EN HULPMIDDELEN**

**4.2.1: WERK AAN DE VERSCHILLENDE ONDERDELEN VAN HET HCDM**

De studenten in een team moeten aan de verschillende onderdelen van de HCD-methode werken als het werk niet klaar is in de klas

2

**Duur:** 30-240 minuten.

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Lesmateriaal en leerboek
- Overig materiaal





**STAP**

**KLASSIKAAL LES 4.3 – RICHTLIJNEN, TIMING EN HULPMIDDELEN**

**4.3.1 OPENING**

**Duur:** 60 minuten.

1  
00:45

- Lesmateriaal en hulpmateriaal:
- Lesmateriaal en leerboek
- Ppt.3.1 Introductie HCDM-process Informatie studenten in team presentaties

**4.3.2 DEFINING THE PROBLEM: DEFINE**

**Duur:** 180 minuten.

2  
03:45

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Lesmateriaal en leerboek.
- Flip overs, post-its (bij voorkeur verschillende kleuren) en markers
- Verschillende ruimtes om in groepen te kunnen werken.

**AFSLUITING**

3  
04:00

Docent vat de belangrijkste conclusies van de les samen

Docent legt de activiteiten uit die moeten worden gedaan in de online les (Huiswerk)

De docent nodigt de studenten uit voor de volgende les



**STAP**

**ON LINE TRAININGSACTIVITEIT 4.4 – RICHTLIJNEN, TIMING EN HULPMIDDELEN**

**4.4.1: WERKEN AAN VERSCHILLENDE ASPECTEN VAN HCDM**

De studenten in een team moeten aan de verschillende onderdelen van de HCD-methode werken als het werk niet klaar is in de klas.

1

**Duur:** 30-240 minuten.

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Lesmateriaal en leerboek
- Overig materiaal

**4.4.2: LEZEN**

De leerlingen moeten het lesmateriaal HCD hebben gelezen

- De oplossing vinden: ideevorming, beslissen en prototype

2

**Duur:** 30 minuten.

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

Lesmateriaal en leerboek





**TRAININGSACTIVITEIT 5  
OPLOSSINGEN VINDEN EN  
PROTOTYPE: IDEËREN EN  
PROTOTYPE**



**LES 5.1 FINDING SOLUTIONS AND PROTOTYPE: IDEATE AND PROTOTYPE**

**DUUR**

2 klassikale lessen van 4 uur  
1 online/huiswerk les van 4 uur

**DOELEN**

Studenten weten hoe ze ideeën kunnen genereren op basis van onderzoek, en hoe ze snelle prototypes kunnen maken zodat ideeën kunnen worden gevalideerd in de echte wereld.

Studenten leren over doorzettingsvermogen en kunnen bepaalde analytische vaardigheden toepassen op hun eigen professionele werk.

Studenten leren over creativiteit in het oplossen van problemen en kunnen bepaalde creatieve vaardigheden in het maken van prototypes toepassen, die nuttig zijn voor hun eigen professionele werk.

**COMPETENTIES**

- Creativiteit,
- Zelfmanagement, project- en teammanagement,
- Analytische vaardigheden
- Besluitvorming
- Kennis over het vinden van oplossingen en prototyping

**ONDERWERPEN**

Onderwerp 3 ; Wat is de human centered design methode (oplossingen vinden en prototype maken)



## STAP

## FACE TO FACE LES 5.1 – RICHTLIJNEN, TIMING EN HULPMIDDELEN

Klassenmanagement en de rol van de docent

Hoewel de rol van de docent beperkt lijkt in de opzet van dit lesmateriaal, heeft de ervaring geleerd dat er nog steeds een belangrijke faciliterende rol is voor de docent. Onze ervaring is dat groepen studenten de neiging hebben om bepaalde stappen in het HCD-proces over te slaan of te overhaasten, en het is de taak van de docent om de kwaliteit van het ontwerpproces te bewaken. Dit kan bijvoorbeeld door de conclusies die de student trekt in twijfel te trekken om de studenten te laten zien dat hun werk niet gedaan is, en er is meer analyse nodig. De vijf waarom-benadering (zie leermiddelenboek) kan ook voor de docent werken om de resultaten van de leerlingen in vraag te stellen.

0

Faciliteiten en materialen

Voor hun projecten hebben je studententeams goede werkplekken nodig. Idealiter hebben ze elke keer hun eigen ruimte of kamer, met muren waar ze flip overs aan kunnen hangen. Vooral tijdens de volgende lessen hebben de studenten flip overs, post-its (bij voorkeur in verschillende kleuren) en markers nodig.

### 5.1.1 OPENING

Presentatie per team van de resultaten van TRAININGSACTIVITEIT 4: hoe is de onderzoeksfase verlopen en welke problemen heb je ondervonden bij het definiëren van de vraag/uitdaging?

Controleren van het huiswerk van de studenten: vraag en antwoord

1

Docentenpresentatie PowerPoint presentatie Ppt.3.1 Inleiding HCDM-proces herhalingsdeel, focus op: oplossing van het probleem

00:45

**Duur:** 45 minuten.

#### Lesmateriaal en hulpmateriaal:

- Lesmateriaal en leerboek
- Ppt.3.1 Introductie HCDM-proces Informatie studenten in team presentaties
- Discussieer met studenten, vragen en antwoorden

### 5.1.2 FINDING THE SOLUTION: IDEATE AND DECIDE

De tweede 'diamant' volgt opnieuw een proces van divergentie en convergentie. Studenten brainstormen en ontwikkelen meerdere oplossingen door middel van goedkope prototypes, testen ze en komen met hun beste oplossing. Het praktische werk voor dit deel zal aan bod komen in les 5.1 en 5.3.

2

**Duur:** 180 minuten.

03:45

#### Lesmateriaal en hulpmateriaal:

- Lesmateriaal en leerboek including assignment in the textbook
- Flip overs, post-its (bij voorkeur verschillende kleuren) en markers
- Verschillende werkplekken om in groepen te kunnen werken.

**AFSLUITING**

- 3 Docent vat de belangrijkste conclusies van de les samen
- 04:00 Docent legt de activiteiten uit die moeten worden gedaan in de online les (Huiswerk)  
De docent nodigt de studenten uit voor de volgende les



STAP

ON LINE LES 5.2 (HOMEWORK) – RICHTLIJNEN, TIMING EN HULPMIDDELEN

**5.2.1: WERKEN AAN VERSCHILLENDE ASPECTEN VAN HCDM**

De leerlingen in een team moeten aan de verschillende onderdelen van de HCD-methode werken als het werk niet klaar is in de klas.

2

**Duur:** 30-240 minuten.

Lesmateriaal en hulpmateriaal:

Lesmateriaal en leerboek

Overig materiaal



**STAP**

**FACE TO FACE LES 5.3 – RICHTLIJNEN, TIMING EN HULPMIDDELEN**

**5.3.1 OPENING**

Presentatie per team van de resultaten van les 5.1: ideevorming en besluitvorming.

Controle op studenten die het huiswerk maken: vraag en antwoord

Inleiding over HCD: Ppt.3.1 Inleiding HCDM-procesherhaling, focus op: prototyping

1  
00:45

**Duur:** 45 minuten.

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Lesmateriaal en leerboek
- Ppt.3.1 Introductie HCDM-process Informatie studenten in team presentaties
- Discussieer met studenten aan de hand van vragen en antwoorden

**5.3.2 PROTOTYPE-ONTWIKKELING VAN DE OPLOSSINGEN**

**Duur:** 180 minuten.

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

2  
03:45

- Lesmateriaal en leerboek.
- Flip overs, post-its (bij voorkeur in verschillende kleuren) en markers, overig materiaal wat door de studenten gebruikt wordt
- Verschillende ruimtes om in groepen te kunnen werken

**AFSLUITING**

3  
04:00

Docent vat de belangrijkste conclusies van de les samen

Docent legt de activiteiten uit die moeten worden gedaan in de online les (Huiswerk)

De docent nodigt de studenten uit voor de volgende les





# TRAININGSACTIVITEIT 6 IMPLEMENTATIE EN PRESENTATIE



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



## LES 6. IMPLEMENTATION AND PRESENTATION

### DUUR

2 klassikale lessen van 4 uur

1 online/huiswerk les van 4 uur

### DOELEN

- Het overbrengen van de kennis en het vermogen om een groot deel van het werk te verpakken in de kernelementen die relevant zijn voor een specifiek publiek, en deze op een dynamische en heldere manier te kunnen presenteren.
- De nodige kennis en stappen aanreiken die nodig zijn om een goede marketingstrategie te creëren en hoe de marketinginstrumenten op de juiste manier te gebruiken, inclusief de rol van personal branding en marketingcommunicatie.
- Meer duidelijkheid brengen over hoe je een businessmodel van je idee kunt maken en hoe je het op de markt kunt brengen.
- Het bieden van de nodige vaardigheden over het business model canvas en hoe een presentatie te maken voor een professioneel publiek.
- Het leveren van de basis stappen voor het creëren van een succesvol Unique Selling Proposition voor de promotie van service en/of product.
- Het definiëren van het doel van de Elevator pitch techniek en het geven van begeleiding bij de creatie ervan.

### COMPETENTIES

- Ontwikkelen van een marketingstrategie
- Je product op de markt brengen (Elementen van de Marketingmix)
- Integratie van Personal branding in een marketingstrategie
- Gebruik maken van USP (Unique Selling Proposition)
- Creëren en gebruik maken van een liftplaats
- Vergroting van de ondernemersgeest
- Zelfmanagement, project- en teammanagement
- Het verwerven van overtuigingskracht
- Het verwerven van kennis over business modelling

### ONDERWERPEN

Onderwerp 5: Hoe je je oplossing op de markt kunt brengen

**STAP**

**KLASSIKAAL LES 6.1 – RICHTLIJNEN, TIMING EN HULPMIDDELEN**

De rol van de docent in Business modelling wordt steeds belangrijker, zo blijkt uit eerdere ervaringen. Studenten die geen ervaring hebben met business modelling hebben vaak de neiging om te kiezen voor voor de hand liggende oplossingen in dit opzicht, en het kan de rol van de docent zijn om hen te stimuleren om dieper te graven en creatiever te denken. Als je als docent het gevoel hebt dat je geen ervaring hebt op dit gebied, nodig dan misschien collega's of andere deskundigen uit om les 11 mede te faciliteren.

Bovendien merkten we dat een minderheid van de studenten het business modelleren als een onderwerp dat niet relevant is voor hen, omdat ze beweren dat ze studenten zijn uit een bepaalde sector (bijvoorbeeld creatieve beroepen) en dit soort onderwerpen niet past bij hun profiel. In die gevallen kan het relevant zijn om hen te laten zien dat voor toekomstige functieprofielen in de creatieve industrie een bepaald niveau van zakelijk denken onvermijdelijk wordt.

**6.1.1 OPENING**

De docent verwelkomt de studentengroep en introduceert de onderwerpen en leerdoelen van de module.

Presentatie per team van de resultaten van TRAININGSACTIVITEIT 5: Hoe is de ideefase en de prototyping verlopen?

1  
00:45

Controle van de cursisten die het huiswerk maken: vraag en antwoord

Docentenpresentatie: Inleiding, Bedrijfsmodellering, Business Model Canvas

**Duur:** 45 minute.

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Presentatie ppt 6.1: Hoe je je oplossing op de markt kunt brengen
- Onderwerp 5: Hoe je je oplossing op de markt kunt brengen

### 6.1.2. HOE KUN JE JE OPLOSSING OP DE MARKT BRENGEN

Inleiding; De docent opent de les door de studenten de volgende vraag te stellen: "Hoe zou je je product/dienst/oplossing gaan verkopen als je het nu moest doen?" en schrijft de antwoorden op. Daarna vraagt de docent de studenten om hun eigen visie op marketing te delen en begeleidt hen zo nodig naar de juiste betekenis van het concept.

De docent legt het basisconcept van marketing uit, wat het is en waar het voor dient.

De docent legt uit hoe belangrijk het is om de juiste marketingaanpak te kiezen alvorens een merk op de markt te brengen.

Hoe een goede marketingstrategie te bouwen; De docent begint met de vraag aan de studenten of hun idee van een product/dienst/oplossing een marketingstrategie nodig heeft. De docent gaat verder door ervoor te zorgen dat alle deelnemers begrijpen dat elk product een marketingstrategie nodig heeft.

Tijdens dit deel van de sessie introduceert de docent de SWOT-analyse als een praktische methode die de deelnemers kunnen gebruiken voor de evaluatie van hun productidee. De tool moet de aandacht en de reflectie kunnen richten op aspecten van de context die mogelijk over het hoofd zijn gezien of ondergewaardeerd en de resultaten kunnen een substantiële grondstof worden voor verdere productmarketing. De docent zal de studenten vragen om hun eigen SWOT-analyse uit te voeren en daarnaast te achterhalen wie de potentiële concurrenten en klanten zijn met betrekking tot hun product.

Elementen van de Marketingmix; De docent presenteert de theorie van de Marketingmix, d.w.z. de 4 P's - product, prijs, plaatsing en promotie. De trainer moet het concept achter de termen uitleggen en het voordeel van het gebruik ervan beschrijven bij het opbouwen van een marketingstrategie.

2

02:05

De rol van marketingcommunicatie; De docent legt uit hoe belangrijk het is om een specifieke communicatieaanpak op te nemen in de marketingmix en wat enkele van de moderne trends zijn die vandaag de dag worden gebruikt.

Hoe een succesvol persoonlijk merk te ontwikkelen; De docent zal beginnen met de studenten te vragen of ze weten wat personal branding is en of ze het ooit eerder hebben gebruikt. Aan de hand van de ontvangen antwoorden zal de docent de betekenis, het gebruik en de toepassing van personal branding uitleggen. Er volgt een praktische taak: de trainer vraagt de studenten zichzelf te beschrijven met slechts 3 woorden.

Eindconclusies; De docent controleert of de studenten de concepten hebben begrepen door terug te gaan naar hun antwoorden op de vraag die in het begin van Actie 1.1 is gesteld en vraagt hen om hun uitspraken opnieuw te controleren. Wat zouden ze deze keer anders doen?

**Duur:** 80 minuten.

#### **Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Ppt. Presentatie 6.2: Hoe je je oplossing op de markt kunt brengen
- Col-creation Studenten handleiding -> Onderwerp 5: Hoe je je oplossing op de markt kunt brengen
- [Personal Branding - why is it important?](#)
- [Personal Branding Strategy Lessons with Bigfoot](#)
- [How to Sell A Product - Sell Anything to Anyone with The 4 P's Method](#)



02:20 Koffie pause 15 minuten

### 6.1.3 MAAK EEN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)

Tijdens het laatste deel van de HCD-methode zullen de studenten van een team de uitvoering van hun idee plannen op basis van een bedrijfsmodel. De studenten worden gevraagd een Business Model Canvas in te vullen met behulp van een van de volgende online tools:

- <https://trello.com/b/Mj3ARCrP/business-model-canvas-template>
- <https://miro.com/templates/business-model-canvas/>
- <https://next.canvanizer.com/demo/business-model-canvas>

3  
03:35

**Duur:** 75 minuten.

#### **Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Ppt. Presentatie 6.3: Maak een BM canvas
- Lesmateriaal en leerboek inclusief een opdracht in het leerboek
- Online tool om een BMC te maken
- Verschillende werkplekken om in groepen te kunnen werken

#### **AFSLUITING**

4 Docent vat de belangrijkste conclusies van de les samen  
04:00 Docent legt de activiteiten uit die moeten worden gedaan in de online les (Huiswerk)  
De docent nodigt de studenten uit voor de volgende les



### 6.2.1 LEZEN

De studenten aan de opleiding zullen alle drie de delen van Onderwerp 5 downloaden en lezen en worden uitgenodigd om de rest van het aanvullende lesmateriaal dat hieronder wordt aangeboden te bekijken.

De studenten zullen een test ondergaan via het e-trainingsplatform.

**Duur:** 120 minuten.

1

#### Lesmateriaal en hulpmateriaal:

- Col-creation Studenten handleiding -> Onderwerp 5: Hoe je je oplossing op de markt kunt brengen
- [Personal branding – e-book by Colin Wright](#)
- [How to develop an effective marketing strategy](#)
- [The 4 Ps of The Marketing Mix Simplified](#)
- [Elevator Pitch - How to sell yourself and your business in 30 seconds](#)

### 6.2.2 VUL HET SJABLOON IN VOOR DE VOORBEREIDING VAN HET BMC EN DE PRESENTATIE AAN DE KLANT

De studenten aan de opleiding worden gevraagd om hun BMC af te ronden door de kennis die ze van deze module hebben gekregen, toe te passen op hun eigen productidee.

2

**Duur:** 120 minuten.

#### Lesmateriaal en hulpmateriaal:

- Col-creation Studenten handleiding -> Onderwerp 5

STAP

KLASSIKAAL LES 6.3 – RICHTLIJNEN, TIMING EN HULPMIDDELEN

1  
00:20

**6.3.1. HOE JE DE UNIQUE SELLING PROPOSITION KUNT GEBRUIKEN VOOR DE PROMOTIE VAN JE GECEËERDE OPLOSSING?**

De docent vraagt de studenten wat hun product/dienst/oplossing uniek maakt en waarom iemand het zou moeten kopen. Na ontvangst van hun antwoorden legt de docent uit dat voor een succesvolle reclame een originele USP nodig is.

De docent legt uit wat een USP is en geeft enkele voorbeelden uit de praktijk van bekende wereldmerken. De docent vraagt de groep om te analyseren waarom deze voorbeelden succesvol zijn gebleken.

2  
01:40

In het tweede deel van deze les toont de docent een video over waarom USP belangrijk is en vraagt hij de groep een USP te maken voor een van hun productideeën (of te kiezen uit een geheel nieuw voorstel) door toe te passen wat ze tot nu toe hebben geleerd. De oefening kan in groepsverband of individueel worden gedaan.

**Duur:** 80 minuten.

**Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Ppt. Presentatie 6.4: Hoe kun je het unieke verkoopvoorstel gebruiken voor de promotie van je gecreëerde oplossing?
- Col-creation Studenten handleiding -> Onderwerp 5: Hoe kun je het unieke verkoopvoorstel gebruiken voor de promotie van je gecreëerde oplossing?
- [What is USP? What does USP mean?](#)
- [Why products and services need Unique Selling Proposition?](#)
- [The Competitive Advantage: Develop a Unique Selling Proposition](#)

-  
02:00

Koffie pauze 20 minuten

### 6.3.2 HOE WORDT DE ELEVATOR PITCH TECHNIEK TOEGEPAST?

De docent zal beginnen met het uitnodigen van vrijwilligers uit de groep om deel te nemen aan een fictieve "elevator pitch" waarbij persoon #1 de perfecte vakantieplaats zal moeten beschrijven en persoon #2 zal moeten overtuigen om het te gaan bezoeken. De vrijwilligers hebben 60 seconden voor de "pitch" en afhankelijk van de groep zal de docent vragen om meerdere vrijwilligers en minstens 3 van dergelijke voorbeelden invullen. Na afloop van deze oefening zal de docent de groep kennis laten maken met de elevator pitch techniek en de kenmerken ervan. De groep krijgt voorbeelden te zien van een goede "elevator pitch" en krijgt een video te zien over hoe ze hun eigen "elevator pitch" kunnen creëren.

3  
03:00

In het tweede deel vraagt de docent de groep om de oefening in het begin van de les opnieuw te doen, maar deze keer zullen ze hun product moeten verkopen. De vrijwilligers hebben 30 seconden de tijd om hun USP in te brengen, idealiter ontwikkeld in de vorige actie.

**Duur:** 60 minuten.

#### **Lesmateriaal en hulpmateriaal:**

- Ppt. Presentatie 6.5: Hoe wordt de elevator pitch techniek toegepast?
- Col-creation Studenten handleiding -> Onderwerp 5: Hoe wordt de elevator pitch techniek toegepast?
- [How to Create Your 30 Second Elevator Pitch](#)
- [Elevator Pitch Example - How to Create A Personal Elevator Pitch](#)

### **AFSLUITING**

Docent vat de belangrijkste conclusies van de les samen

4  
03:30

De docent zorgt ervoor dat er tijd is voor vragen en interactie met de studenten en probeert alle mogelijke twijfels of vragen op te lossen.

De docent bedankt de groep voor deelname aan de opleiding en nodigt alle studenten uit om de COL-CREATION opleiding te delen door hun gedachten te uiten door middel van het delen van mondelinge of schriftelijke feedback.





© 2018 Col-Creation project, Erasmus+ 2018-1-ES01-KA202-050942.