

Poduzetničke vještine za kreativce

ORGANIZATORI

Hrvatski klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija
HAMAG BICRO i Enterprise Europe Network



Business Support on Your Doorstep



PARTNERI

GRAD ZAGREB ZG FORUM
HDNP



POLAZIŠTE

U svim razvijenim zemljama postaje prioritet kako pokrenuti kreativni potencijal, kako razviti kreativne i kulturne industrije, kako iskoristiti potencijal koji nudi kultura i umjetnost svakog grada i zemlje, kako privući kreativce u svoje tvrtke, gradove, sredine, kako stvoriti okruženje prilagođeno njihovom djelovanju. Međutim, ključ ekonomskog rasta ne podrazumijeva samo razvoj i privlačenje kreativne klase već i sposobnost da se taj potencijal pretvori u kreativne ekonomske rezultate kroz nove ideje, inovacije, *hi-tech* poslove te regionalni i urbani rast. Osim posebno kreativne jezgre, koja objedinjuje umjetnike, pjesnike, glumce, dizajnere, znanstvenike, profesore, inženjere koji stvaranju smislene nove forme, kreativna klasa obuhvaća i široki spektar kreativnih profesionalaca koji rade u industrijama baziranim na znanju, poput industrije visokih tehnologija, financija, zdravstva, menadžera u poduzetništvu i drugi. Od spomenutih se menadžera očekuje kreativna inicijativa, korištenje postojećih pristupa na posve nov način ne bi li se što uspješnije prilagodili različitim zahtjevima poslovanja te kontinuirana primjena kritičkog mišljenja koje po potrebi otvara i radikalno drugačije prostore djelovanja. Za razvoj takvih profesionalaca i novih još ne(pre)poznatih mogućnosti, oblika rada i vještina, ovladavanje poduzetničkim i menadžerskim vještinama nužnost su svakog djelatnika i dionika kreativnih i kulturnih industrija kao i institucija koje imaju direktni interes u razvoju sektora kreativnih i kulturnih industrija.

OSNOVNA IDEJA

U sklopu projekta "Poduzetničke vještine za kreativce" održat će se niz radionica i edukativnih druženja u sklopu kojih ćemo razgovarati o razvojnim strategijama poslovnih vještina, prepoznavanju prilika i komunikaciji s tržištem, o važnosti i inovacijama u domeni brendinga i *design managementa*, intrinzičnoj vrijednosti kreativnog potencijala i

AGENCIJA
ZA INVESTICIJE
I KONKURENTNOST
Agency for Investments
and Competitiveness



aktivnosti klastera financira

REPUBLIKA HRVATSKA
MINISTARSTVO GOSPODARSTVA



HRVATSKI KLASTER
KONKURENTNOSTI
KREATIVNIH
I KULTURNIH
INDUSTRIJA

Zagreb tower, 5. kat
10 000 Zagreb, Hrvatska / Croatia
gsm: +385.91.232.48.88
e-mail/MSN:predsjednica@hkkki.eu
ŽR: HR5824840081106737974
OIB: 82714771341

KREATIVNA
HRVATSKA

poduzetničke realizacije te brojnim drugim aspektima suvremenog *leadershipa*. Održat će se i manji *matchmaking event* u suradnji s HDNP-om na kojem ćete biti u mogućnosti osnažiti postojeće ali i stvoriti nove veze s našim i vašim partnerima.

EDUKACIJE

1. **Time management alat za leadership 21. stoljeća** – strategije i taktike na koji način upogoniti talent i ideju u organizaciju uspješnog poslovanja.

86.400 je broj sekundi u danu koji svaka osoba na svijetu ima na raspolaganju. Međutim, ljudi se razlikuju po tome kako koriste i kako ispunjavaju tih 86.400 sekundi. U toj je razlici sadržan stihijski način života ili upravljanje vlastitim životom.

- prepoznavanje na koji način koristimo svoje i tuđe vrijeme
- svladavanje vještine kako određivati prioritete te kako dnevne aktivnosti dovode do postizanja poslovnih i osobnih ciljeva
- osvijestiti koji 'kradljivci vremena' utječu na osobnu efikasnost i koji su bjegovi u neučinkovito korištenje vremena koje odvodi u beskonačno odlaganje
- stjecanje uvida kako prepoznati i uvažiti osobne karakteristike ne bi li rezultat na kraju svakog dana bio motivacija za učinkovitije sutra
- razumijevanje kako vlastitom učinkovitošću i efektivnošću voditi suradnike i imati kvalitetniji utjecaj na druge

2. **Poduzetništvo – od ideje do proizvoda**

Interaktivna radionica ne temu poduzetništva bavi se istraživanjem na koji način kreativne industrije oblikuju, pozicioniraju i plasiraju svoje „proizvode“, te koji je njihov tržišni potencijal (doprinos pojedincu i društvu).

- Sudionici će tijekom radionice **analizirati svoj proizvod, cijenu, distribuciju i promociju**, te definirati **tko su kupci za taj proizvod, a tko je konkurencija**, koji su **troškovi vezani uz proizvod, koje pogodnosti pruža proizvod**, i na koji način **komuniciraju svoj proizvod**.
- Svaki će korak biti potkrijepljen primjerima iz Hrvatske i svijeta.

3. **Brending – put do prepoznatljivosti**

Najvažnije je pravilo komunikacije prihvaćanje da nas nitko nikada neće shvatiti onako kako mi to želimo. Uzrok tome je što nerijetko riječi i diskurs smatramo jedinim i dovoljnim alatom komunikacije zanemarujući sve ostalo. Dobro



osmišljeni i vođeni brendovi komuniciraju sa svim našim čulima, a ponajviše s emocijama. Kako to prepoznati, ostvariti?

- **Što je brend?** - Opće uvodne teme, definiranje i razumijevanje izazova i definiranje timova
- **Istraživanje, inspiracija, ideja** - Istraživanje, inspiracija, identifikacija, interpretacija, analiza, opis ideja, izrada projekta, povratne informacije
- **Identifikacija brenda** - planiranje, evolucija, definiranje procesa i razvoja, pronalaženje komunikacije, formiranje brenda

INTERAKCIJE

Kroz interaktivne radionice i druženja predstaviti ćemo pojedine teme važne za sektor kreativnih i kulturnih industrija. U neformalnom i poticajnom okruženju uvod će napraviti stručnjaci iz pojedinog područja, te će se interakcije nastaviti kroz ispreplitanje iskustava te pitanja sudionika. Cilj interakcije jest da se kroz komunikaciju steknu korisna znanja i vještine, dobiju iskoristive informacije te potiču nove suradnje i projekti.

Design management

Jednostavna definicija design managementa prevodi se kao "poslovna strana dizajna", no na dubljoj razini, na koju ćemo pokušati ukazati, *design management* sinergijom dizajna, inovacije, tehnologije, menadžmenta i korisnika dolazi do konkurentne prednosti kroz trobilančne ekonomske, društvene, kulturne i okolišne faktore. Strateško i integrativno korištenje dizajna na i u svim razinama poslovanja jedan je od najbitnijih elemenata tržišno prepoznatljive ali i svake uspješne organizacije.

Umrežavanje i matchmaking

Jedan od najstarijih modela poslovanja i posredovanja upravo je ovakav način spajanja i umrežavanja, te međusobnog prepoznavanja potencijalnih poslovnih partnera i budućih suradnika. Donosimo Vam još jednu živu, interaktivnu platformu na kojoj posredujemo razvijanju dijaloga, razmjeni različitih ali komplementarnih ideja dionika iz polja koji vam mogu pomoći u formiranje novih poslovnih poduhvata ili širenju postojećih projekata.

Brainstorming

Tema brainstorminga adresirat će pitanja održivosti i pozicioniranja sektora u kontekstu daljnjeg razvijanja kreativnih industrija, kao i novi smjer i potrebe sektora u kontekstu edukacije i stjecanja vještina za unapređenje sektora.



Iako je brainstorming danas uvriježen način procesuiranja i generiranja kreativnih ideja kroz intenzivnu ali moderiranu grupnu raspravu brojnih organizacija, učinkovitost poslovnog brainstorminga često se zanemaruje, a kruta hijaralizirana podjela rada ujedno takvo iznalaženja rješenja i puta do realizacije čini gotovo nemogućim. Promišljanje različitih grupnih tehnika i metodologije zajedničkog rada jedan je od vidova kreativnog osnaživanja ali i razvijanje komunikacijskih vještina na nivou cijele grupe.

TERMINI ODRŽAVANJA

Edukacija se sastoji od 6 modula:

- **Edukacije za KKI**

1. Zagreb, ZG Forum, 28. 09. 2016.– **Time management alat za Leadership 21. stoljeća** – Renata Čurković

10:00 – 10:30 // registracija

10:30 – 12:00 // radni dio

12:00 – 12:15 // coffee break

12:15 – 14:00 // radni dio

14:00 – 14:15 // coffee break

14:15 – 16:00 // radni dio

2. Zagreb, ZG Forum, 26. 10. 2016. – **Poduzetništvo – od ideje do proizvoda**
- Renata Čurković

10:00 – 10:30 // registracija

10:30 – 12:00 // radni dio

12:00 – 12:15 // coffee break

12:15 – 14:00 // radni dio

14:00 – 14:15 // coffee break

14:15 – 16:00 // radni dio



3. Zagreb, ZG Forum, 23. 11. 2016. – **Brending – put do prepoznatljivosti**

10:00 – 10:30 // registracija

10:30 – 12:00 // radni dio

12:00 – 12:15 // coffee break

12:15 – 14:00 // radni dio

14:00 – 14:15 // coffee break

14:15 – 16:00 // radni dio

- **Kreativne interakcije**

1. Zagreb, History, 20. 10. 2016. – **Design management**

19:00 – 19:30 - registracija

19:30 – 21:15 poslovne interakcije – rasprava uz uvodničare i moderatora

21:15 – ... – networking

2. Zagreb, History, 17. 11. 2016. – **Umrežavanje i machmaking**

19:00 – 19:30 - registracija

19:30 – 21:15 poslovne interakcije – rasprava uz uvodničare i moderatora

21:15 – ... – networking

3. Zagreb, History, 01. 12. 2016. – **Brainstorming**

19:00 – 19:30 - registracija

19:30 – 21:15 poslovne interakcije – rasprava uz uvodničare i moderatora

21:15 – ... – networking

