

## INKUBATOR

Moduler	Tid	Overskrift	Indhold	Underviser
<b>1. uge / INTRO: 1.-4. Februar</b>				
<b>Tirsdag</b>	9-12	Velkomst	<p>Kaffe + boller</p> <p>Intro til programmet (hvem vi er (Nina, Malene, Louise, Kaia + funktioner), formål, program, forventninger, læringsprincipper, kompetencer, praktiske ting, denne uge mm.). 9-9:30 – Malene</p> <p>Intro til hinanden + Håb til forløbet, samarbejde, kommunikation – 9:30-10:30 - Nina</p> <p>Det at være iværksætter – (brandtale) - en god iværksætterhistorie + læringer Denise (ElevatorDesign), Kasper (Lommeilm), Emil (Republikken) (10.30-11.30)</p>	Tovholder, styregruppe
	12-15	Republikken	<p>Det at være en del af Republikken; kulturen, værdierne, forventnings-afklaring. Praktisk: hvor skal jeg sidde, etablere e-mail, profil, printer mm. Rundvisning i huset</p> <p>Opgave udgives af Ivan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• festen, rammer og krav:</li> <li>• 0 budget</li> <li>• aktiviteter der binder folk sammen</li> <li>• kreativt</li> <li>• reception i køkkenet, hvor I introducerer jer selv</li> <li>• fest i kælderen</li> <li>• intern fest</li> </ul>	Ivan, Louise, Emil, Kaia, Andreas

## INKUBATOR

<b>Onsdag</b>	9-11	Kreative industrier	<p>Laila: 9-9:30            Introduktion til kreative industrier  <i>Hvad er karakteristisk ved de kreative industrier (produkter, organisering)?</i>  <i>Hvor ligger udfordringerne i branchen?</i>  <i>Hvad betyder det at være iværksætter i de kreative industrier?</i></p> <p>Daisy: 9:30-10:30            Hvad definerer de kreative iværksættere og hvilke udfordringer møder de ofte?            Hvad vil det sige at være kreativ.            Gruppearbejde:            Efterfulgt af diskussion med hinanden. Hvor ser de fællesstræk og fælles udfordringer.            Hvad får det Laila og Daisy siger jer til at tænke på og hvordan vil I bruge disse informationer i jeres eget forløb?</p> <p>Opgave 2: find en INK Buddy i løbet af ugen, bestem jer til på mandag (spørg ind til arbejdsstil osv.) Nina</p>	Laila Pavlak, Dare2.dk Daisy, DaisyLøvendahl
<b>TORS</b>	9-11.00	Muligheder som iværksætter	<p>1. Introduktion til forskellige karrierestier: Freelancer, iværksætter, entreprenør mm.            Formål: at inspirere deltagerne til at forstå deres egen rejse og mulighederne for nye roller.</p> <p>2. Panel            Spørge ind til: Drivkræfter, hvordan de organiserer sig, tjener penge, forcer og udfordringer, giv eksempler fra forskellige brancher.</p> <p>3. Open floor: deltagerne opsøger de forskellige og stiller spørgsmål de måtte have på hjertet.</p> <p>Refleksion - Nina: <i>Hvilke muligheder er jeg blevet præsenteret for og hvor kan jeg se mig selv?</i></p>	<p>Pernille Skov, om def. af typer iværksætter.</p> <p>Human library:            Freelancer: Sofie (Cirkumflex),            Iværksætter: ?            Entreprenøren: Torsten Jørgensen</p>
<b>FRE</b>	?	Reception & Fest	<p>Reception: Introduktion gennem reception i Rummet, hvor alle præsenterer dem selv og har mulighed for at hilse på hinanden.            Fest: fri mingling            Opsætning, indkøb, afholdelse (styregruppen har inviteret på forhånd)</p>	Tovholder, styregruppe

## INKUBATOR

2. uge / IDE (7.-11. Feb)				
MAN	9-9:30	Status	Evaluering af team work fra sidste uge	Tovholder
	9:30-12	Præsenter din ide	Forventningsafstemning Læringskompetencer (Deltagerne præsenterer deres ideer + deres kompetencer og de kompetencer de mangler For sjov leg: mix mellem to tilfældige projekter og diskuter hvordan I evt kunne kombinere de to forretninger/projekter (30 min))	Tovholder, styregruppe
	12-13	Frokost	Mingling – formål; finde ud af om der er nogle I vil samarbejde med, evt. så projekter sammen	
	13-14	INK Buddy	Formålet med INK buddy: sparring, sørge for at holde opdateret hvis man er syg (praktiske ting), selv finde ud af hvordan de bruger hinanden. Enten har de valgt en buddy og holdene offentliggøres eller INK buddys vælges her. Tid med din INK Buddy	
TIRS	9:30-11:30	Project design model step 1-2: ide + behov	Introduktion til projektmodel og chaordic leadership (Dee Hock) (underliggende projektdesign for hele kurset) Pep talk på bæredygtige kreative forretningsideer. Hvad er den gode ide og hvordan identificerer man den? Hvad er de indre og ydre behov? Case: virksomhed med en stærk ide	Uffe Elbæk
	11:30-11:45	Opgave	Opgave: Identificer ide/projekt (team såvel som individ) Trendspotting: hvilke virksomheder ser vi op til og hvorfor? Hvem er vi som individ/team, hvad er vores unikke kompetencer og behov/drømme? Indre behov: Dækker ideen de indre behov? Ydre behov: Dækker ideen de ydre behov i markedet? (Tal med 10 potentielle brugere: brugerinvolvering); formuler 10 spm til potentielle kunder/aftagere. Beskriv forretningsideen (jeres drømme/behov) og hvilken værdi den tilfører (ydre behov).  Skriv tankerne i et dokument men find selv ud af hvordan I vil præsentere det?	Tovholder

## INKUBATOR

ONS	14-15	Samling	Opsamling: hvordan går det? (øvelser i refleksion og lytning) God feedback og dårlige råd	Tovholder
	19-21	Creative Hub	Kreative forretningsmodeller	Styregruppe
TORS			Idearbejde	
FRE	13-16	Præsentation	Præsentation af ideerne og holdene + feedback (formatet skifter hver uge) 1. Præsentation fra team/individ 2. Reflekterende teams med Rep Panel: Rep. Buddys, 1) Hvor ser du mulighederne i projektet? 2) Hvad bekymrer dig? 3) Hvad vil du gøre på mandag, hvis det var dit projekt? 3. Kommentarer fra deltagere (bevidning) om hvad de har hørt Rep. Panelet siger	Styregruppe og tovholder + REP Buddys som er interesserede (deltagerne har spurgt dem)

## INKUBATOR

3. uge / FORMÅL OG VÆRDIER (14.-18. Feb)				
MAN	9-12	Project design model, step 3-4	Formåls og værdibaseret ledelse <i>Hvad betyder et stærkt formål og klare værdier for et samarbejde og en forretnings-succes?</i> Case: ?	Future Navigator
		Opgave	Opgave: Formål: hvad er formålet med vores virksomhed (det højere mål)? Værdier: Hvilke strategiske værdier skal bære os igennem? Find virksomheder med et stærkt formål. Find et navn til virksomheden og evt. logo.  Opgave 2: Holdopgave: Lav en kreativ morgenmad for hele huset til torsdag i uge 4. Budget: 500 kr.  Præsentationer: vær kreativ og find på noget	Tovholder
TIRS			Selvstændigt arbejde	
ONS	9-10	Samling	Opsamling: hvordan går det? (øvelser i refleksion og lytning)	Tovholder + Daisy
TORS			idearbejde	
FRE	13-16	Præsentation	Præsentation af opgave, reflekterende teams som sidste gang Rep. Panel: Daisy, Terne	Styregruppe og tovholder

## INKUBATOR

4. uge / KONCEPT (21.-25.febr)				
MAN	9-12	Project design model step 5: Koncept	<p>Introduktion til kreative forretningsmodeller: hvorfor det er vigtigt at tænke kreativt i sin forretningsmodel.</p> <p><i>Hvordan skaber man et koncept, der både reflekterer vores indre og ydre behov, formål og værdier?</i></p> <p>Cases: forskellige forretningsmodeller (bl.a. sociale enterpriser)            Skype call: Cameron Sinclair, Architecture for humanity: mulighed for at stille spørgsmål. Dette er bare en ide, tag den i dialog med Per.</p>	Per Krull
		Opgave	<p>Præsenter et koncept, som både reflekterer vores indre og ydre behov, formål og værdier?</p> <p>Hvordan er dette koncept unikt i forhold til konkurrenterne/konkollegaer og hvilken problemstilling/behov løser den for brugerne?</p> <p>Præsenter 3 mulige forretningsmodeller til jeres forretning (inkluder: markedssegmenter, værdikæden, indtjening, omverden, konkurrencemæssig?) – byt herunder med din INK buddy og lav en alternativ forretningsmodel for hinanden</p> <p>Lav et landkort af alternative forretningsmodeller/muligheder som inspiration fra nuværende virksomheder</p> <p>Tal/ring med mindst 3 virksomheder og spørg dem til deres forretningsmodel; nogle i samme branche som jeres og andre som ikke er i samme branche.</p>	Tovholder
TIRS			idearbejde	
ONS	9-10	Samling	<p>Opsamling: hvordan går det? (øvelser i refleksion og lytning)</p> <p>Hvad lærte du af at din INK Buddy lavede din forretningsplan og hvordan var det at lave din INK Buddys forretningsmodel</p> <p>Hvordan fungerer feedback bedst for jer?</p>	Tovholder
TORS	9-10	Kreativ morgenmad	Fælles morgenmad med huset: deltagerne skal arrangere en morgenmad om måneden for hele huset, som har til formål at give indbyggerne et indblik hvor I er henne i forløbet. Må gerne gøres på en kreativ måde.	Republikken, buddies, Louise
FRE	13-16	Præsentation	Præsentation af opgave Feedback-panel: ?	Styregruppe og tovholder

## INKUBATOR

5. uge / PRODUKT OG PROTOTYPEUDVIKLING			(28. feb-4. Marts)	
MAN	9-12	Produkter og services, samt prototypeudvikling (Project design model step 5: Koncept, fortsat)	<p>Værdien af prototypeudvikling Eksempler på gode prototyper Introduktion til produktelementer: æstetik, funktionalitet, design mm og det tegn produktet skal sende Betydningen af IPR for produktudvikling</p> <p><i>Hvordan designer man en attraktiv produktlinje og hvordan konceptualiserer man disse produkter?</i> <i>Hvad er et godt design?</i></p> <p>Cases: forskellige produktdesigns. Her også immateriel prototyping.</p>	David Gauthier, CIID
		Opgave	<p>Opgave: Hvilket mix af produkter og services skal mit koncept indeholde? Udvikl din produktlinje og beskriv et produkt i et produktblad Kontakt eventuelle underleverandør for at få input til dit produkt/ydelse – eg. udspecificer materialer dit produkt skal bestå af, find ud af de kompetencer dine underleverandører skal besidde og de metoder de skal bruge mm. Udvikl prototype/r af dine kerneprodukter på laserskæreren Præsenter din prototype for en potentiel kunde og få testet dets gennemslagskraft</p>	Tovholder
	13-14	Laserundervisning	Lasercertificering, derefter tid på laseren	Emil
TIRS			idearbejde	
ONS	9-10	Samling	Opsamling Evt. lille brainstorm over prototype Vise eksempler på prototyper	Tovholder
	19-21	Creative Hub	IPR (?)	Styregruppe
TORS			idearbejde	
FRE	13-16	Præsentation	<p>Vis mig din prototype! Samme metode som Torsdagsfeed, hvor hørerne giver deres umiddelbare feedback. (evt. med dem fra Projektakademiet og AFUK + huset) Præsentation af prototyper Efterfølgende fredagsbar</p>	Styregruppe og tovholder + Emil

## INKUBATOR

6. uge / NETVÆRK (7.-11.marts)				
MAN	9-12	Netværk; (Project design model step 6, partners & organization)	Den netværkende iværksætter – fra kaffesnak til virksomhed De gyldne regler indenfor netværk og samarbejder Det strategiske spil med netværk Brugen af online-netværk  <i>Hvem er dine fjender og dine venner? og hvordan man strategisk gør dem til dine samarbejdspartnere?</i>	Abelohne Glahn
	12-13	Opgave	Opgave: Holdopgave: Tegn dit netværk og slå det sammen med resten af deltagerne på en fælles tegning Identificer din viden og ikke-viden/kompetencer Identificer 5 nye du gerne vil i kontakt med og hvorfor (strategisk samarbejde, sparring, åbne døre for dig, branche kendskab mm.) Tag kontakt Find dig en mentor i denne uge (evt. oplæg?) Find online netværk og meld dig ind i dem, der er mest relevante for din virksomhed/projekt og deltag	Malene, netværkmapping
TIRS			idearbejde	
ONS	9-10	Samling	Opsamling	Tovholder + oplæg om Mentorship, person fra Kvinfor
TORS			idearbejde	
FRE	13-16	Præsentation	Feedback Ide til en anden type præsentation: over hvordan de tog kontakt med en ny person, beskriv hvad der skete og reflekter over hvad der skete. WOGN (har sagt ja til at være i feedback-panelet)	Styregruppe og tovholder



## INKUBATOR

Uge 7/ KOMMUNIKATION 1: KREATIV PRISSÆTNING OG FORHANDLING (14.-18. Marts)				
MAN	9-12	Kreativ prissætning og forhandling	<p>Uden salg ingen forretning – vigtigheden af salg og at lytte</p> <p>Dialog og kommunikation er vigtigt – hvordan anskuer man kunden og bygger en relation</p> <p>Relationen (salget) starter før selve salget</p> <p>Prissætning – hvad er din ydelse værd? Og hvad er ydelsen værd for kunden?</p> <p>Hvordan gør du et nej til et ja – forhandlingssituationen</p> <p>Hvordan bliver det sjovt at forhandle</p> <p>Psykologiske effekter ved en forhandling</p> <p>Masser af konkrete eksempler + øvelser + evt. at iscenesætte en forhandlingssituation</p>	Margrete Bak
		Opgave	<p>Opgave:</p> <p>Find ud af hvad du skal tage for dit produkt og herunder find ud af hvad konkurrenterne tager</p> <p>Prøv at forhandle med en kunde eller samarbejdspartner – reflekter over flgn. spørgsmål:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hvordan havde du planlagt forhandlingen?</li> <li>• Hvad skete der? Hvordan gik samtalen, hvilke argumenter kom der på bordet og hvordan tacklede du dem?</li> <li>• Hvilke udviklingsmuligheder lå der i samarbejdet?</li> <li>• Hvordan blev udslaget?</li> <li>• Hvordan vil du gribe en lignende situation an næste gang?</li> </ul>	Tovholder + styregruppe
TIRS			idearbejde	
ONS	9-10	Samling	<p>Opsamling</p> <p>Tale om erfaringer og barrierer og hvordan de kommer videre herfra</p>	Tovholder
TORS			idearbejde	
FRE	13-16	Præsentation	<p>Feedback</p> <p>Styregruppen, deltagerne og tovholder som er med i feedbacken, som er en dialog og refleksion over hvad der skete.</p>	Tovholder + styregruppe

## INKUBATOR

Uge 8/ KOMMUNIKATION 2: KUNDER			(21.-25. Marts)	
MAN	9-12	Kunder	<p>1. Hvem er dine kunder? Kundeidentificering og kundesegmenter: demografi mm. persona.</p> <p>2. Valueproposition for kunden</p> <p>3. Hvordan kommer man i kontakt med dine kunder?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hvor finder du dem, hvordan kommer du i kontakt med dem og hvilket budskab bringer du til dem?</li> </ul> <p>Strategi for hver enkelt kundegruppe.</p> <p>Flere måder – et alternativ til kold kanvas (?) Cases: eller eksempler: Masser af eksempler på nye måder at sælge et produkt eller service på (virale kampagner, street marketing, sociale medier, turde sælge til et andet formål, sælge som accessories, udnyttelsen af internettets muligheder mm.)</p>	Nicolai Seest
		Opgave	<p>1. Identificer dine kundegrupper</p> <p>2. Beskriv dine kundesegmenter: hvad går de op i, hvad betyder noget for dem (pris, kvalitet, design mm.), hvem er de (demografi), hvor befinder de sig - vend disse med din INK buddy og få dem til at identificere hvem du skal snakke med.</p> <p>3. Interview dine kundesegmenter for at blive klogere på dem og modifier din segmentbeskrivelse ud fra din 'insight'</p> <p>4. Læg strategier for hver kundesegment: hvilket produkt vil du sælge dem, hvilken værdi tilfører det dem (værditilførselskemaet) og ideer til hvordan du vil sælge produktet</p> <p>5. Kom frem med en vild markedsføringsplan: målgrupper, kanaler. - idegenerér med din INK buddy omkring forskellige måder at sælge/markedsføre dit produkt på</p> <p>Præsenter dine kunder og hvordan du vil nå dem (markedsføringsplan)</p>	Tovholder
TIRS			idearbejde	
ONS	9-10	Samling	Opsamling + rollemodel	Tovholder + rollemodel?
TORS	9-10	Kreativ morgenmad	Plus idearbejde	

## INKUBATOR

FRE	13-16	Præsentation	Feedback Intern feedback, hvor deltagerne får forskellige roller, som forskellige kunde grupper virksomheden har som målgrupper. Afleveres om formiddagen. Sedler laves og roller til deltagerne uddeles inden feedback runden. Kundegruppe: 1) værdier, 2) det der betyder noget for dem ved køb af et produkt, det skal deltagerne reflektere over inden de går ind i rollen.	Styregruppe og tovholder
-----	-------	--------------	---	--------------------------

## INKUBATOR

9. uge / KOMMUNIKATION 3: BRANDING (28.marts-1.april)				
MAN	9-12	Branding	<p>Introduktion til branding og generelle begreber            Betydning af stærk branding            Betydning af troværdighed            Hvordan udvikler jeg brand messages            Hvordan udvikler man den unikke historie</p> <p>Cases og eksempler: historier fra virksomheder med succesrige og uheldige brands</p>	Svante Lindeburg Kontrapunkt
		Opgave	<p>Opgave:            Kig tilbage til det du lavede i uge 3 og 4, hvad kan du bruge af det til din branding strategi? Hvordan kan dine værdier og dit koncept kommunikeres? Hvilke brandmessages skal din virksomhed brandes på? (Hvilke konkurrenter har du? Hvordan brander de sig og hvordan vil du differentiere dig?)            Udvikl din historie du vil fortælle om din virksomhed.            Få din historie ud til omverden på kreative måder: du bestemmer selv om du vil lave en pressemeddelelse, lave en flyer, tekst til hjemmesiden, videoer, lave en event, lave kold kanvas, komme i radioen, stå på gaden, synge i bussen eller hvad du vil. Vigtigt: find den bedste måde at komme ud til din målgruppe på, få fortalt historien rigtig mange gange og få feedback på denne. (tænk gerne ideerne udfra et budget med uanede midler og ideer udfra et meget begrænset budget).</p>	Tovholder
TIRS			idearbejde	
ONS	9-10	Samling	Opsamling + rollemodel	Tovholder Evt. Caroline Leth?
TORS			idearbejde	
FRE	13-16	Præsentation	Feedbackpanel: Stine Ahrensback, Grafisk facilitering Præsentation af hvad de har gjort og lært	Styregruppe og tovholder og mentorer

## INKUBATOR

Uge 10/ ØKONOMI & FINANSIERING			(4.-8. April)	
MAN	9-12	Økonomi og finansiering (Project design model step 7, organisering & strategi)	<p>Forretningsforståelse Basal forståelse af etablerings + driftsbudget + likviditetsbudget, resultatopgørelse, moms Introduktion til mulige finansieringsmuligheder (fonde, lån, vækstfonden, investorer, offentlige finansieringsmuligheder mm.)</p> <p><i>Hvordan skal jeg bygge min forretning op økonomisk set? Hvem er med/hvordan organiserer jeg virksomheden? Hvad kræver det?</i></p> <p>Brug af cases</p>	KEC
		Opgave	<p>Organisationsdiagram: planlæg din organisations kompetencer og roller Tegn organisationen nu og 2 år frem, hvilke kompetencer er der behov for i hvilke roller og hvem skal det være? Lav etableringsbudget, 2-årigt drifts og likviditetsbudget ud fra skøn Udregn BEP Lav to scenarier (godt og dårligt) Dyk ned i udgifterne og find ud af mere korrekte priser <b>Identificer forskellige kilder til at skaffe dig penge til etableringen</b> Få feedback fra KEC eller anden finansieringsrådgiver</p>	Tovholder
TIRS			idearbejde	
ONS	9-10	Samling	Opsamling + KEC er til stede. Evt. introducere Sarah Sarasvathys fem principper	Tovholder + KEC?
TORS			idearbejde	
FRE	13-16	Præsentation	Feedback på organisationsdiagram og finansieringskilder	Tovholder + styregruppe + KEC?

## INKUBATOR

Uge 11/ STRATEGI OG HANDLINGSPLAN			(11.-15. April)	
MAN	9-12	Strategi (Project design model step 7, organisering & strategi, fortsat)	<p><i>Hvad er strategisk forståelse? Og hvad er strategisk forståelse i en iværksættervirksomhed?</i></p> <p>Introduktion til forskellige strategier: intro til markedsstrategier (strategiske alliancer, salg af prototyper, selskabsformer mm.) og forskellige exit strategier. Herunder risikostyring, handlingsplan mm.</p> <p>Hvilke muligheder ligger der og hvilke konsekvenser vil det have: ejerdrevet virksomhed, iværksættervirksomhed, vækstvirksomhed, freelancevirksomhed mm.</p> <p>Case: Eksempel på succesrige virksomheder, som har valgt forskellige strategier</p>	Future Navigator
		Opgave	<p>Kig tilbage på alt det du har lavet indtil videre, er der sket ændringer med vision, formål, værdier, koncept mm.?</p> <p>Læg en handlingsplan for virksomheden fra nu og min. 2 år frem: skal indeholde overordnede målsætninger og milepæle.</p> <p>Lav en realistisk plan for det næste halve år</p>	Tovholder
TIRS			idearbejde	
ONS	9-10	Samling	Opsamling	Tovholder
TORS			idearbejde	
FRE	13-16	Præsentation	Feedback fra styregruppe	Tovholder + styregruppe

## INKUBATOR

Uge 12/ SELVSTÆNDIGT ARBEJDE			(18.-22. April)	
MAN	12-14	Action Plan (Project design model step 8: The game plan for the project)	Mulighed for frit arbejde i gruppen. Tovholder og styregruppe vil være til stede fra 12-14 for at hjælpe med eventuelle spørgsmål	Tovholder + styregruppe
TIRS			idearbejde	
ONS	9-10	Samling	Opsamling + rollemodel	Tovholder
TORS			idearbejde	
FRE			idearbejde	

## INKUBATOR

Uge 13/ PRÆSENTATION				
TIRS	9-12	Præsentationsteknik	Præsentationsteknik Personlig fremtræden  <i>Hvordan får jeg kort, præcist og overbevisende med hjertet præsenteret min ide?</i>  Eksempler på hvad en god præsentation skal indeholde Case: god præsentation	Michael Lykke, Øverst Oppe
		Opgave	Din/jeres præsentation som skal indeholde: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ideen, formålet, konceptet</li> <li>- Forretningsmodellen: hvordan tjener du penge</li> <li>- Hvem er I, hvad er jeres kompetencer og værdier</li> <li>- Vis jeres prototype og præsenter jeres produkter: hvilke produkter skal du sælge, til hvem og til hvilken pris?</li> <li>- Markedet: hvem er dine konkurrenter, hvordan differentierer du dig?</li> <li>- Kunder og salg: hvem er dine kunder og hvordan vil du nå dem?</li> <li>- Netværk: strategiske samarbejder</li> <li>- Økonomi: investeringer, etablering, drift</li> <li>- Strategi og handlingsplan: hvilke scenarier er der for virksomheden fremover?</li> </ul>	Tovholder
ONS	9-10	Samling	Last minute hjælp fra styregruppe + tovholder	Styregruppe + tovholder
TORS			idearbejde	
FRE	12-16	Præsentation for jury	15 min præsentation + 20 min feedback Jury: styregruppe, tovholder, mentor, Republikrådet Uddeling af diplom og kursusbeskrivelse/bevis	Styregruppe, tovholder, mentor, Republikrådet. Alle der har været involveret er inviteret
	18 -	Fest	Fest om aftenen for deltagerne, (huset) og trænere	Republikken, adv.board, styregruppen, tovholder etc.