



Erasmus+

2019-1-PL01-KA203-065784



**HIGH 5**

# INTEGRATED DESIGN

SET OF PRESENTATIONS  
FOR STUDENTS



2019-1-PL01-KA203-065784

**INTEGRATED DESIGN** - Set of presentations for students (Bulgarian language version)

© High5 Erasmus+ project consortium, 2022

Lodz University of Technology, Poland

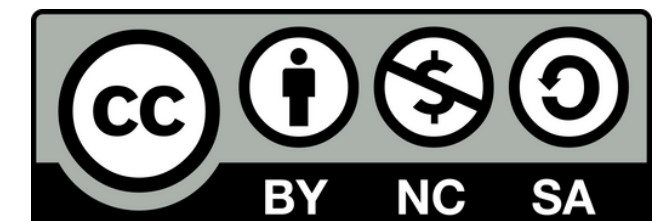
University of Thessaly, Greece

University of Aveiro, Portugal

University of Library Studies and Information Technologies, Bulgaria

Tallinn University, Estonia

This work is licensed under CC BY-NC-SA (<https://creativecommons.org/licenses/by-ncsa/4.0/>). This license allows users to distribute, remix, adapt, and build upon the material in any medium or format for noncommercial purposes only, and only so long as attribution is given to the creator. If you remix, adapt, or build upon the material, you must license the modified material under identical terms.



This project has been co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union.

This publication reflects the views only of the author, the National Agency and European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

**PUBLICATION FREE OF CHARGE**

## TABLE OF CONTENTS

List of presentations in the Bulgarian language:

1. Интегриран дизайн - Трансдисциплинарна методология за интегриран дизайн във висшето образование
2. Интегриран дизайн: ОТКРИЙ
3. Етап Дефинирай
4. ТВОРЧЕСКА ЛИЧНОСТ
5. Изградете, Мозъчна атака: Идейна част от интегрирания дизайн
6. ИЗПЪЛНЕНИЕ - Направете идеята си реална от Етапи и инструменти
7. ЗАЩО ТРЯБВА ДА ГОВОРИМ ЗА УСТОЙЧИВОСТ?
8. Кръгова икономика
9. Предприемач - Agile Management
10. Корпоративна социална отговорност
11. Презентации със силно - въздействие
12. Пиктограми и дизайн мислене или Дизайн мислене и пиктограми



Erasmus+

Project no. 2019-1-PL01-KA203-065784



# Интегриран дизайн

Трансдисциплинарна методология за интегриран дизайн във висшето образование





# Какво е интегриран дизайн?

Моля, помислете за 3 асоциации с този термин.  
Можете да ги запишете.

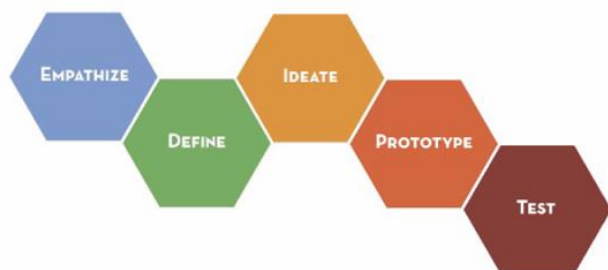


# Интегриран дизайн(ИД)

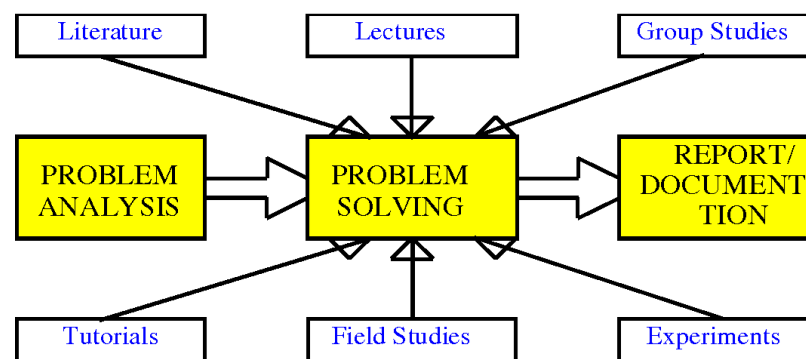
## Какво е интегриран дизайн?

- Това е нова методология, използвана в проекти.
- Методология, базирана на дизайн мислене (DT) и обучение базирано на проблеми (PBL)

d. 



Source: d.school, Stanford University



Source: PBL model at Aalborg University

# Интегриран дизайн

## Какво е интегриран дизайн?

- Проблемите се третираат като предизвикателства.
- Основната цел е да намерите най-доброто решение за вашето предизвикателство.
- Креативността е от съществено значение!
- Устойчивото развитие и аспектите на кръговата икономика са взети предвид в целия процес на проектиране.



Източник: United Nations

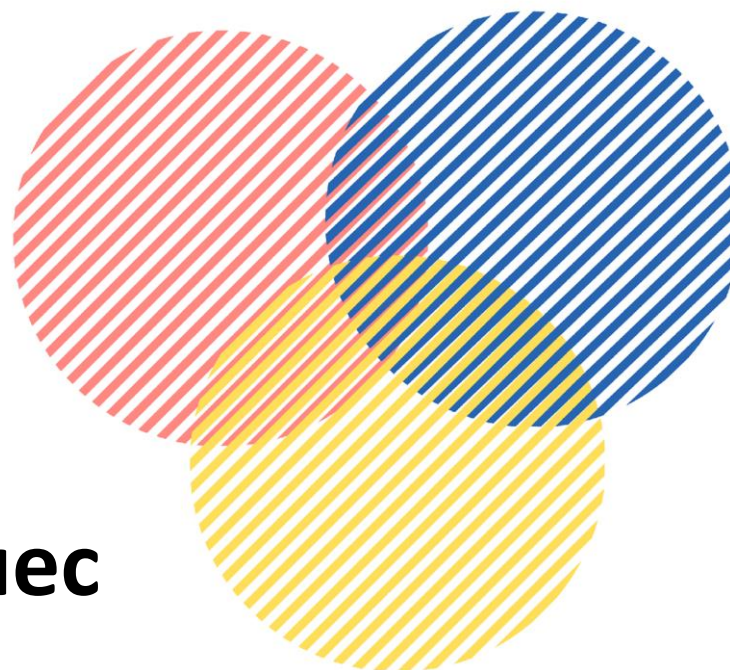


# Интегриран дизайн

метод за задоволяване на нуждите и желанията на хората по технологично осъществим и стратегически жизнеспособен начин

човек

бизнес



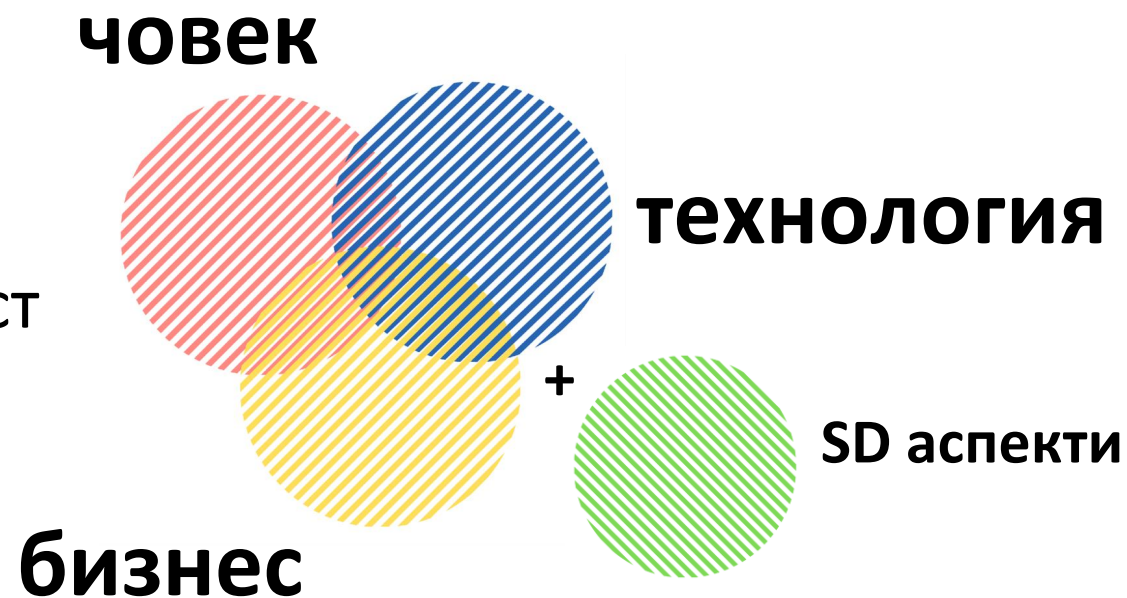
ТЕХНОЛОГИЯ



Source: Own creation

# Интегриран дизайн

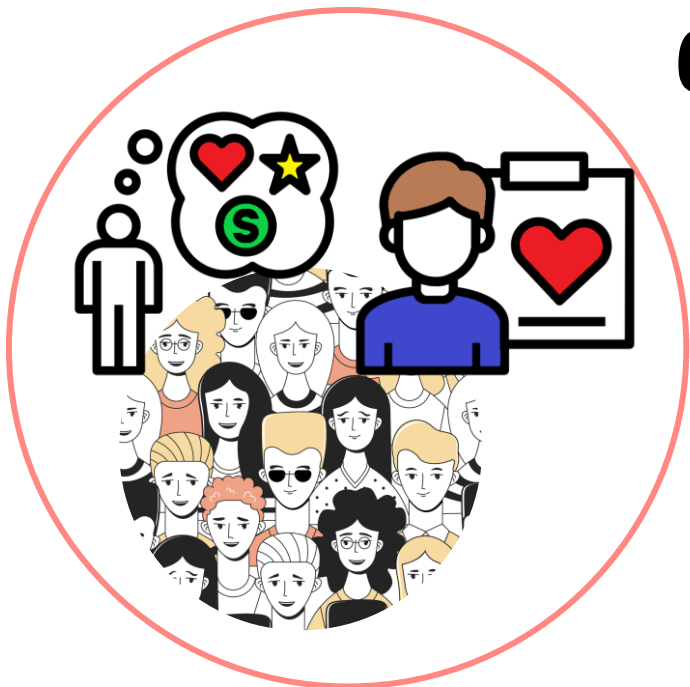
- Метод за задоволяване на нуждите и желанията на хората по технологично осъществим и стратегически жизнеспособен начин.
- Продукти, които не генерират стойност за хората, няма да генерират приходи за бизнеса.



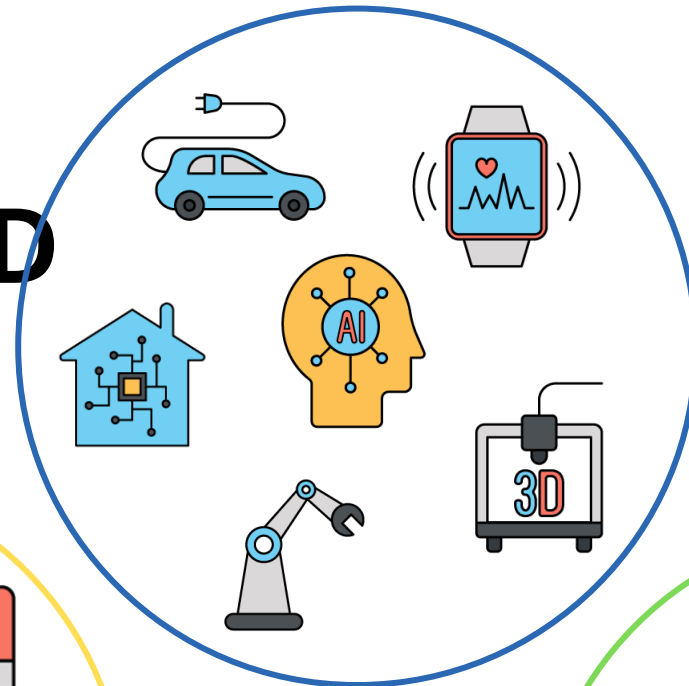
Source: Own creation



# аспекти **Аспекти, включени в ID**



**бизнес**



**технология**

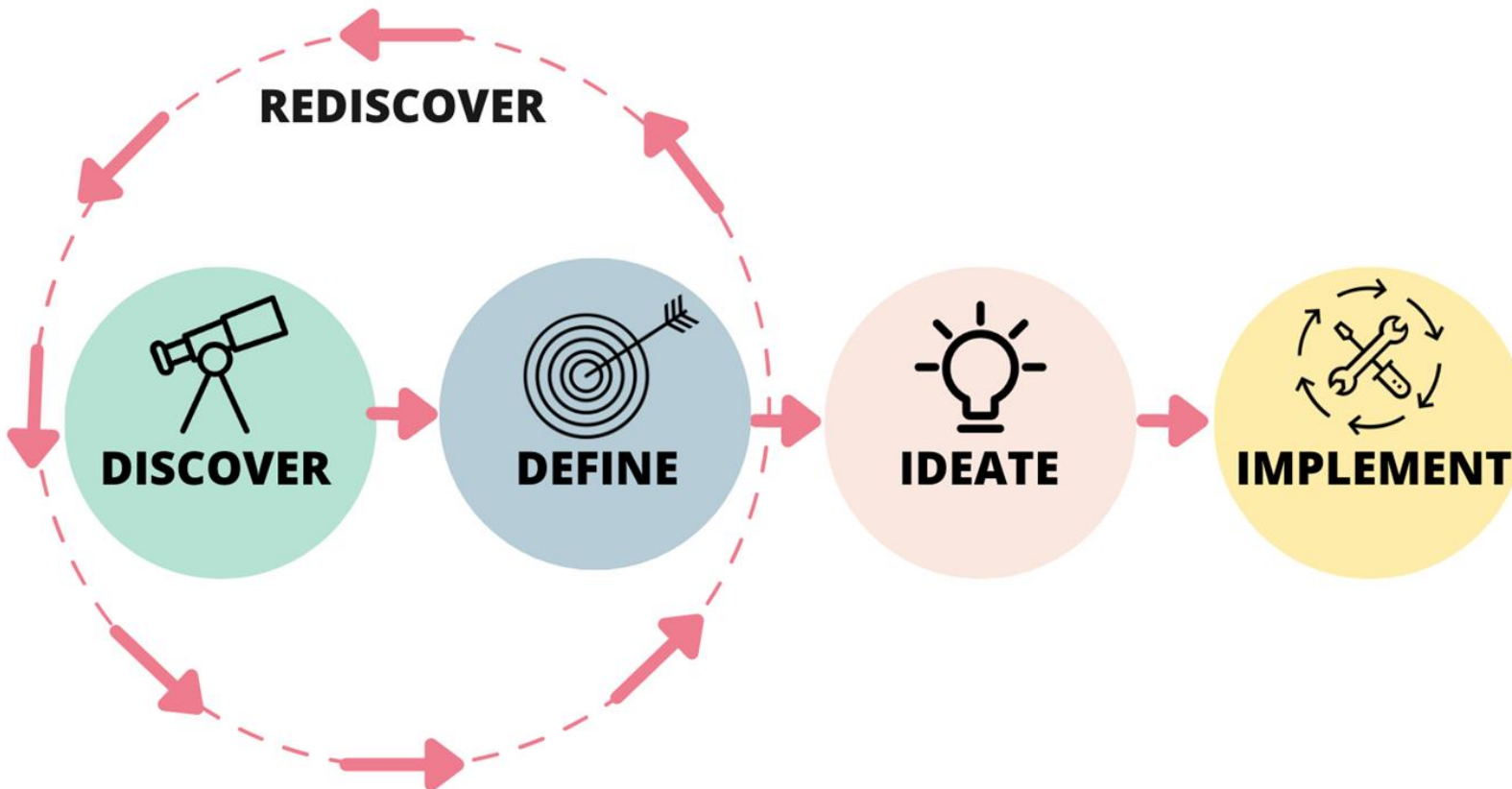


**SD аспекти**



Source: Own creation

# Εтапи на интегрирания дизайн



Интегрираният дизайн се състои от 4 основни етапа:

Открий, Дефинирай, Генерирай идеи и Внедри.

Важна допълнителна стъпка е Преоткрий.

Source: Own creation

# Интегрираният дизайн не е линеен процес

Открий

Дефинирай

Генерирай

Внедри

идеи



Решение

Source: Own creation



# Интегрираният дизайн е итеративен процес



Source: Own creation

# Интегрираният дизайн е итеративен процес

- Итерация – актът на повтаряне на определено действие или процес за постигане на по-добър резултат.
- Проектирането и решаването на проблеми може да се извърши по нелинеен начин. Следователно итерацията позволява да се подобри работата и да се преодолеят неуспехите в подкрепа на идеята – „добре е да се провалиш“.



Source: Own creation

# Интегриран дизайн: ОТКРИЙ

**Фаза Открый** фазата е в началото на процеса на проектиране. Това е дълбоко опознаване на темата.

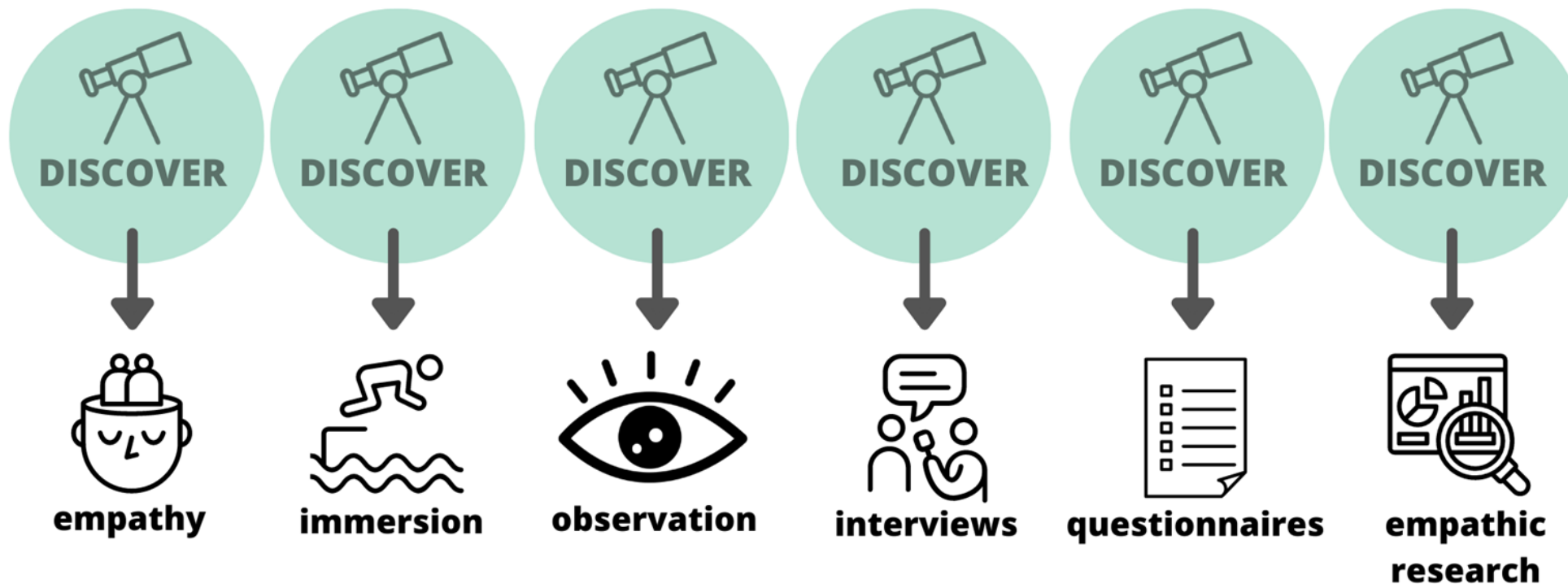
**Етап Открый** може да бъде разделен на следните стъпки

- Разпознаване на тема – вашите асоциации;
- Изследвания в различни източници (Интернет, научни с др.);
- Наблюдения на обкръжението;
- Интервюта с потребители, експерти и др.

По време на етап **Открый** трябва да РАЗШИРИТЕ гледната си точка!



# Интегриран дизайн: ОТКРИЙ



Source: Own creation

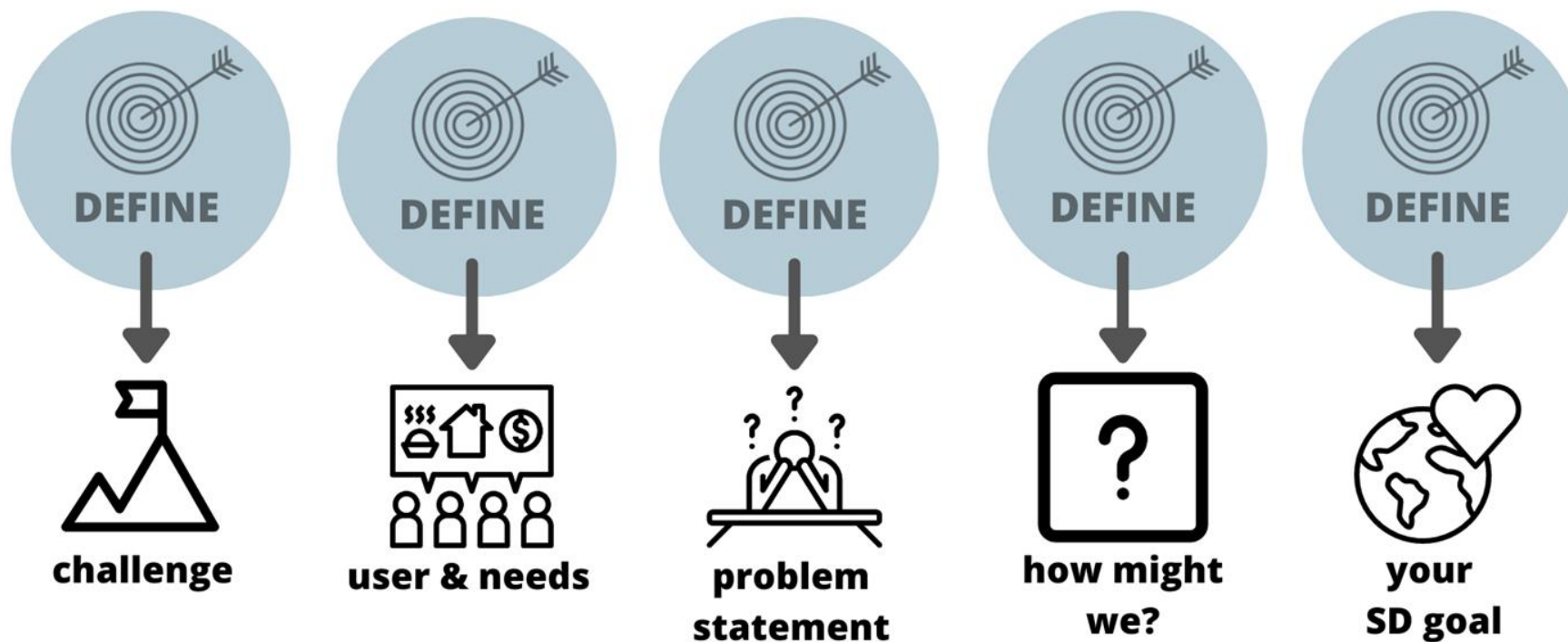
# Интегриран дизайн : Определи

След етапа на Откриване е точен момент за обобщаване на констатациите и финализиране на анализа на данните. Нека дефинираме някои елементи. Какво можете да определите?

- Предизвикателство, с което искате да се изправите в проекта.
- Изявление за проблем, който искате да разрешите по време на проекта.
- Вашите потенциални потребители и техните нужди – за кого ще предоставите решение(а).

SD цели, които са свързани с вашето предизвикателство и/или проблем. Етапът на дефиниране е от решаващо значение, за да продължите по-нататък в процеса на идентификация.

# Интегриран дизайн : Определи



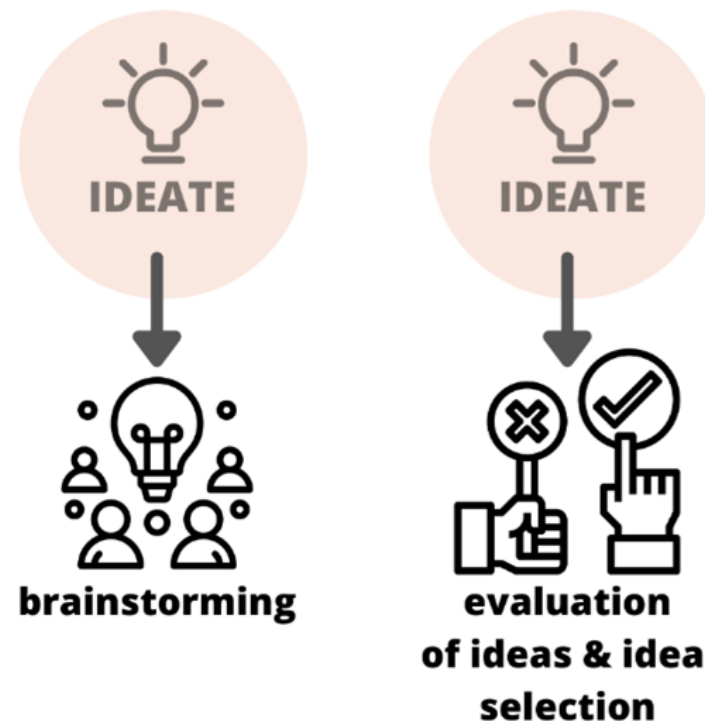
Source: Own creation

# Интегриран дизайн: генерирай идеи



## Генерирай идеи за:

- (1) генериране на идеи  
(има много техники за мозъчна атака)
- (2) оценка на идеите
- (3) избор на идея



Source: Own creation



# Интегриран дизайн: **генерирай идеи**

Какво е важно при мозъчната атака?

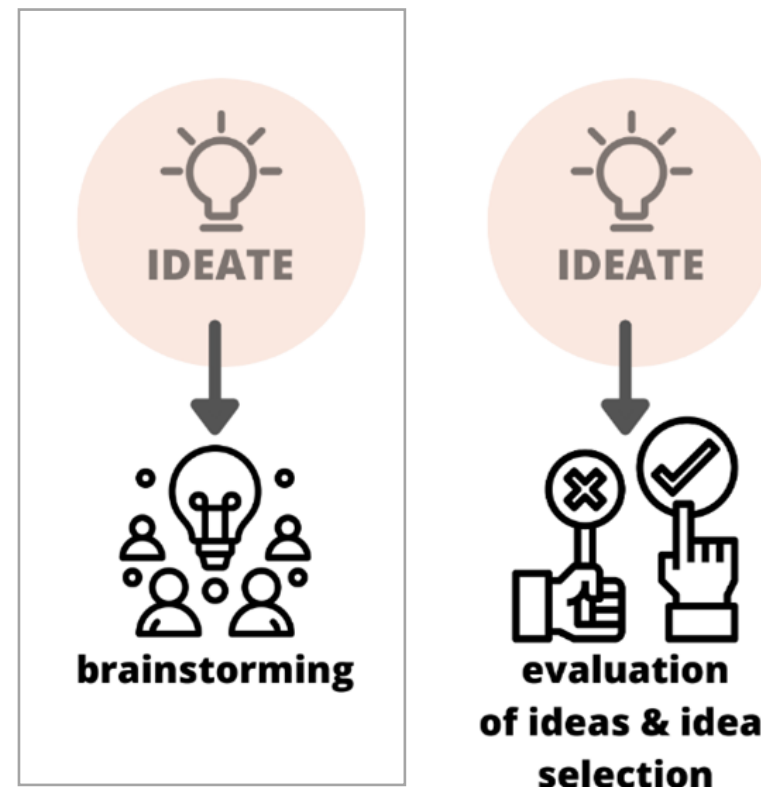
Не съдете!



Мислене извън кутията!

Бъди креативен!

Колкото повече,  
толкова по-добре!



Source: Own creation



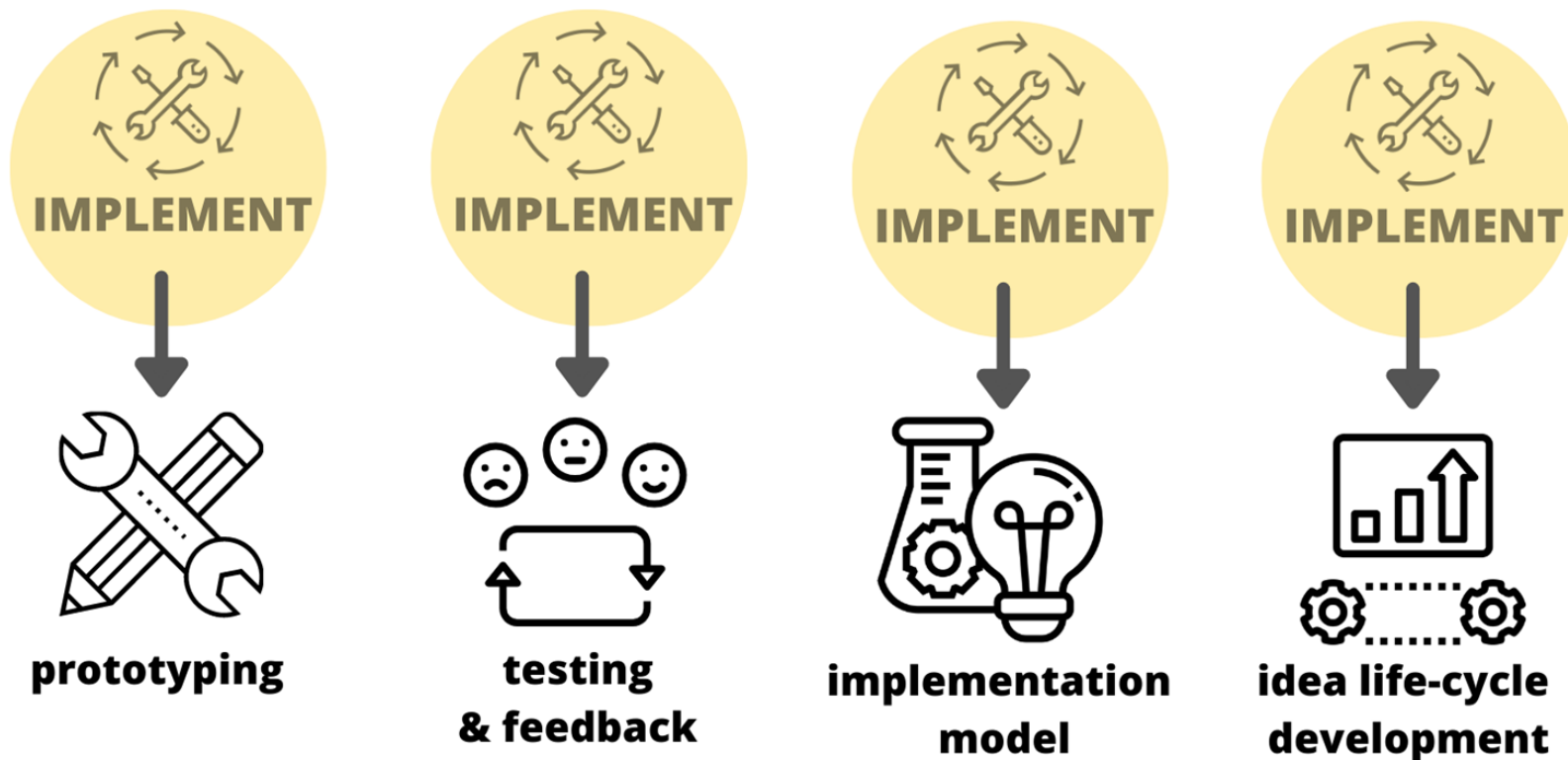
# Интегриран дизайн : ВНЕДРЯВАНЕ

Изпълнението означава да направите идеята си осезаема.

Етапът на внедряване се състои от няколко стъпки:

- Прототипиране на избраната идея.
- Тестване на идеята и събиране на обратна връзка.
- Създаване на модел за внедряване, като целта е внедряване на решението на пазара.
- Развитие на жизнения цикъл на идеята.

# Интегриран дизайн : **ВНЕДРЯВАНЕ**



Source: Own creation

# КРАЙ

This project has been co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union.

This publication reflects the views only of the author, the National Agency and European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

PUBLICATION FREE OF CHARGE



Erasmus+

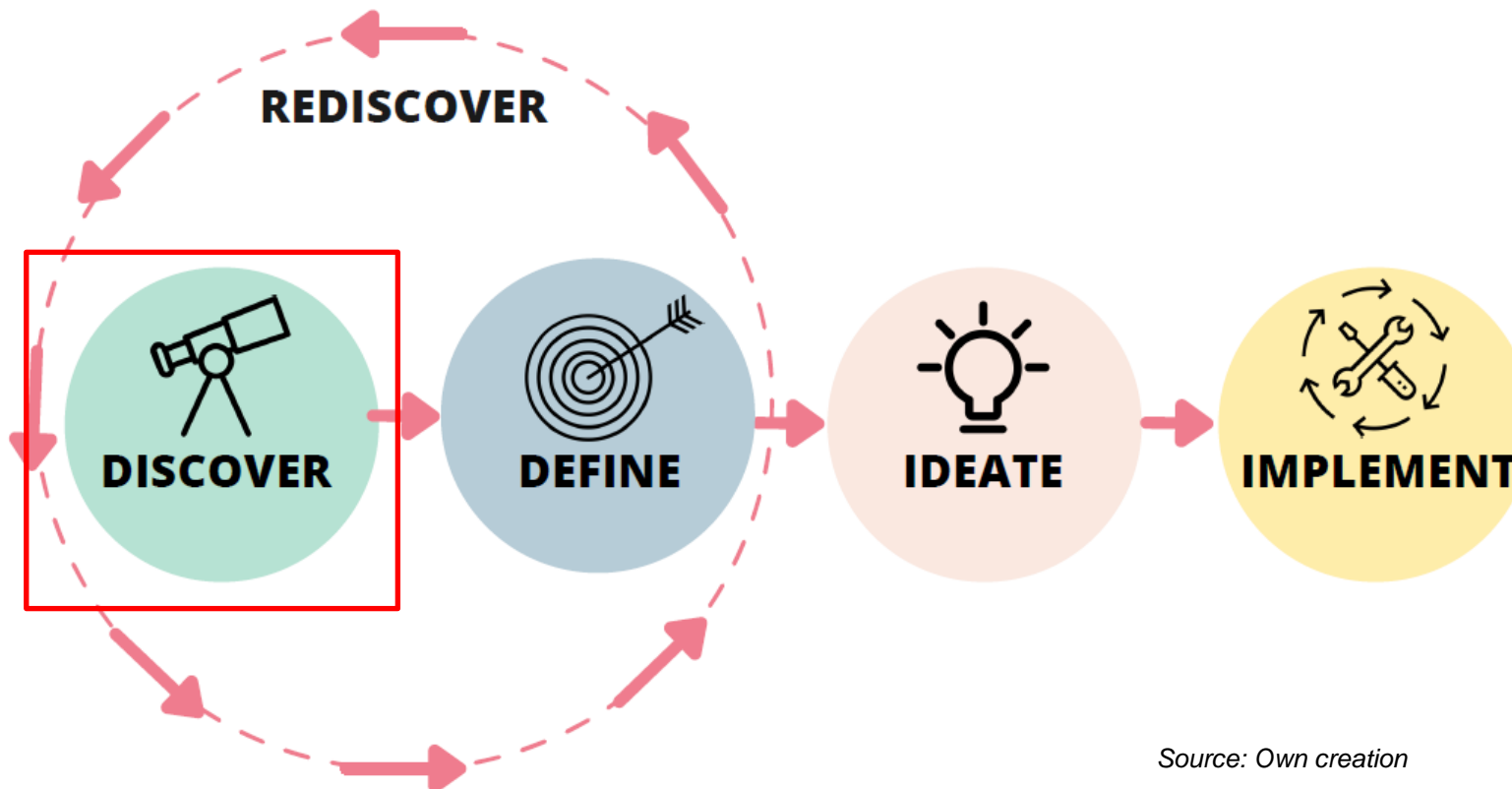
Project no. 2019-1-PL01-KA203-065784



# Интегриран дизайн: ОТКРИЙ

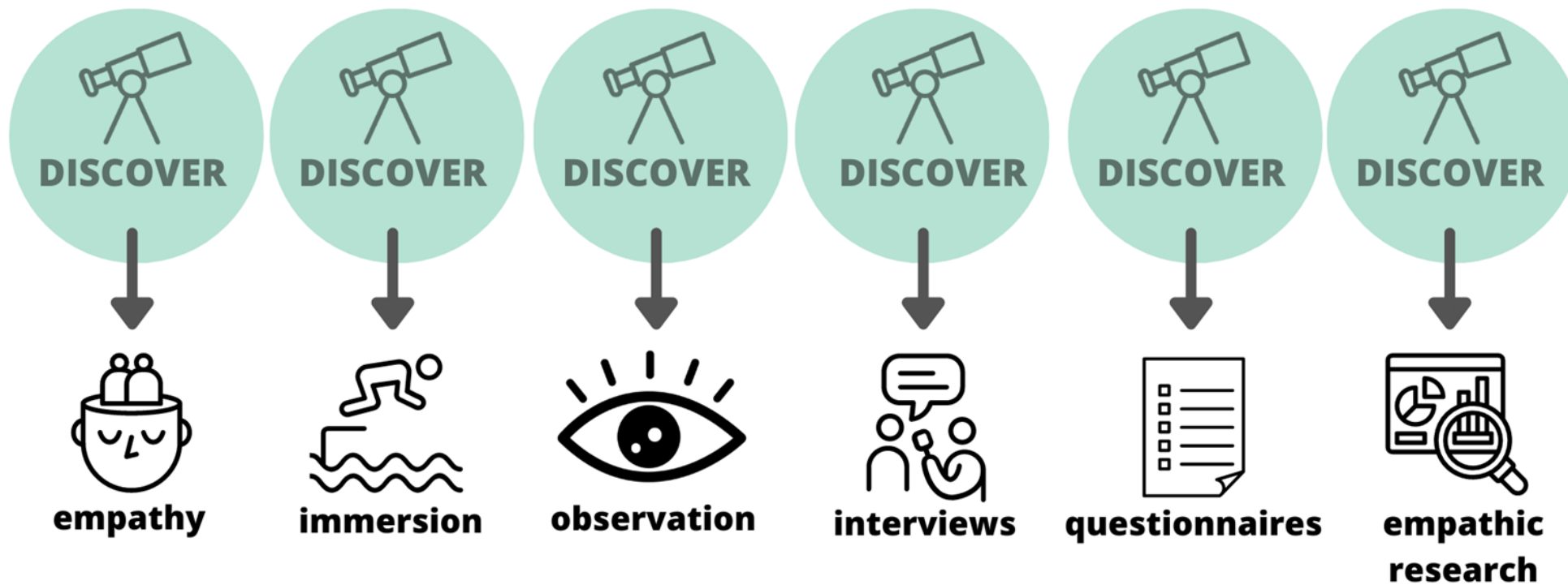


# Πρώτη φάση на интегриран дизайн



Source: Own creation

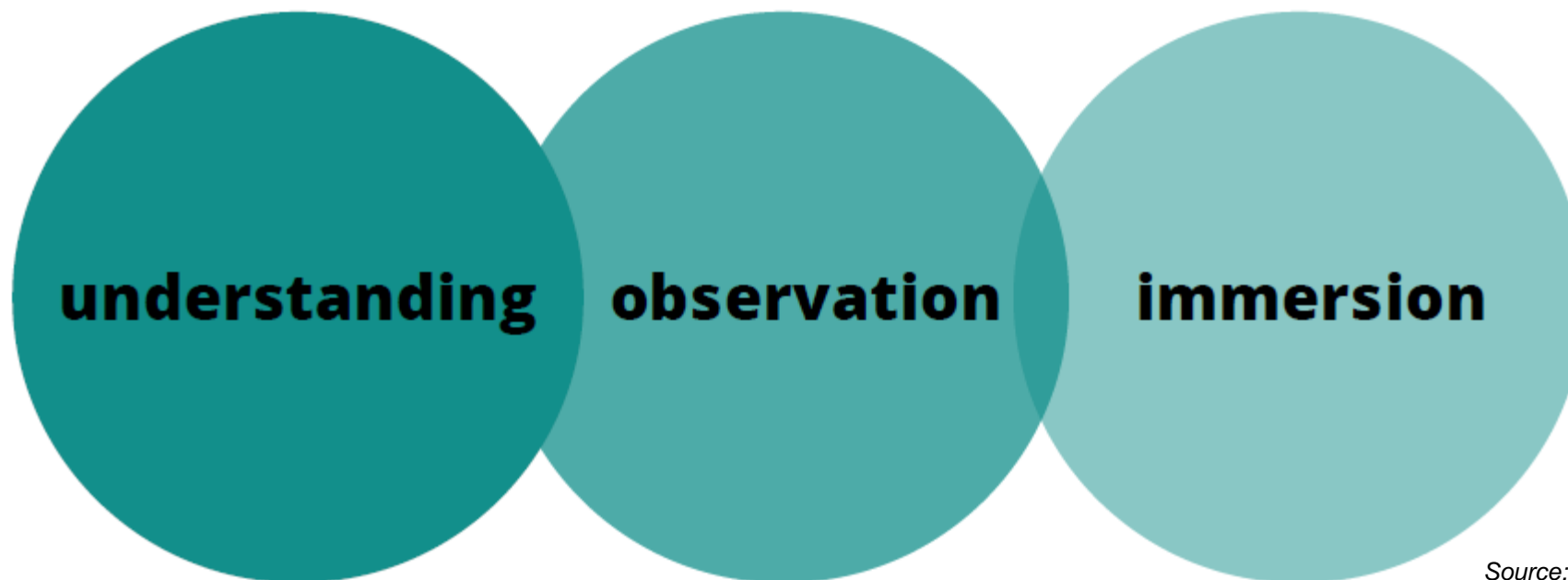
# Открой – инструменты



Source: Own creation

# Разследване и проучване

- Етапът Открий често може да бъде разделен на отделни, но взаимно преплетени стъпки, които са например: разбиране, наблюдение и потапяне.



Source: Own creation

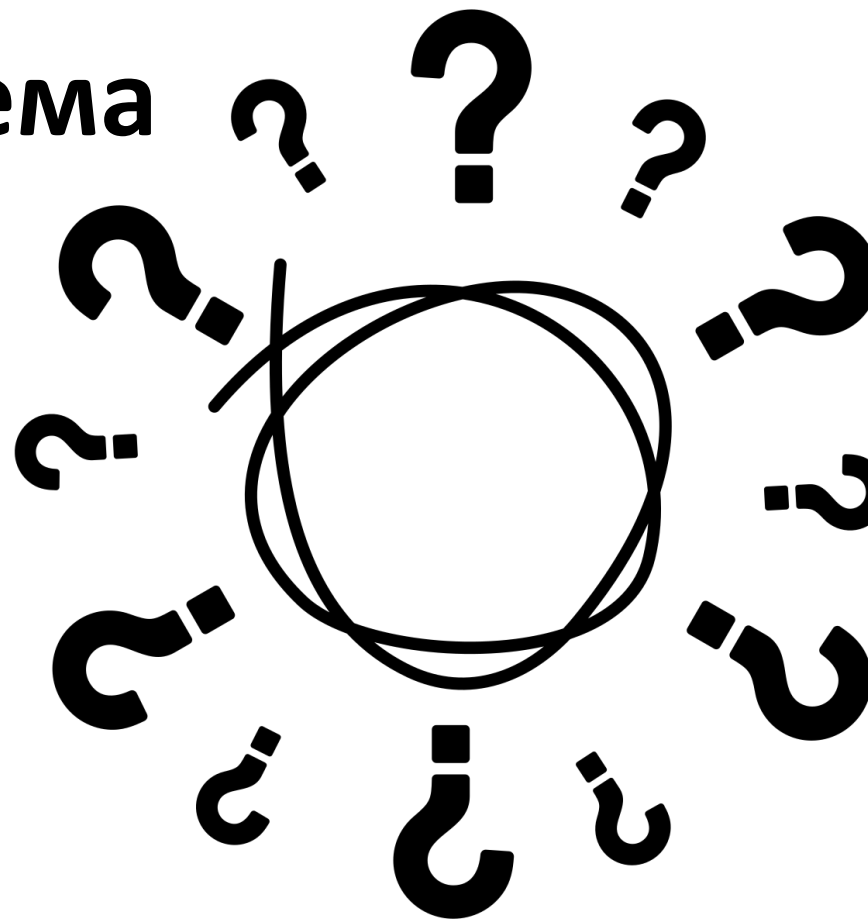
# Разследване и проучване

- Методи: персони (Какво казват, мислят, правят, чувстват?)
- Интервюта (отворени и затворени въпроси, проучвателни или предварително зададени, онлайн или фокус група)
- Въпросници
- Наблюдения
- Потопяне, изследване с участие



# Ποστάνοβκα на προβλέμα

- Уπράжнение за мислене:
- За една минута се опитайте да отговорите на следните въпроси според вашата тема:
- Какъв е проблемът/проблемите?
- Чий е проблема?



# Най-големите екологични проблеми за 2021 г. <sup>HIGH 5</sup>

Лошо управление

Хранителни отпадъци

Загуба на биоразнообразие

Замърсяване с пластмаса

Обезлесяването

Замърсяване на въздуха

Топящи се ледени шапки и покачване  
на морското ниво

Окисляване на океана  
селско стопанство

Несигурност на храните и водата

- Избягване на замърсяването
- Устойчива мобилност
- Зелен туризъм
- Устойчива храна
- Зелено мислене

# Най-големите екологични проблеми за 2021 г. <sup>HIGH 5</sup>

Лошо управление  
Хранителни отпадъци  
Загуба на биоразнообразие  
Замърсяване с пластмаса  
Обезлесяването  
Замърсяване на въздуха  
Топящи се ледени шапки и покачване  
на морското ниво  
Окисляване на океана  
Селско стопанство  
Несигурност на храните и водата

- Избягване на замърсяването
- Устойчива мобилност
- Зелен туризъм
- Устойчива храна
- Зелено мислене

# Най-големите екологични проблеми за 2021 г. <sup>HIGH 5</sup>

Лошо управление  
Хранителни отпадъци  
Загуба на биоразнообразие  
Замърсяване с пластмаса  
Обезлесяването  
Замърсяване на въздуха  
Топящи се ледени шапки и покачване  
на морското ниво  
Окисляване на океана  
Селско стопанство  
Несигурност на храните и водата

- Избягване на замърсяването
- Устойчива мобилност
- Зелен туризъм
- Устойчива храна
- Зелено мислене

# Най-големите екологични проблеми за 2021 г. <sup>HIGH 5</sup>

Лошо управление

Хранителни отпадъци

Загуба на биоразнообразие

Замърсяване с пластмаса

Обезлесяването

Замърсяване на въздуха

Топящи се ледени шапки и покачване

на морското ниво

Окисляване на океана

Селско стопанство

Несигурност на храните и вълата

- Избягване на замърсяването
- Устойчива мобилност
- Зелен туризъм
- Устойчива храна
- Зелено мислене

# Най-големите екологични проблеми за 2021 г. <sup>HIGH 5</sup>

Лошо управление  
Хранителни отпадъци  
Загуба на биоразнообразие  
Замърсяване с пластмаса  
Обезлесяването  
Замърсяване на въздуха  
Топящи се ледени шапки и покачване  
на морското ниво  
Окисляване на океана  
Селско стопанство  
Несигурност на храните и водата

- Избягване на замърсяването
- Устойчива мобилност
- Зелен туризъм
- Устойчива храна
- Зелено мислене

# ЦЕЛИ за Устойчиво развитие



<https://www.hiltonfoundation.org/sdgs>

# ЦУР карти

- ЦУР карти съдържат повече от 200 въпроса, свързани с четирите измерения - социално, миpогледно, екологично, икономическо - цялостен системен подход към устойчивостта за съвместно идентифициране на действия и решения, насочени към прилагане на глобалните цели по начини, които са подходящи за техния живот и техните общности.



# Допълнителна информация за ЦУР

- Преглед на индикаторите, включително метаданните и обясненията - <https://unstats.un.org/sdgs/indicators/database/> и [https://unstats.un.org/sdgs/indicators/Global%20Indicator%20Framework%20after%202020%20review\\_Eng.pdf](https://unstats.un.org/sdgs/indicators/Global%20Indicator%20Framework%20after%202020%20review_Eng.pdf)
- Профили на държави - <https://country-profiles.unstatshub.org/>
- Каталог с данни на ООН - <http://www.sdg.org/#>
- Ръководство за докладване на ООН, GRI и PwC - [https://www.globalreporting.org/resource/library/GRI\\_UNGC\\_Business-Reporting-on-SDGs\\_Analysis-of-Goals-and-Targets.pdf](https://www.globalreporting.org/resource/library/GRI_UNGC_Business-Reporting-on-SDGs_Analysis-of-Goals-and-Targets.pdf)
- Преглед на свързаните с ЦУР глобални данни - <https://sdg-tracker.org/>
- Доклад за ЦУР 2019 - <https://www.sustainabledevelopment.report/>
- Резултати от доброволен национален преглед - [https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/26136Estonia\\_Main\\_messages\\_VNR\\_Estonia\\_2020\\_700.pdf](https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/26136Estonia_Main_messages_VNR_Estonia_2020_700.pdf)
- Специфичен инструмент за Естония - <https://tamm.stat.ee/>

# Практическа дейност

1. Всеки отбор ще получи куп ЦУР карти
2. Разгледайте флашкартите и решете кои ЦУР са най-подходящи за вашата тема (5 мин.)
3. Има една допълнителна ЦУР карта, върнете я
4. Всеки един от вас ще избере една ЦУР карта
5. Работете по темата с вашия екип и свържете ЦУР картата към нея

# Домашно

- Осигурете възможно най-добрите отговори/решения, свързани с темата на вашия екип, на въпросите на ЦУР картата.
- Всеки член на екипа ще представи как вашата тема е свързана с вашата ЦУР карта в рамките на 1 минута

# КРАЙ

This project has been co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union.

This publication reflects the views only of the author, the National Agency and European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

PUBLICATION FREE OF CHARGE



Erasmus+

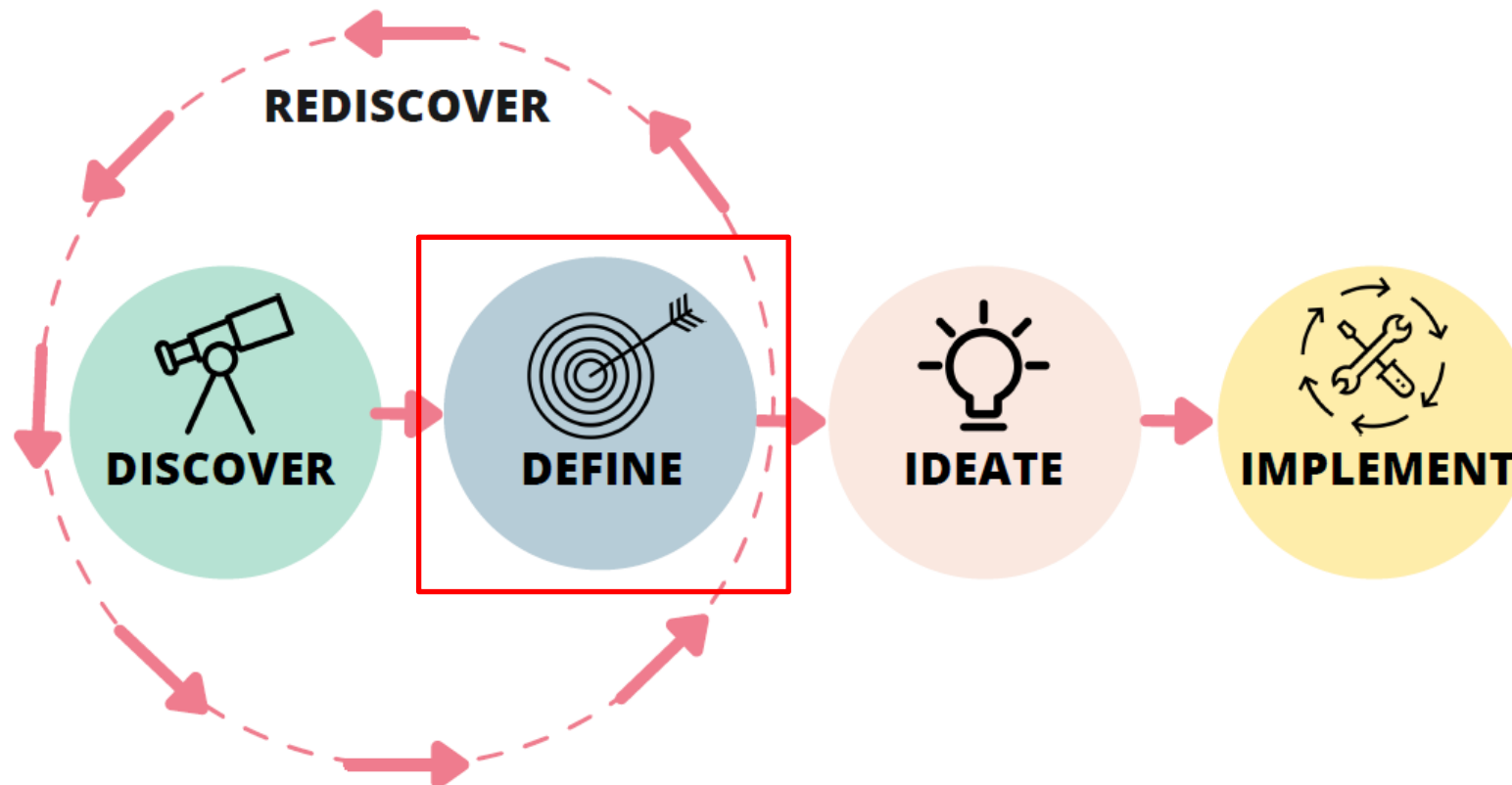
Project no. 2019-1-PL01-KA203-065784



# Εταπ Дефинирай



# Βτο`ρα φάσα

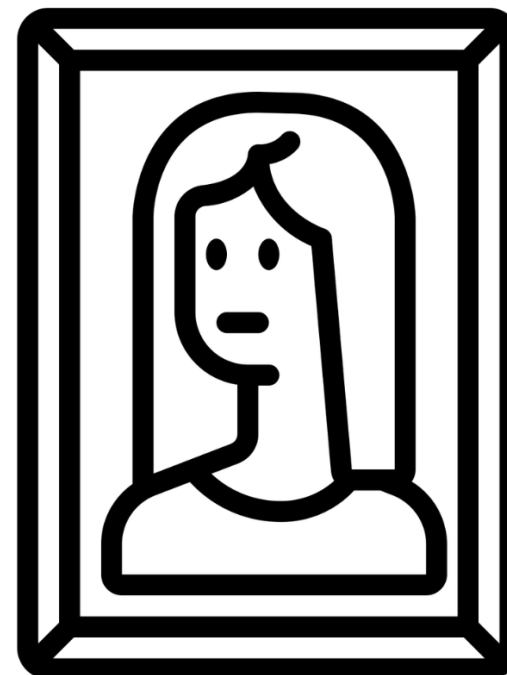


# Εταπ Дефинирай

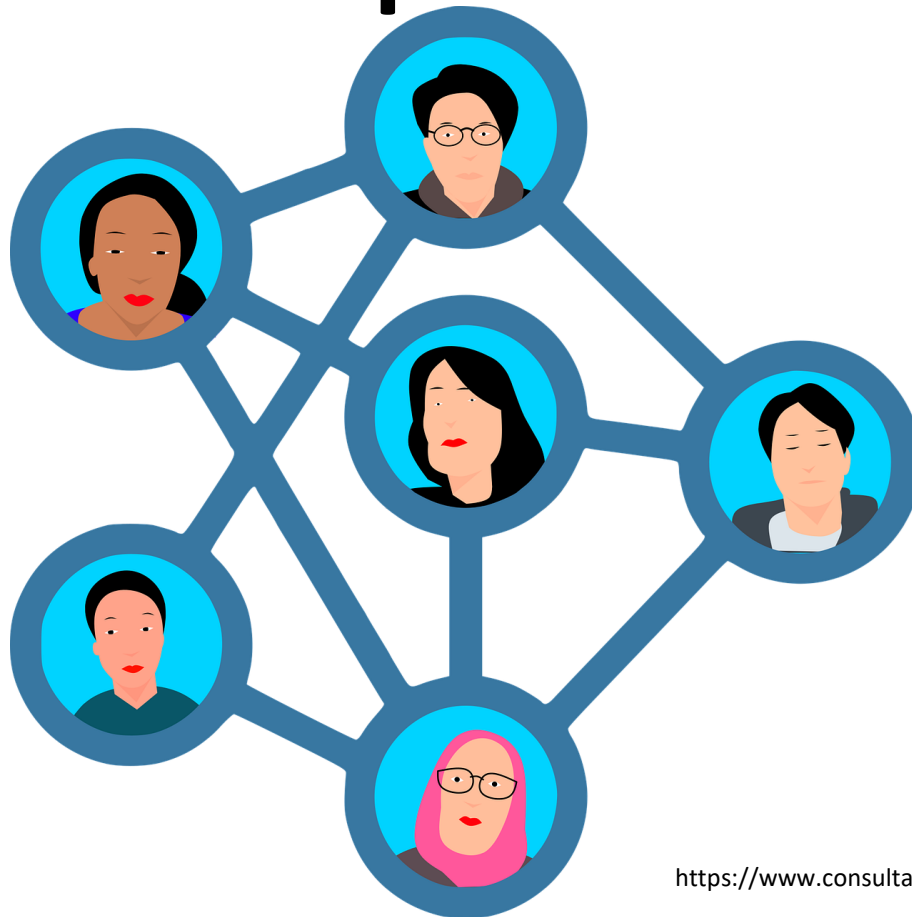
Ραμκιране на проблема

Οпределете:

- Потребител
- Предизвикателство/ Проблем
- Нуждите на потребителя
- SD цел(и)
- Προзрения



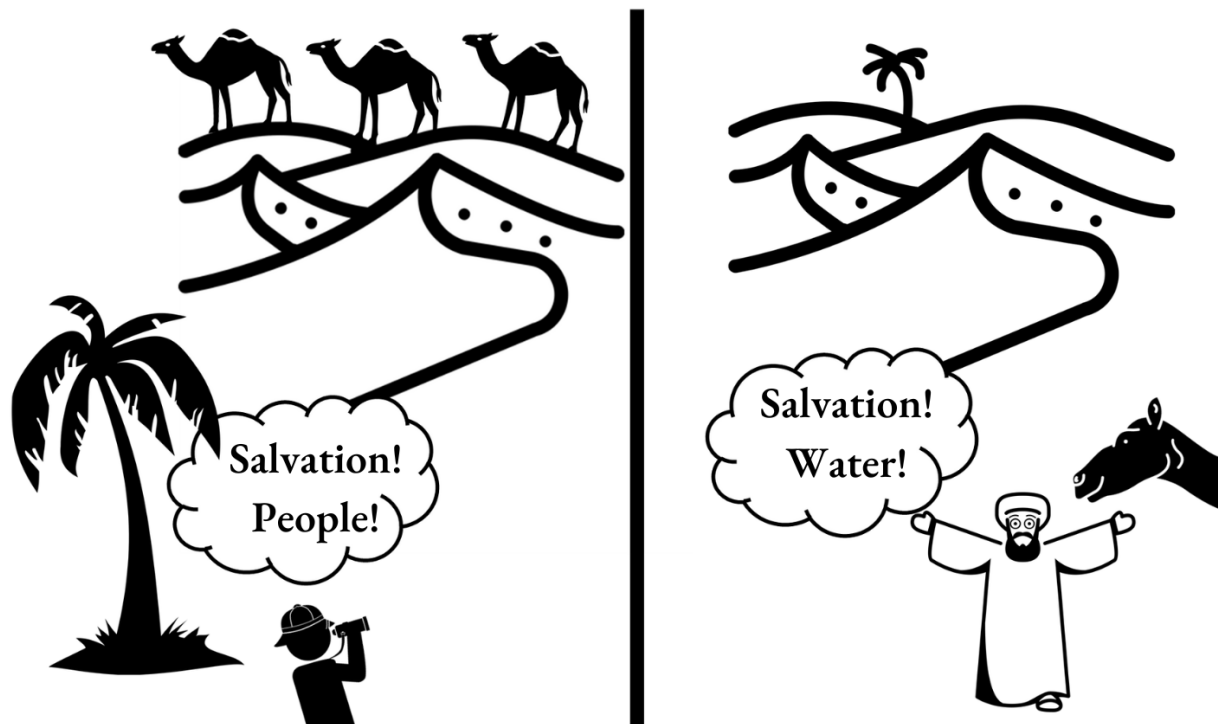
# Заинтересовани страни



<https://www.consultationinstitute.org/its-global-community-engagement-day/>



# Концепцията за ПОВ



Source: Own creation

# Ограничения

- Околна среда
- Време
- Място
- Култура

# КРАЙ

This project has been co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union.

This publication reflects the views only of the author, the National Agency and European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

PUBLICATION FREE OF CHARGE



Erasmus+

Project no. 2019-1-PL01-KA203-065784



# ТВОРЧЕСКА ЛИЧНОСТ

Изградете подробна картина на вашия ПОТРЕБИТЕЛ



# Как да изградим добра представа за личността?



źródło: <https://eri-wi.org/blog/2019/07/31/visual-resume-wow/>

- Съберете и отделете цялата информация за вашата целева група.
- Намерете някои интересни / вдъхновяващи / забавни / поразителни / повтарящи се \* цитати, които сте отбелязали по време на интервюта.
- Визуализирайте личността – първо в главата си, след това намерете картина или нарисуйте лице/тяло.
- Изберете стила на изразяване на вашата творческа личност – напр. мисловна карта, списък, фън-шуй карта, пътна карта, карта на емпатията, история, пътуване ...
- Вземете всичко необходимо от материалите и изградете ЗАЕДНО вашата ТВОРЧЕСКА ЛИЧНОСТ!!!

\* choose one or more 😊



# ТВОРЧЕСКА ЛИЧНОСТ – СПИСЪК

(\* ) Подсказка:  
Състои се от снимка и посочена информация за целевата група, е.г. биометрична информация, личностни характеристики, интереси, цели, ценности, разочарования, страхове, ивазии, предизвикателства и

## Jill Anderson



"I'm looking for a site that will simplify the planning of my business trips."

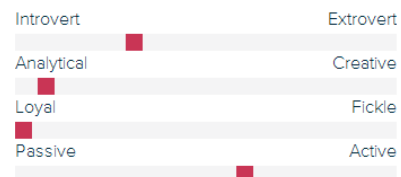
AGE: 35  
WORK: Regional Director  
FAMILY: Married, 1 Child  
LOCATION: Austin, Tx  
ARCHETYPE: The Frequent Flyer



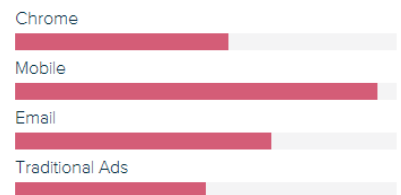
### Bio

Jill is a Regional Director who travels 4-8 times each month for work. She has a specific region in which she travels, and she often visits the same cities and stays at the same hotel. She is frustrated by the fact that no matter how frequently she takes similar trips, she spends hours of her day booking travel. She expects her travel solutions to be as organized as she is.

### Personality



### Preferred Channels



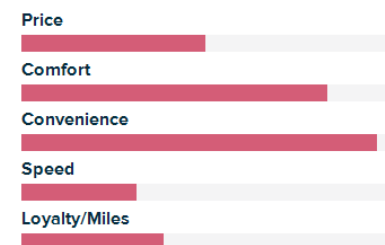
### Goals

- To spend less time booking travel
- To narrow her options quickly

### Frustrations

- Too much time spent booking - she's busy!
- Too many websites visited per trip
- Not terribly tech savvy - doesn't like the process

### Motivations



### Brands



źródło: <https://library.xtensio.com/traveler-persona-example>

# ТВОРЧЕСКА ЛИЧНОСТ – пътешествие/разказ

(\* Подсказка:

Това е начин да се покаже пътя, поет от потребителя като клиент. В тази картина е важно да се създаде верига от зависимости между следните :

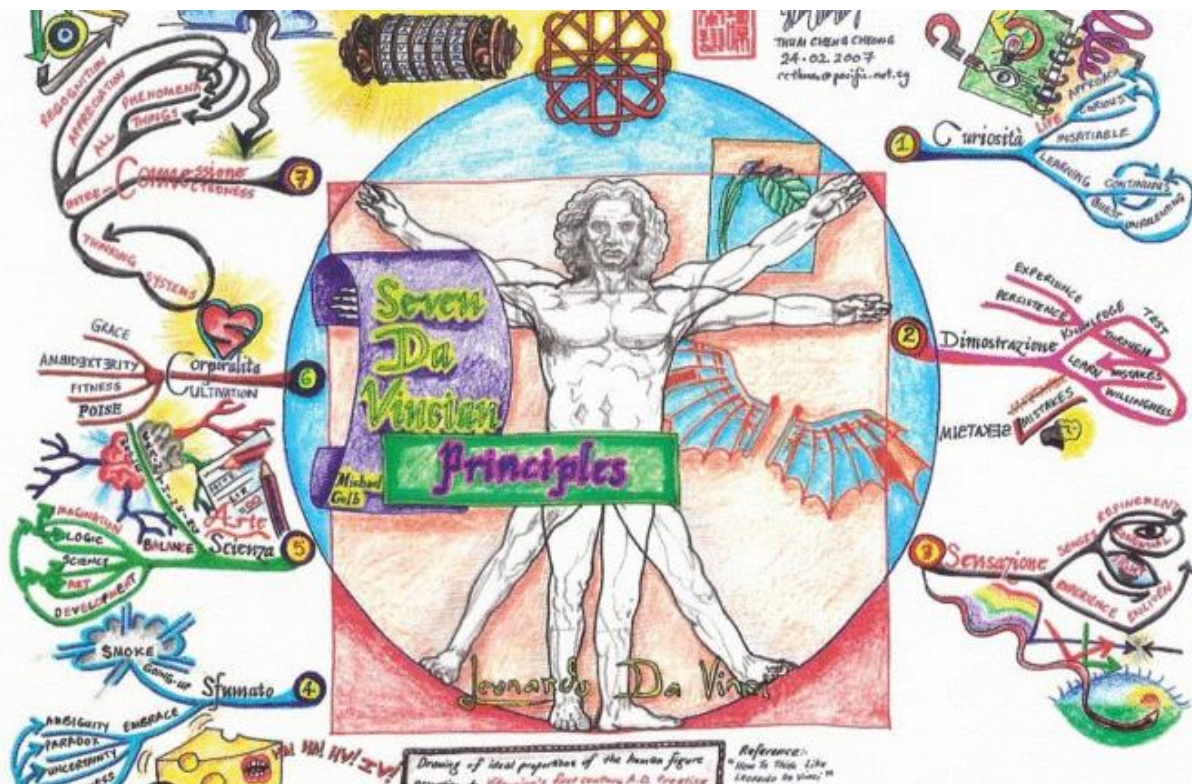
- 1) осъзнаване, 2) изследвания и знания, 3) оценка и разглеждане,
- 4) покупка, 5) препоръка и лоялност.



źródło: <https://www.mageplaza.com/blog/omnichannel-marketing-strategy-optimize-conversions.html>



# ТВОРЧЕСКА ЛИЧНОСТ – мисловна карта



(\* ) Подсказка:  
Създадена е около една концепция – потенциален потребител, нарисуван като изображение в центъра на празна страница, към което се добавят асоциирани представяния на идеи като изображения, думи и части от думи. Основните идеи са свързани директно с централната концепция, а други идеи се разклоняват от тези основни идеи. Клоновете могат да бъдат създадени с помощта на подобни групи като в тип List Persona, но тук информацията е по-визуална.

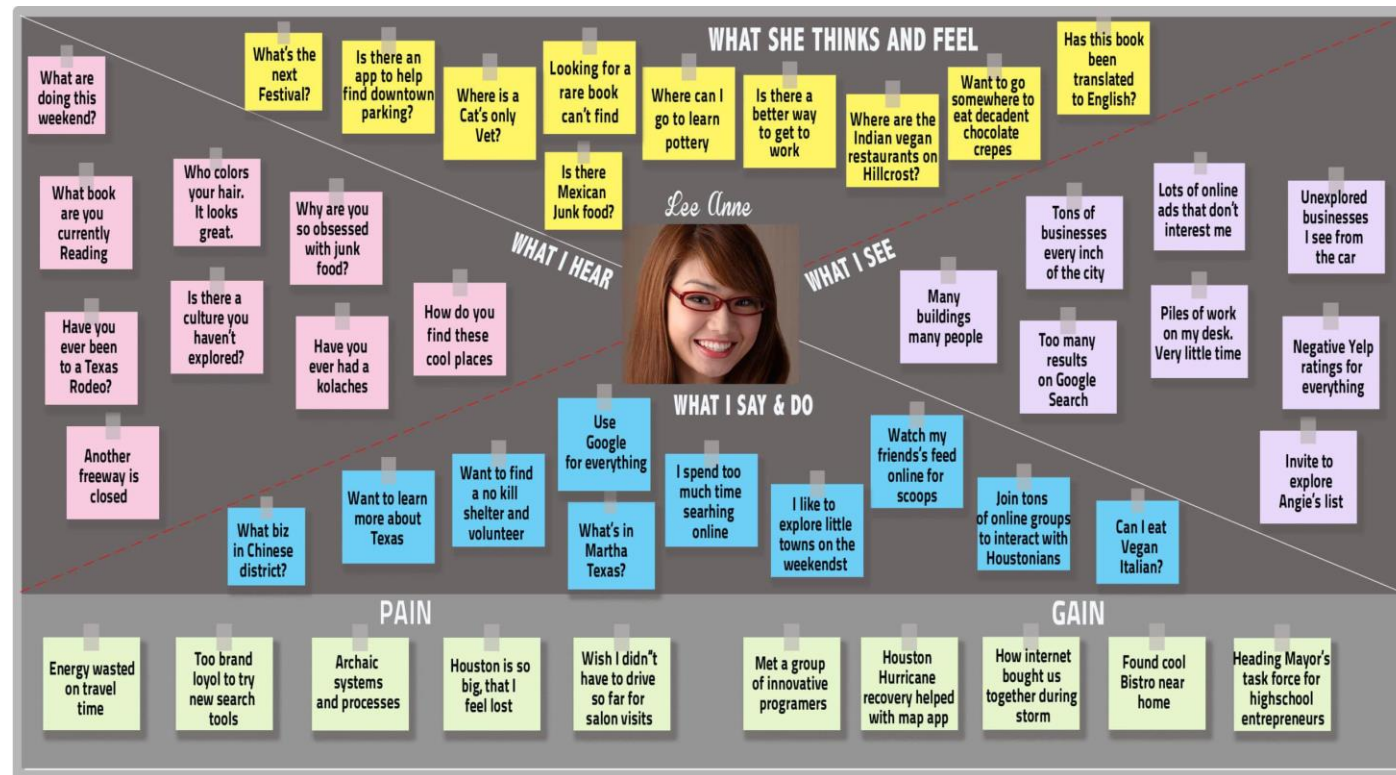
зródló: <https://www.mindmapart.com/da-vinci-mind-map-thum-cheng-cheong/>

# ТВОРЧЕСКА ЛИЧНОСТ – карта на емпатията

(\*) Подсказка:

Предоставя снимка (или чертеж) на Персоната в центъра. Около тази снимка има няколко изброени категории, описващи потребителя :

- 1) действия (как изглежда типичният ден на потребителя?),
- 2) виждайки (каква е средата на потребителя?),
- 3) слух (какво влияе на потребителя?),
- 4) мислене и чувства (какви са надеждите, мечтите, страховете и важните проблеми на потребителя?),
- 5) болки (какви пречки или предизвикателства има потребителят?),
- 6) печалби (какво се надява да постигне потребителят и как може да се измери успеха?).

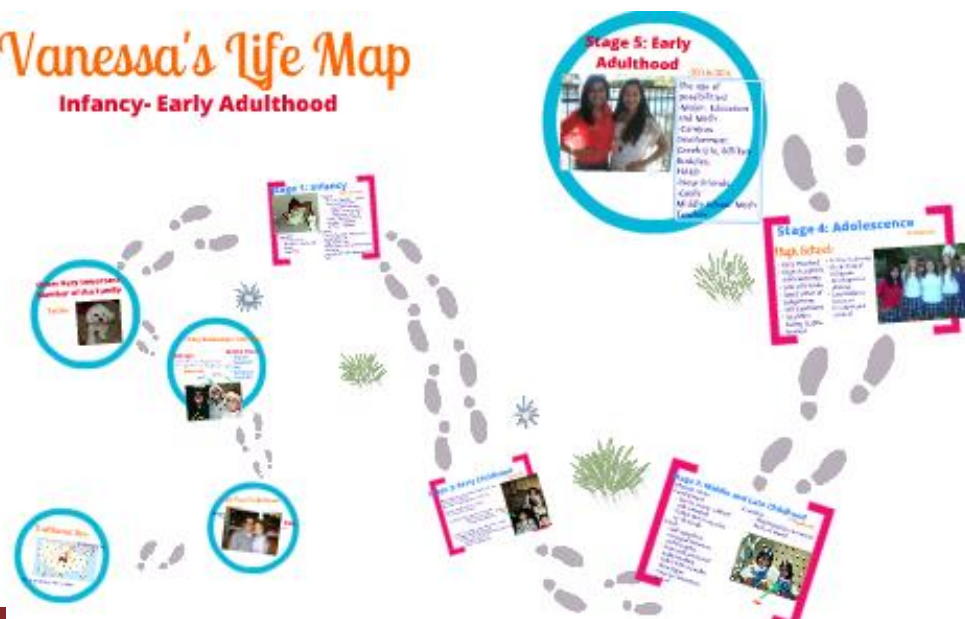


źródło: <https://www.uxpin.com/studio/blog/the-practical-guide-to-empathy-map-creating-a-10-minute-persona/>

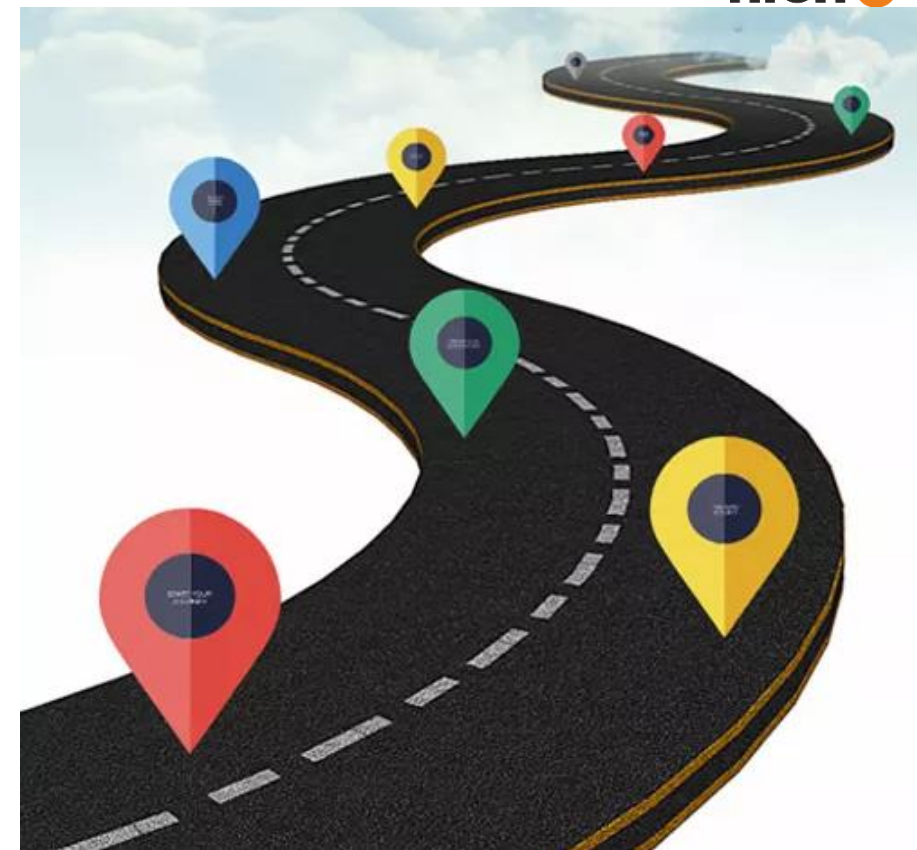


# ТВОРЧЕСКА ЛИЧНОСТ – пътна карта

## Vanessa's Life Map Infancy- Early Adulthood



(\* Подсказка: Той определя напредъка и промяната на потребителя на времевата линия.

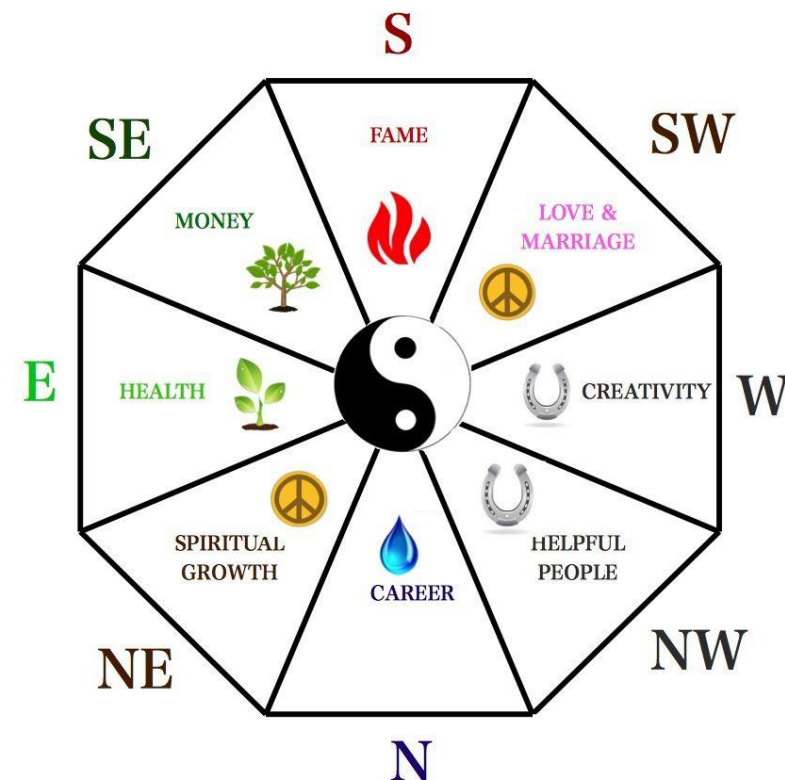


źródło: <https://prezibase.com/roadmap-presentation/>

# ТВОРЧЕСКА ЛИЧНОСТ – Фън Шуи (bagua) карта

(\*) Подсказка:

Това е метод за представяне на важни житейски проблеми на потребителя под формата на кръг или квадрат, поставяйки отново потребителя в центъра. В Bagua Map е много важно конкретното място на няколко сфери на живота в общата картина. Те са както следва: слава - в горната част на потребителя (юг), любов и брак - в горния десен ъгъл (югозапад), творчество и деца - вдясно на потребителя (запад), полезни хора и пътуване - в долния десен ъгъл (северозапад), кариера – в долната част на потребителя (север), знания, саморазвитие и растеж – в долния ляв ъгъл (североизток), здраве и семейство – вляво от потребителя (Изток), богатство и пари – в горния ляв ъгъл (Югоизток).



зródló: <https://www.magicbricks.com/blog/feng-shui-bagua-map/130106.html>

# ТВОРЧЕСКА ЛИЧНОСТ – създайте свои собствени графики и ги покажете!

This project has been co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union.

This publication reflects the views only of the author, the National Agency and European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



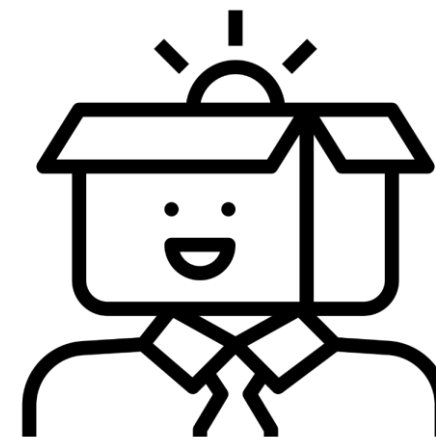
Erasmus+

Project no. 2019-1-PL01-KA203-065784

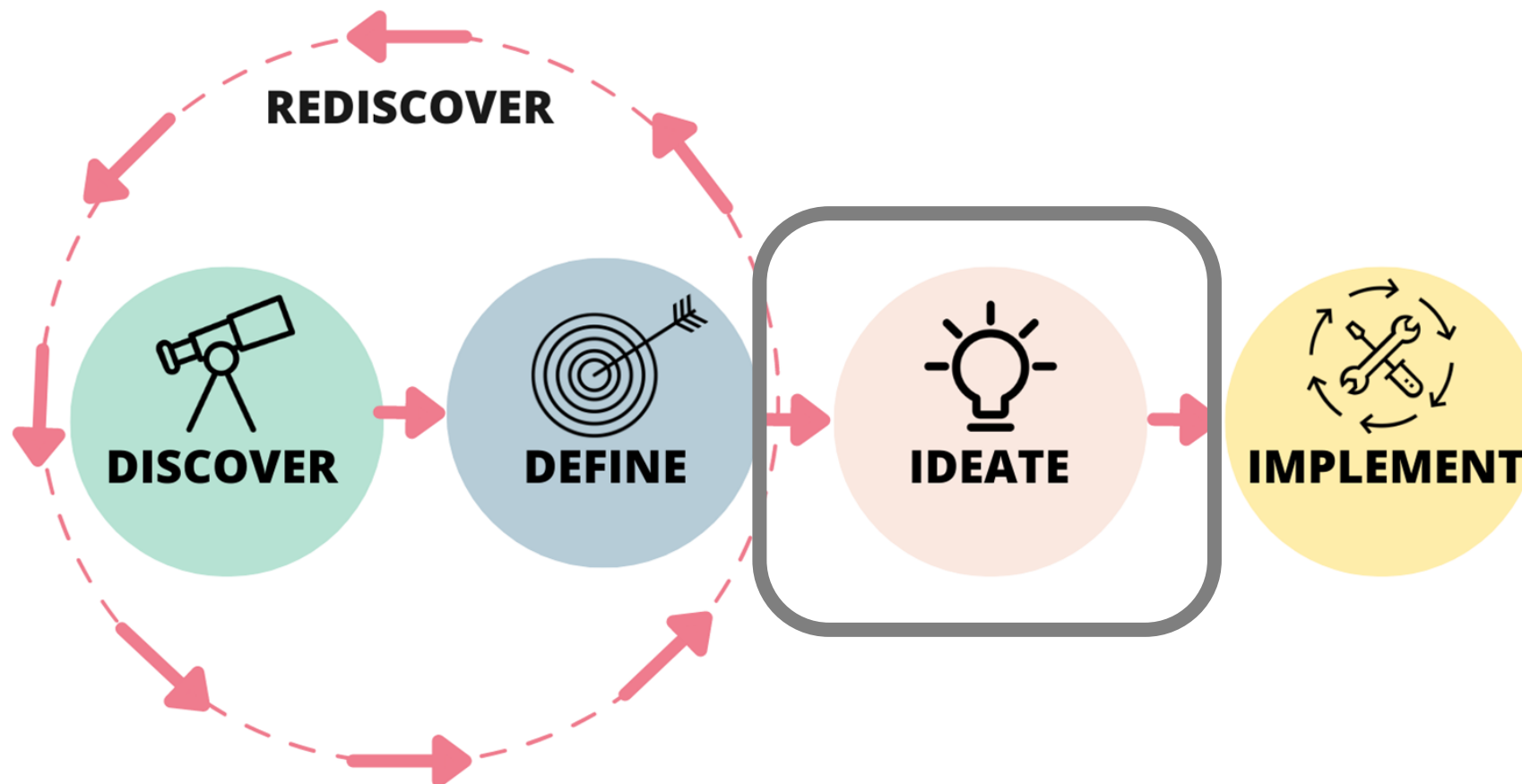


# Мозъчна атака

Идейна част от интегрирания дизайн

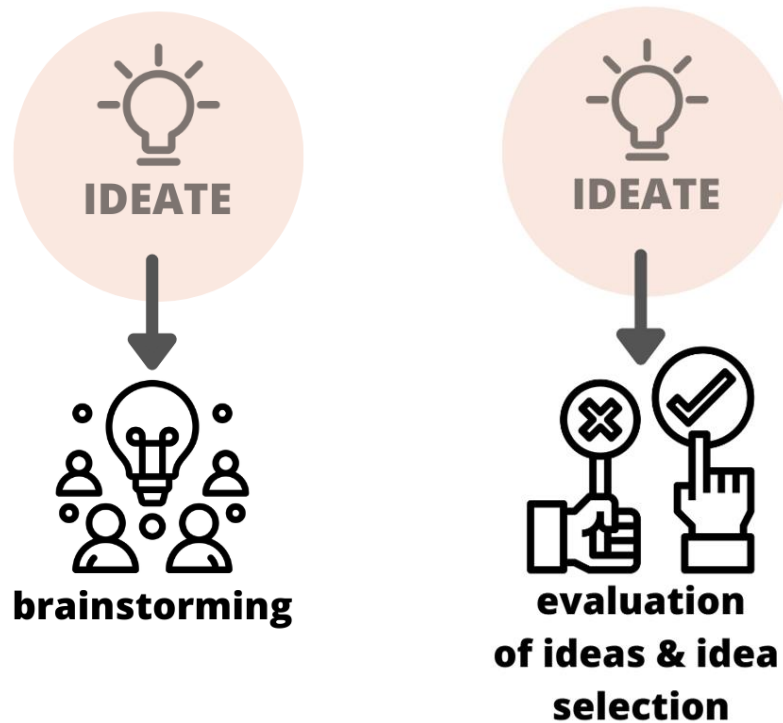


# THE STAGES OF INTEGRATED DESIGN



# Какво се крие под фазата Генерирай идеи?

- ЕТАП 1. ГЕНЕРИРАНЕ НА ИДЕИ
- ЕТАП 2. ОЦЕНКА НА ИДЕИТЕ И ИЗБОР НА ИДЕИ
- ЕТАП 3. СЪХРАНЯВАНЕ НА ДАННИТЕ
- ЕТАП 4. ПРОВЕРКА





# Правила за мозъчна атака

**Никаква критика!**

**Количество > качество**

**Идеите принадлежат на групата**

**Насърчавайте и най-смелите идеи**

**Опитайте се да останете фокусирани  
върху темата**

**Никоя идея не е глупава**

## Защо мозъчна атака?

- Учи да слуша
- Можете да надградите върху идеите на съотборниците си
- Стимулиране на креативността
- Всеки участник има еднаква стойност
- Всяка идея е ценна
- Бърз метод
- Позволява многопосочен подход

# Как да обмисляме и надграждаме идеи

ТЕМА ЗА МОЗЪЧНА  
АТАКА:

Редизайн на  
изживяването във  
фитнеса

Първоначален набор от  
идеи

Trening  
with pets

Additional  
equipment

GYM = BUS

Green  
eating

Fat  
burning

On the  
roof top

# Как да обмисляме и надграждаме идеи

ТЕМА ЗА МОЗЪЧНА  
СТУРМА:

Редизайн на  
изживяването във  
фитнеса

Вторичен набор от идеи

Tires

Mechanic

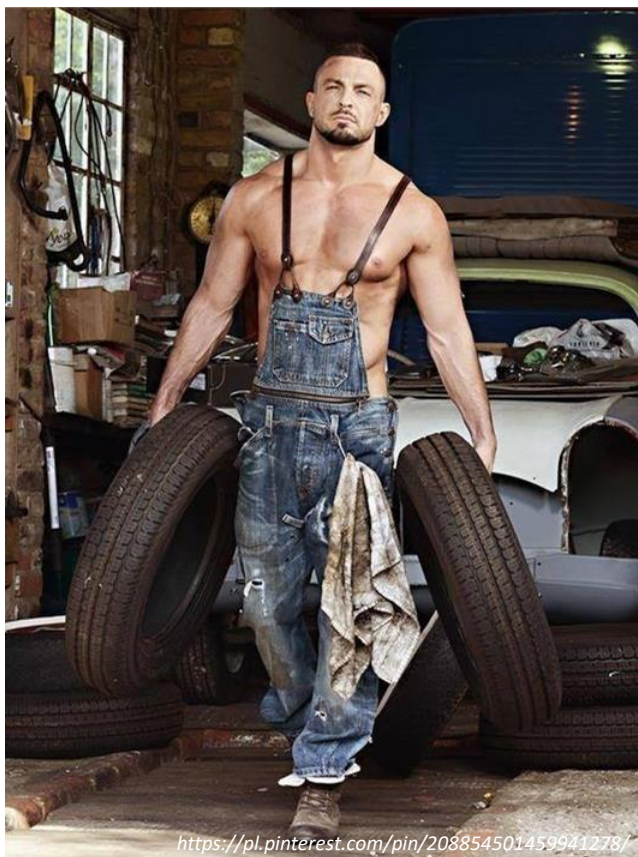
GYM = BUS

Thematic  
workout

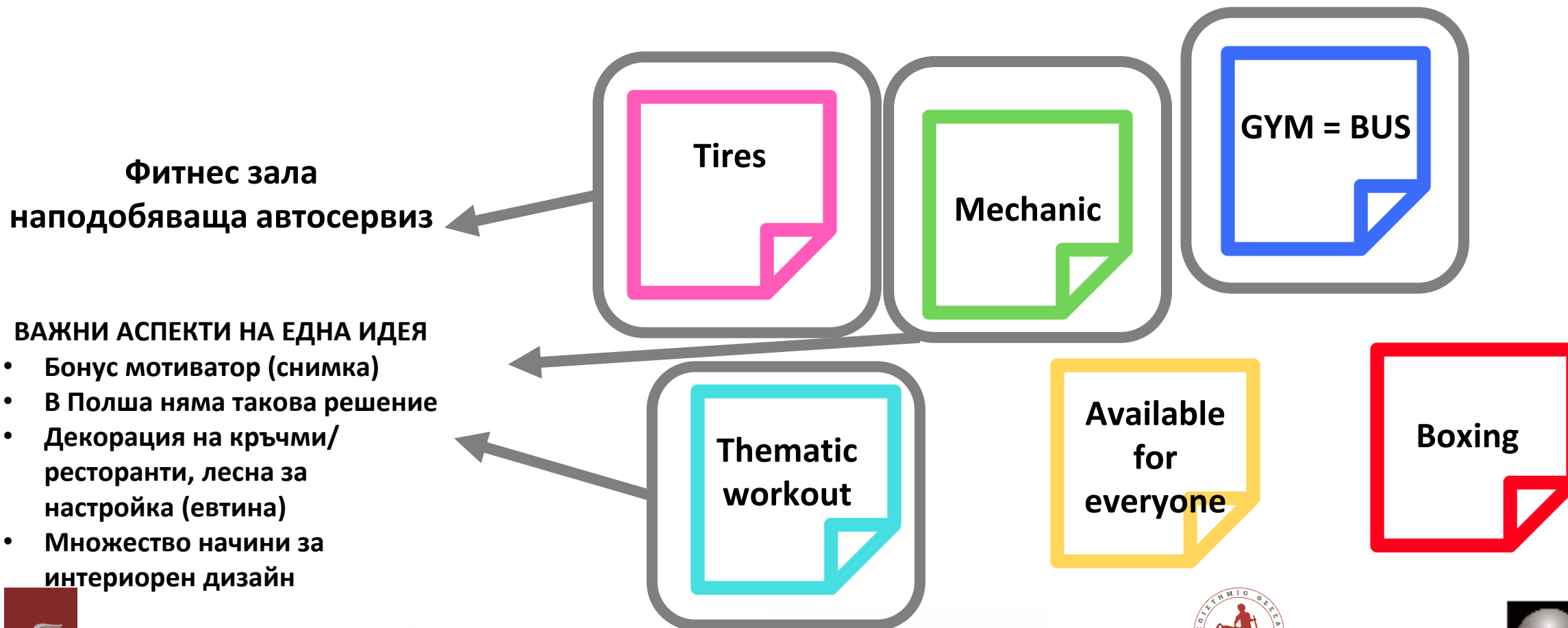
Available  
for  
everyone

Boxing

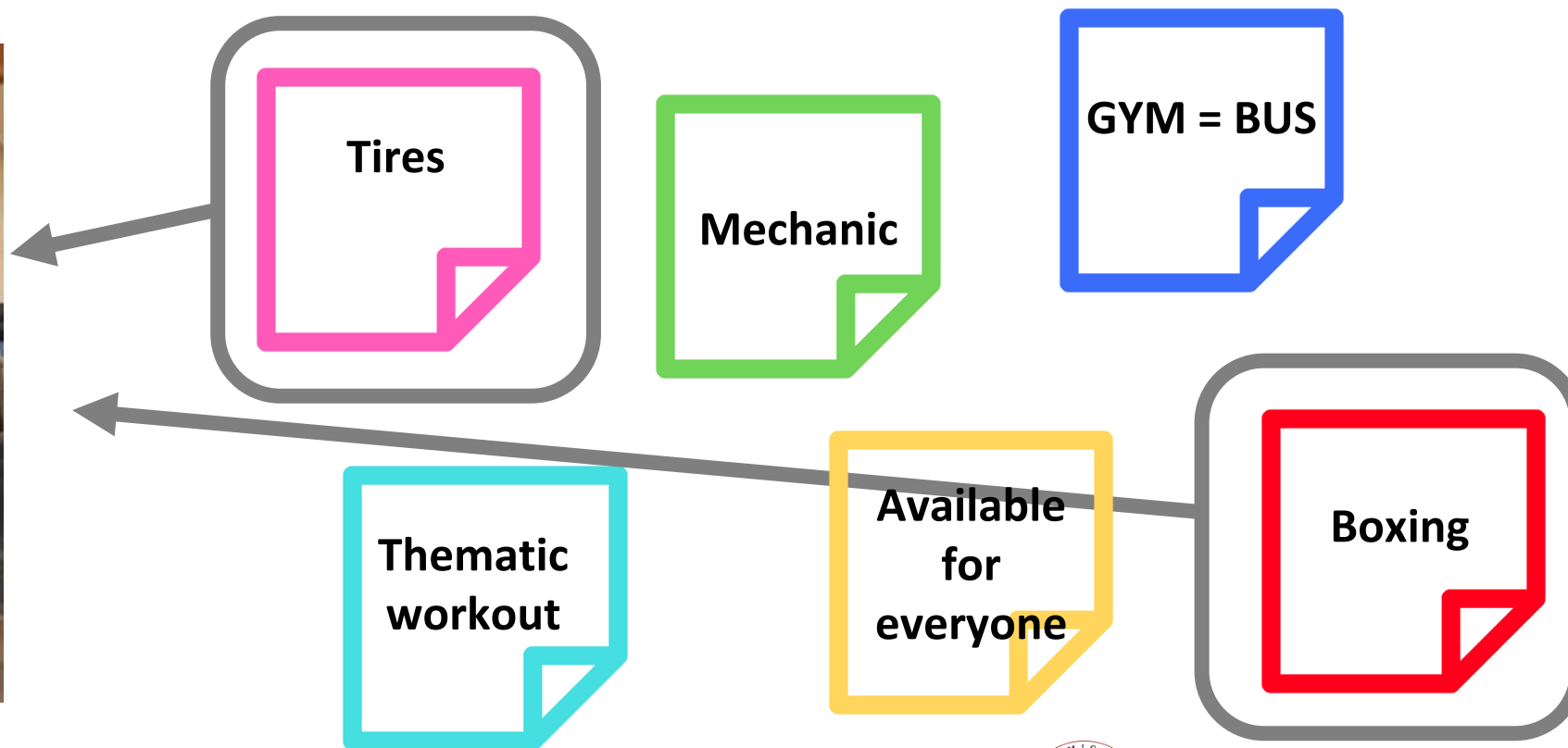
# Как да обмисляме и надграждаме идеи



# Как да обмисляме и надграждаме идеи

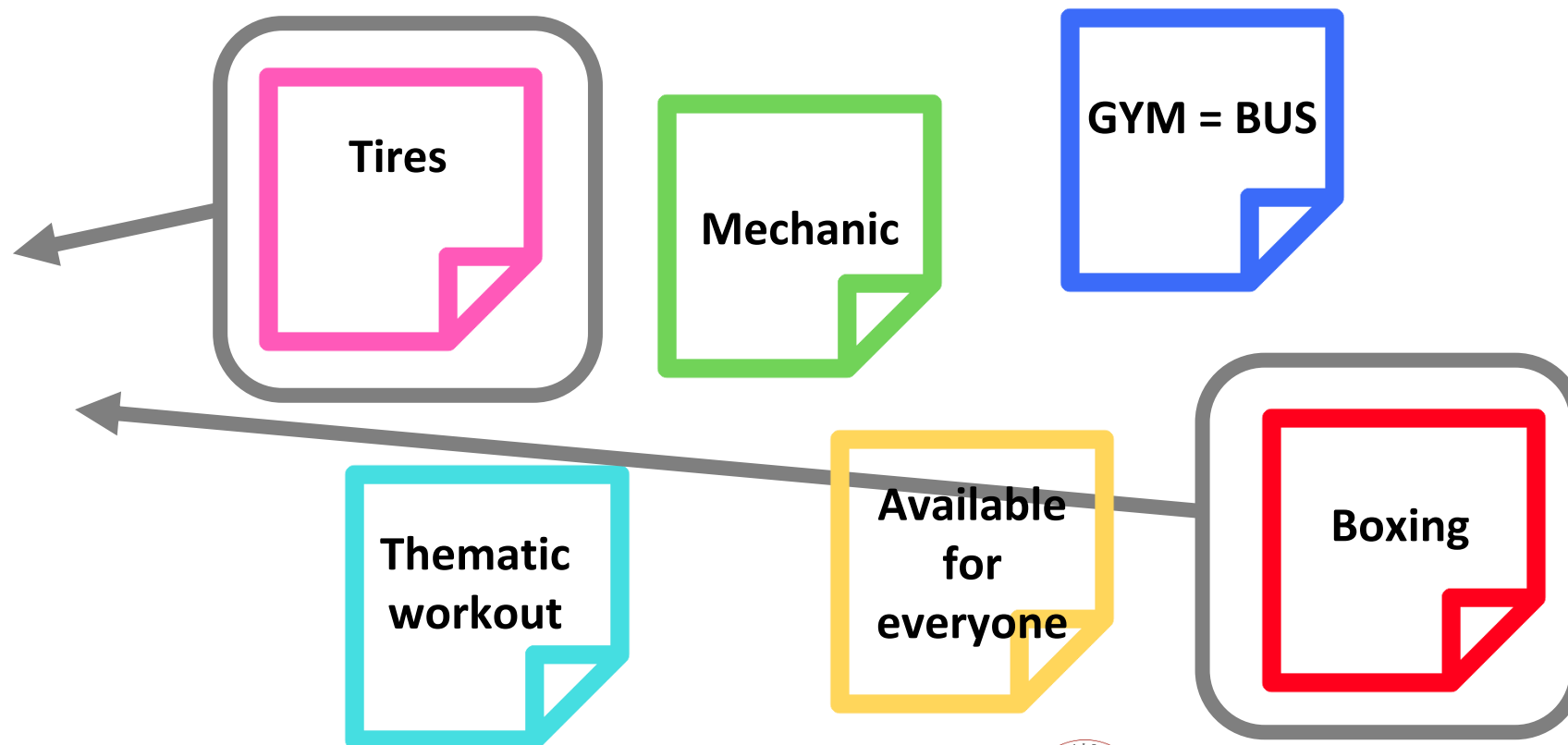


# Как да обмисляме и надграждаме идеи



# Как да обмисляме и надграждаме идеи

Използване на боксова круша от гуми



## ВАЖНИ АСПЕКТИ НА ЕДНА ИДЕЯ

- Предлага се на пазара
- Без увреждане на кожата/алергии и др.
- Различни бойни стилове
- Повторна употреба на гуми
- Възможен социален аспект

# Да се заемем с намирането на решение!

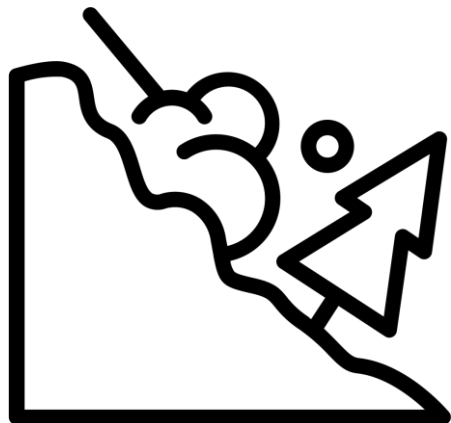
✓ 5 минути за традиционна мозъчна атака във вашата група

(всеки човек поотделно)

✓ 15 минути за представяне на резултатите от мозъчната

атака в рамките на групата и групирането



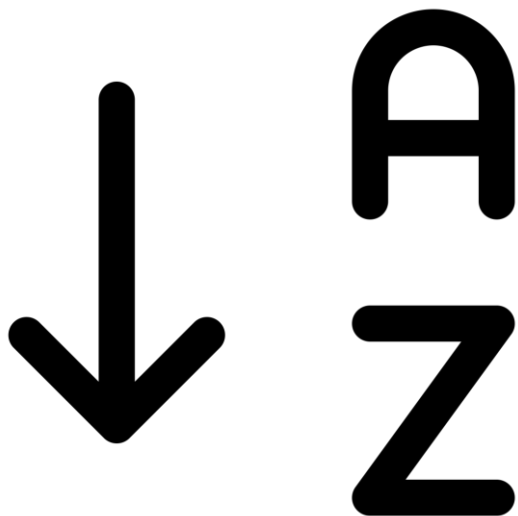


## Нека да обмислим! използвайки лавинния метод ABC

Стъпка 1. В горната част на страницата запишете изложението на вашия проблем

Стъпка 2. Намерете решения на този проблем, като всяко решение започва с всяка отделна буква от азбуката

A... B... C...



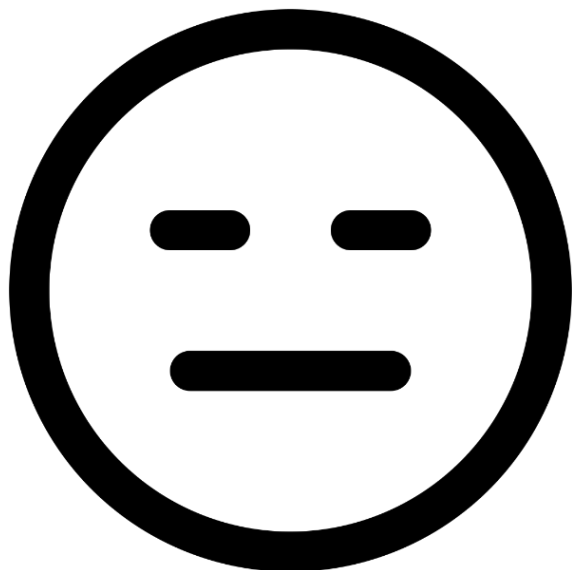
# Нека да обмислим! С някои ограничения



Добавете поне 2 решения на проблема, към който има връзка

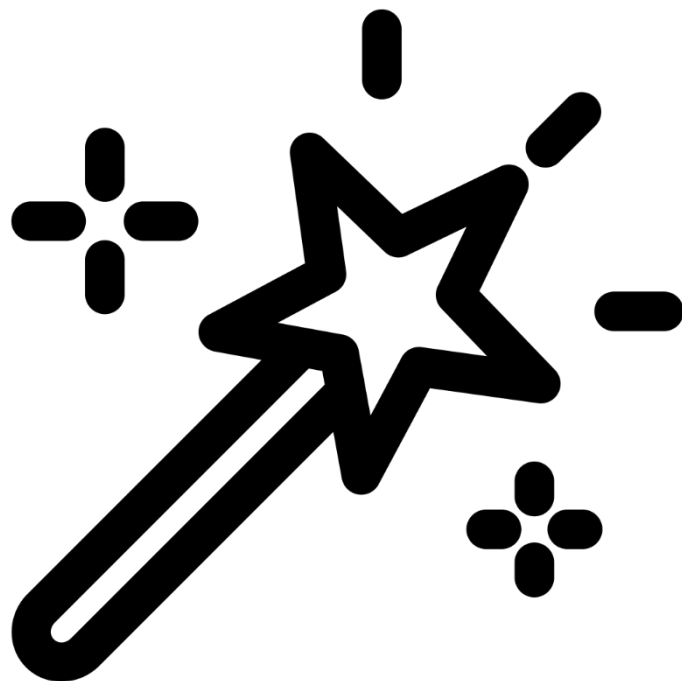
**ГОЛЯМА СУМА ПАРИ**  
**\$\$\$**

# Нека да обмислим! С някои ограничения



Добавете поне 2 решения на проблема, към който има връзка

## СОЦИАЛНИ НЕДОВОЛСТВО



# Нека да обмислим! С някои ограничения

Добавете поне 2 решения на проблема, към който  
има връзка

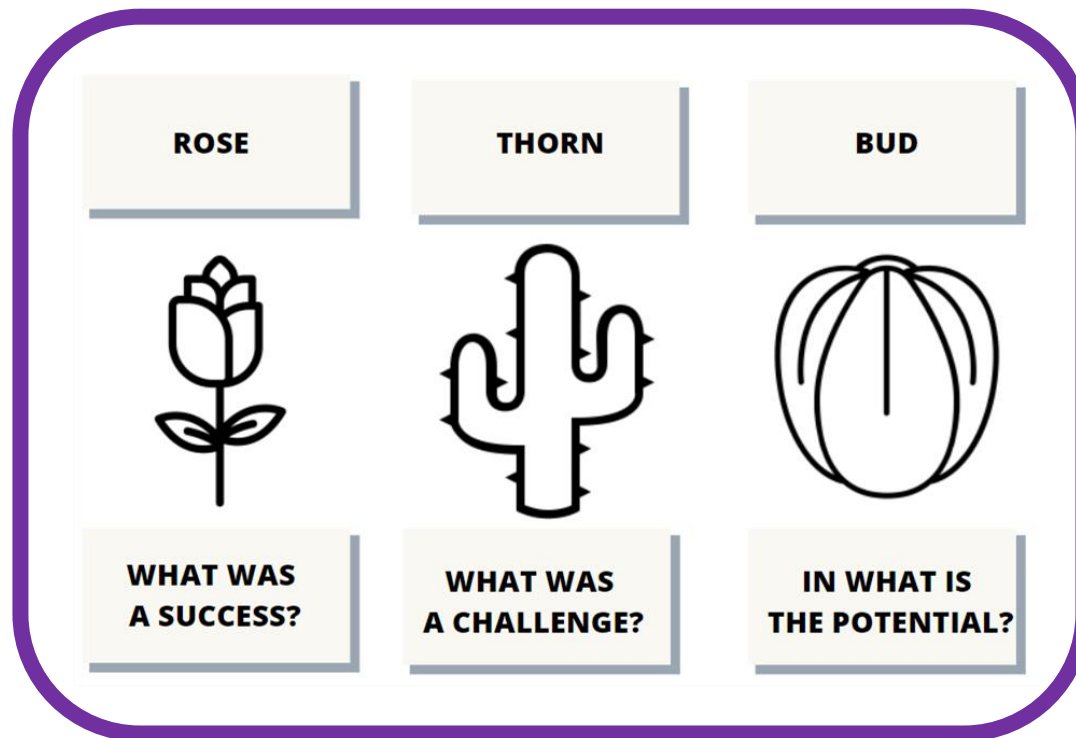
## МАГИЯ

# Да се заемем с намирането на решение!

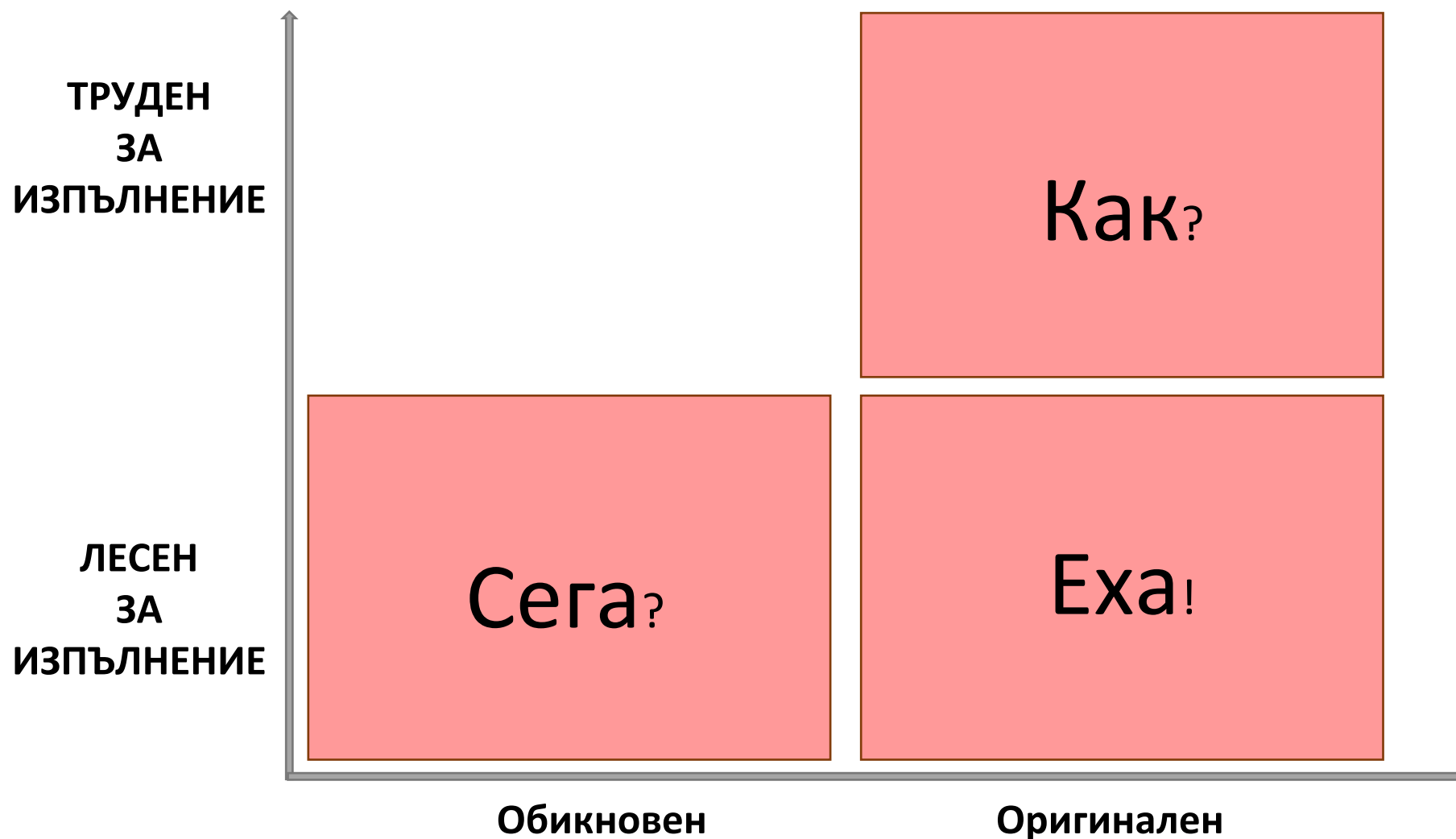
✓ 10 минути за представяне на новите  
резултати от мозъчната атака в групата и  
групирането

# Оценка на идеи и инструменти за избор на идеи

Осъществимо  
Атрактивен  
Новаторски



Сега  
Как  
Еха





ΤΡΥΔΕΝ  
ΖΑ  
ΙΖΠΨΛΝΗΝΗΕ

ΛΕΣΕΝ  
ΖΑ  
ΙΖΠΨΛΝΗΝΗΕ

## Κακ?

- ΒΓδεσι πλανε
- Ιζικβα ζναιητελνι αηηβι/σΓηρυνηηεσβο
- Τρυνο σε κλονιρα

## Σεγα?

- Μάλκ ριςκ
- Μνοηεσβο σΓηεστυβασι πονοβνι ρεσηνια
- Βισοκα πριεμλιβοςη

## Εχα

- Ινωαηηβεν
- Πρобиβ

ΙζβορΓη ζαβισι  
οη φαζαηα  
πρоекηα ι  
οηαααηносηηα ηα  
εκηπα

Οβικνoven

Οριγιναλεν

ΤΡΥΔΕΝ  
ΖΑ  
ΙΖΠΨΛΝΕΝΙΕ

ΛΕΣΕΝ  
ΖΑ  
ΙΖΠΨΛΝΕΝΙΕ

## Κακ?

- Τεχνικески и материални ограничения
- Барииери от различно естество (правни, етични, доставка и т.н.)

## Σεγα?

- Добре разбрани заплахи
- Общи модели за прилагане

## Еха!

- Възможност
- Успехът повишава мотивацията на екипа

Всеки полигон  
може да бъде  
свързан с  
полесна  
информация за  
извлечане

Обикновен

Оригинален

# Нека да оценим вашите решения!

✓ 15 минути оценка на решенията по метода

СегаКакЕхаа



# Προеди следващия етап

✓ Изберете 3 решения на вашия проблем (ще работим по тях утре!)



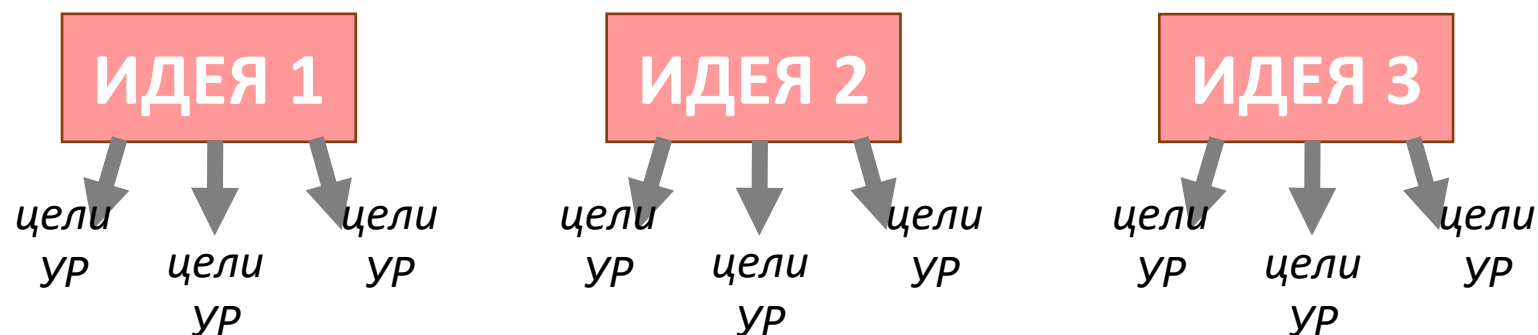
# Допълнителна оценка на идеите

## УСТОЙЧИВОСТ ИЗМЕРВАНЕ



**your  
SD goal**

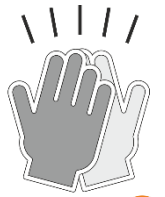
- За всяко от вашите решения изберете 3 SD цели, с които са свързани. ОБЯСНИ ЗАЩО



- Опишете накратко как всяко от вашите 3 решения отговаря на аспектите на кръговата икономика?



Erasmus+



HIGH 5



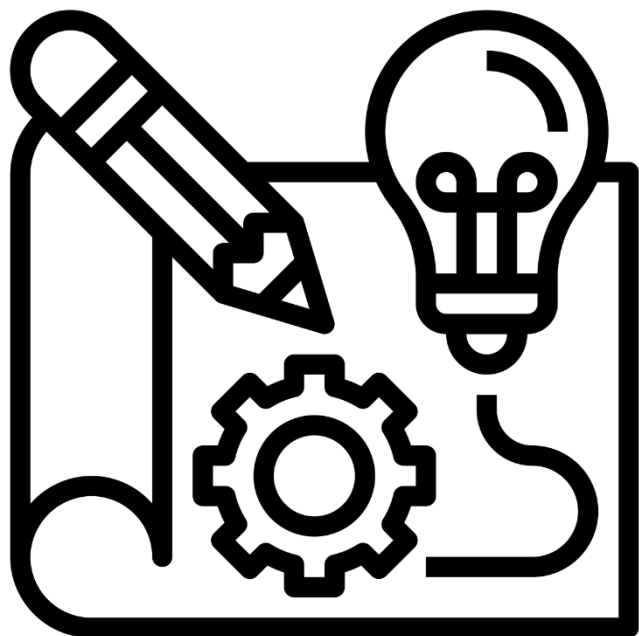
<https://www.hiltonfoundation.org/sdgs>



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



# И това води до етапа на прототипиране ...



- Какви материали бихте използвали, за да създадете истинското решение?
- Тези материали подлежат ли на повторна употреба/рециклиране?
  - Как можете да го произведете/направите?



# И това води до етапа на прототипиране ...

## НАПРАВИ ГО!

- Опишете кои са основните характеристики, които трябва да бъдат внедрени, за да получите успешен продукт/услуга, която отговаря на проблема, който имате?
- Опишете кои са функциите, които са важни, но не критични, които могат да се изпълняват по различен начин.
- Опишете кои са характеристиките на вашия дизайн, които биха били от полза, но не правят значителна промяна в потребителското изживяване.

# КРАЙ

This project has been co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union.

This publication reflects the views only of the author, the National Agency and European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

PUBLICATION FREE OF CHARGE



Erasmus+

Project no. 2019-1-PL01-KA203-065784



# ИЗПЪЛНЕНИЕ

## Направете идеята си реалност

Етапи и инструменти



# Внедряване на нови инструменти

- Не е ясно
- Трябва да бъде представено

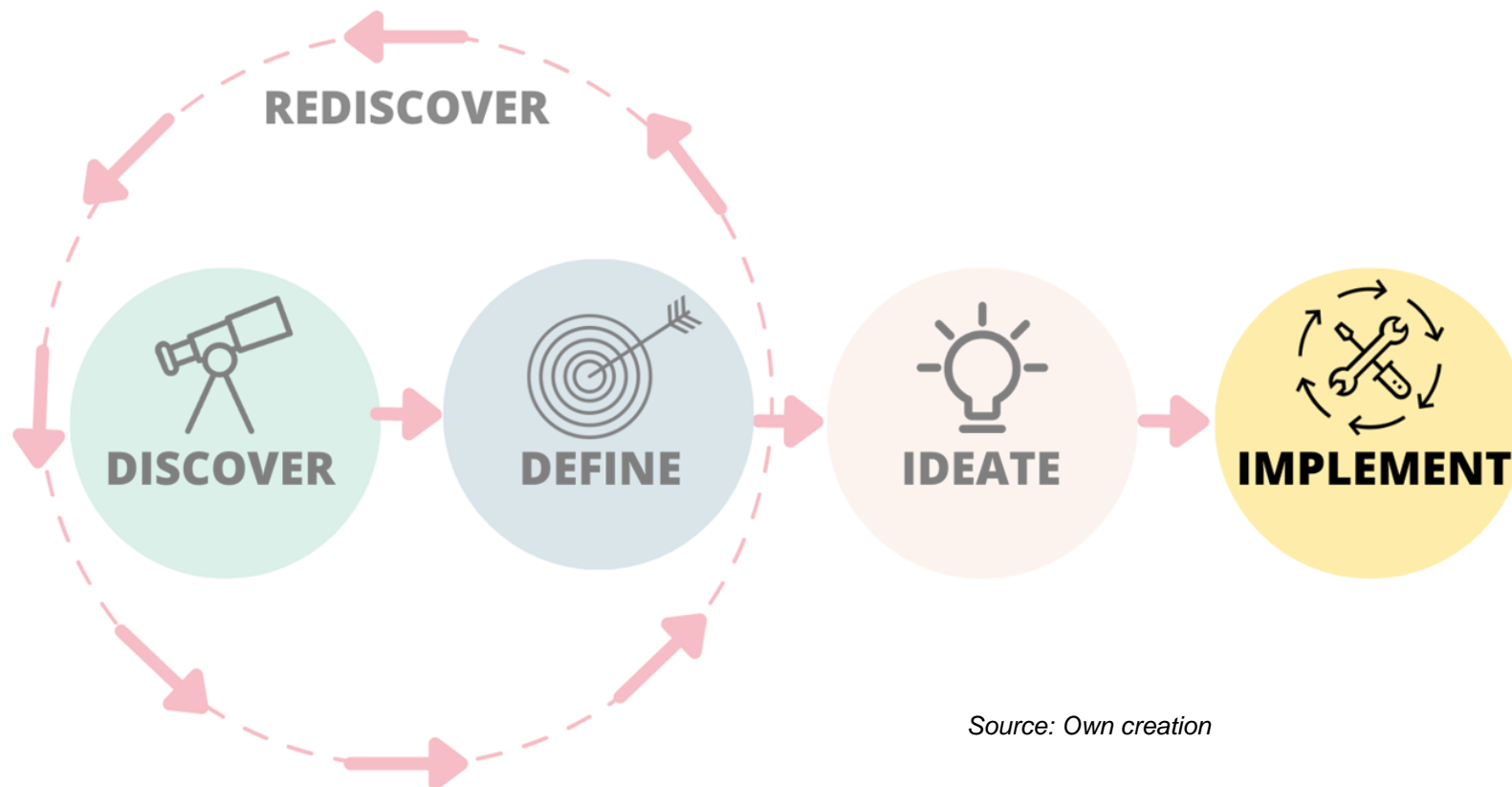


Source: Joke of the day: Grandpa and iPad  
<https://www.youtube.com/watch?v=U2gQE0J00UE>

# За какво е този инструмент?



Source:  
<https://www.3dprintthisout.store/en/boutique/divers/adapteur-hdmi-gardena-imprime-en-3d/>



Source: Own creation

# Внедри







# От концепция до реалност

Source: own creation





# SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Source:  
United Nation, #Envision2030: 17 goals to transform the world for persons with disabilities  
<https://www.un.org/development/desa/disabilities/envision2030.html>

# Преминаване от ... към ... изпълнение



Source: Image by valadzionak\_volha on Freepik  
[https://www.freepik.com/free-vector/earth-clean-dirty\\_7858400.htm#page=4&query=dirty%20planet&position=11&from\\_view=search&track=sph](https://www.freepik.com/free-vector/earth-clean-dirty_7858400.htm#page=4&query=dirty%20planet&position=11&from_view=search&track=sph)

# SMART цели

Конкретни – знаете точно какво иска авторът да се случи.

Измерими – можете обективно да измерите или оцените дали екипът е постигнал резултата.

Постижими – целта е нещо, което всъщност можете да постигнете (без „разтегателни цели“).

Резултат – целта е резултат, който желаете, а не дейност.

Ограничен във времето – екипът трябва да изпълни целта до краен срок, за да създаде спешност и приоритет.



Source: Image by nuraghies on Freepik  
[https://www.freepik.com/free-vector/red-dart-arrow-hitting-target-center-dartboard\\_28563661.htm#query=target&position=1&from\\_view=search&track=sph](https://www.freepik.com/free-vector/red-dart-arrow-hitting-target-center-dartboard_28563661.htm#query=target&position=1&from_view=search&track=sph)

# План за изпълнение – как да се разработи?



# Създай прототип

Създай прототип

- Направи го визуално

Тествай

- Определете какво да прототипирате – мислещите шапки на Де Боно

Дай обратна връзка

- [Карта на пътуването](#)

Моделирай

- [Сториборд](#)
- Ролева игра
- Сесия за съвместно създаване
- Мисловна карта

## CREATIVITY

Ideas, alternatives,  
possibilities  
Lateral thinking



## PROCESS

Thinking about thinking  
Planning for action



## FACTS

Information and data  
Neutral and objective  
What do I know?  
How will I get the information I need?



De Bono  
Thinking hats



## CAUTION

Caution, critical thinking  
Why something may not work

## FEELINGS

Intuition, hunches  
My feelings right now  
No reasons are given



## BENEFITS

Optimism  
Positives, plus points  
Logical reasons are given



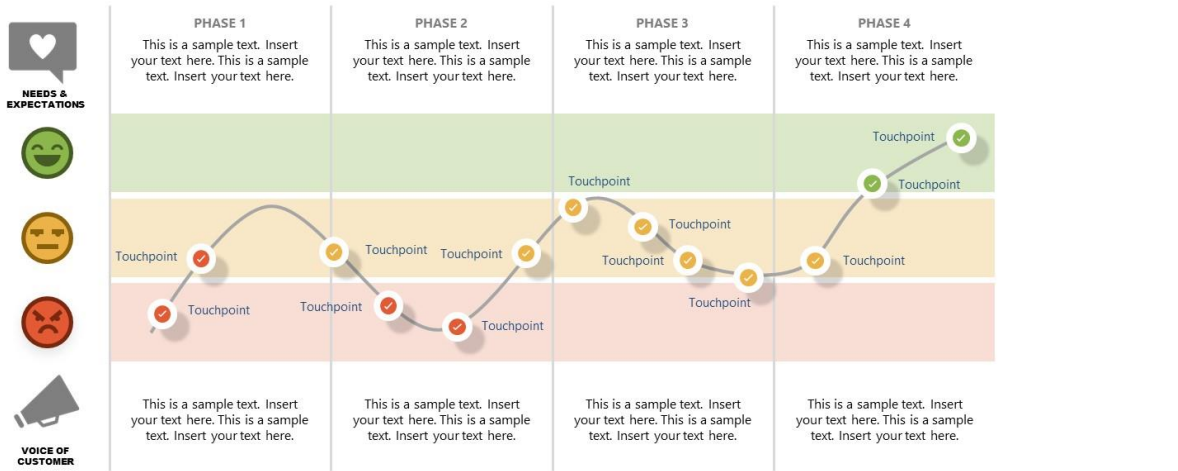
Source: <https://urbact.eu/toolbox-home/de-bono-thinking-hats>



# Карта на пътуването



## Free Customer Journey Map Template

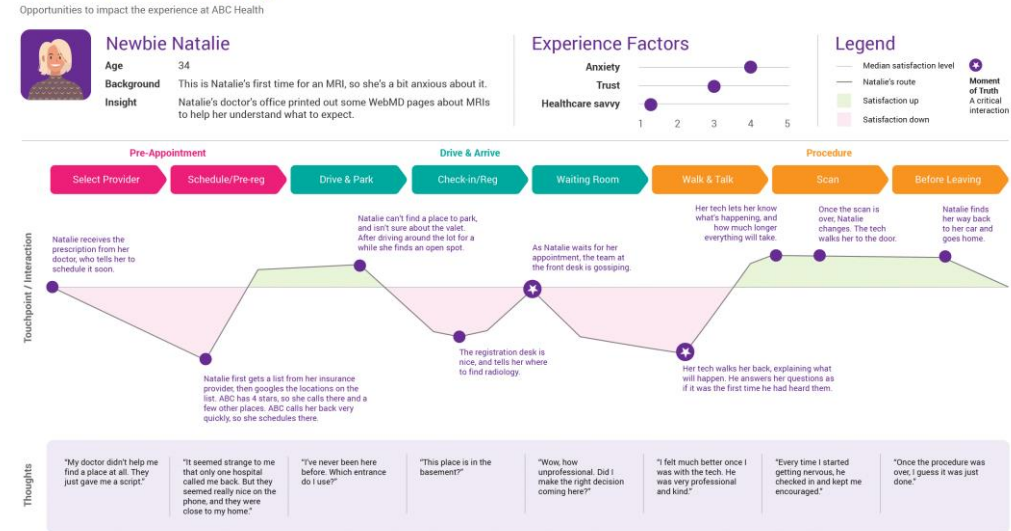


Source: <https://slidemodel.com/free-powerpoint-templates/free-customer-journey-map-template-for-powerpoint/>

Source: <https://app.moqups.com/edit/page/ad64222d5>



## The New Patient's Journey

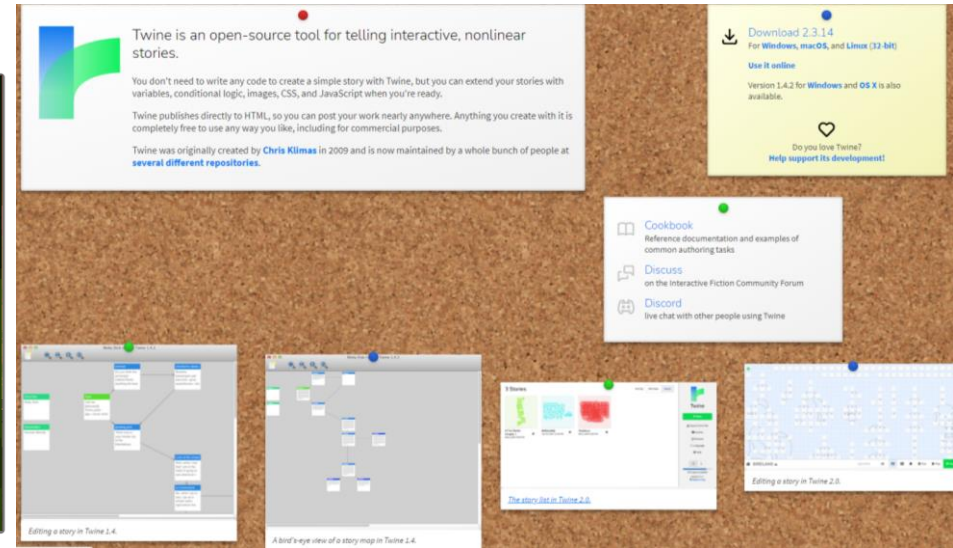
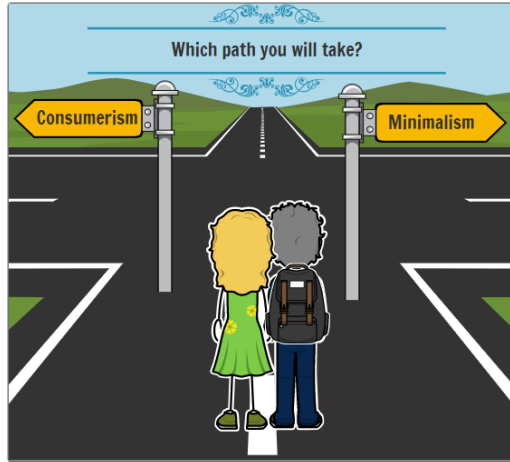


Source: <https://www.customerthermometer.com/customer-experience/customer-journey-mapping-templates/>

STAGE	AWARENESS	CONSIDERATION	DECISION	DELIVERY & USE	LOYALTY & ADVOCACY				
CUSTOMER ACTIVITIES	Read from friends, see others or online and offline newspapers	Engage & research alternatives	Add groceries to shopping cart	Make an order	Receive or pick up service	Check customer service	Post good reviews	Share feedback	Share feelings, give feedback
CUSTOMER GOALS	No goals at this point	Find the best solution to my problem	Find and select products easily, get inspiration	Order effortlessly	Receive or pick up an order efficiently, receive for return	Get help if problems appear, receive for return	Have the right and good quality to go back	Repeat good customer experience	Share feelings, give feedback
TOUCHPOINTS	Word of mouth, traditional media, social media	Word of mouth, website, blog & social media	Website, app, order confirmation email	Website, app, order confirmation email	Phone, email, chat	Phone, email, chat	Product, packaging, other materials	Product, packaging, other materials	Word of mouth, social media
EXPERIENCE	Word of mouth, traditional media, social media	Word of mouth, website, blog & social media	Website, app, order confirmation email	Website, app, order confirmation email	Phone, email, chat	Phone, email, chat	Product, packaging, other materials	Product, packaging, other materials	Word of mouth, social media
BUSINESS GOAL	Her name, address and interest	Increase number of website visitors	Increase shopping cart value & conversion rate	Increase order value and customer loyalty	Reduce on time and customer service issues	Reduce customer service issues and order value and frequency	Make products to match expectations	Increase customer rate and order frequency	Reduce customer rate and order frequency
KPIs	Number of people reached	New website visitors	Shopping cart conversion rate	Online sales, conversion rate	On-time delivery rate, delivery volume	Customer service waiting time	Product review	Retention rate, frequency and	Customer satisfaction
ORGANISATIONAL ACTIVITIES	Create marketing campaigns and content, affiliate and online, PR	Create marketing campaigns and content, affiliate and online, PR	Optimize grocery shopping experience	Optimize online shopping experience	Picking & delivery	Organize customer service	Develop products & product range	Target marketing, advertising and promoting	Manage feedback and reviews, handling complaints
RESPONSIBLE	Marketing & Communications	Marketing & Communications	Customer experience	Customer experience	Customer experience	Customer service	Product development, purchasing	Marketing, advertising	Customer service, order development
TECHNOLOGY SYSTEMS	CRM, analytics, programmatic, targeting, retargeting, social media	CRM, analytics, programmatic, targeting, retargeting, social media	CRM, analytics, CRM, e-commerce platform, PMS	CRM, analytics, CRM, e-commerce platform, PMS	CRM, analytics, CRM, e-commerce platform, PMS	CRM, analytics, CRM, e-commerce platform, PMS	CRM, analytics, CRM, e-commerce platform, PMS	CRM, analytics, CRM, e-commerce platform, PMS	CRM, analytics, CRM, e-commerce platform, PMS

Source: <https://www.columbiaroad.com/blog/why-and-how-to-create-a-customer-journey-map-download-free-template>

# Storyboard - Storytelling



Source: Created by Storyboard creator, <https://www.storyboardthat.com/storyboard-creator>





# Създай прототип



Source: Image by pch.vector on Freepik  
[https://www.freepik.com/free-vector/eco-volunteers-cleaning-sea\\_7416547.htm#query=cleaning%20planet&position=1&from\\_view=search&track=sph](https://www.freepik.com/free-vector/eco-volunteers-cleaning-sea_7416547.htm#query=cleaning%20planet&position=1&from_view=search&track=sph)

# Тествай



Създай  
прототип

Тествай

Дай обратна  
връзка

Създай  
модел

- **Прототипиране на живо** – шанс да стартирате решението си за няколко седмици в реалния свят.
- **Продължавайте да повтаряте** – помага ви да получите страхотно решение на пазара и ви уведомява къде да го прокарате, когато го направите.
- **Изграждане на партньорства** - карта на заинтересованите страни/партньорства.
- **Пътна карта** - график и план за действие, за да разпространите идеята си в света
- **Устойчивост на приходите** - финансови електронни таблици и прогноза за това как биха изглеждали приходите от даден продукт/решение/услуга.
- **Измервайте и оценявайте** – проектирайте начините, по които ще измервате и ще ги развиете във вашето решение.



# Feedback



---

Създай  
прототип

---

Тествай

---

Дай обратна  
връзка

---

Създай  
модел

---

- Помните ли етап „Открий“?
  - Интервюирай
  - Въпросници
  - Наблюдение
  - Потапяне
  - Емпатия
  - Проучване
- Какво имаме да използваме сега?



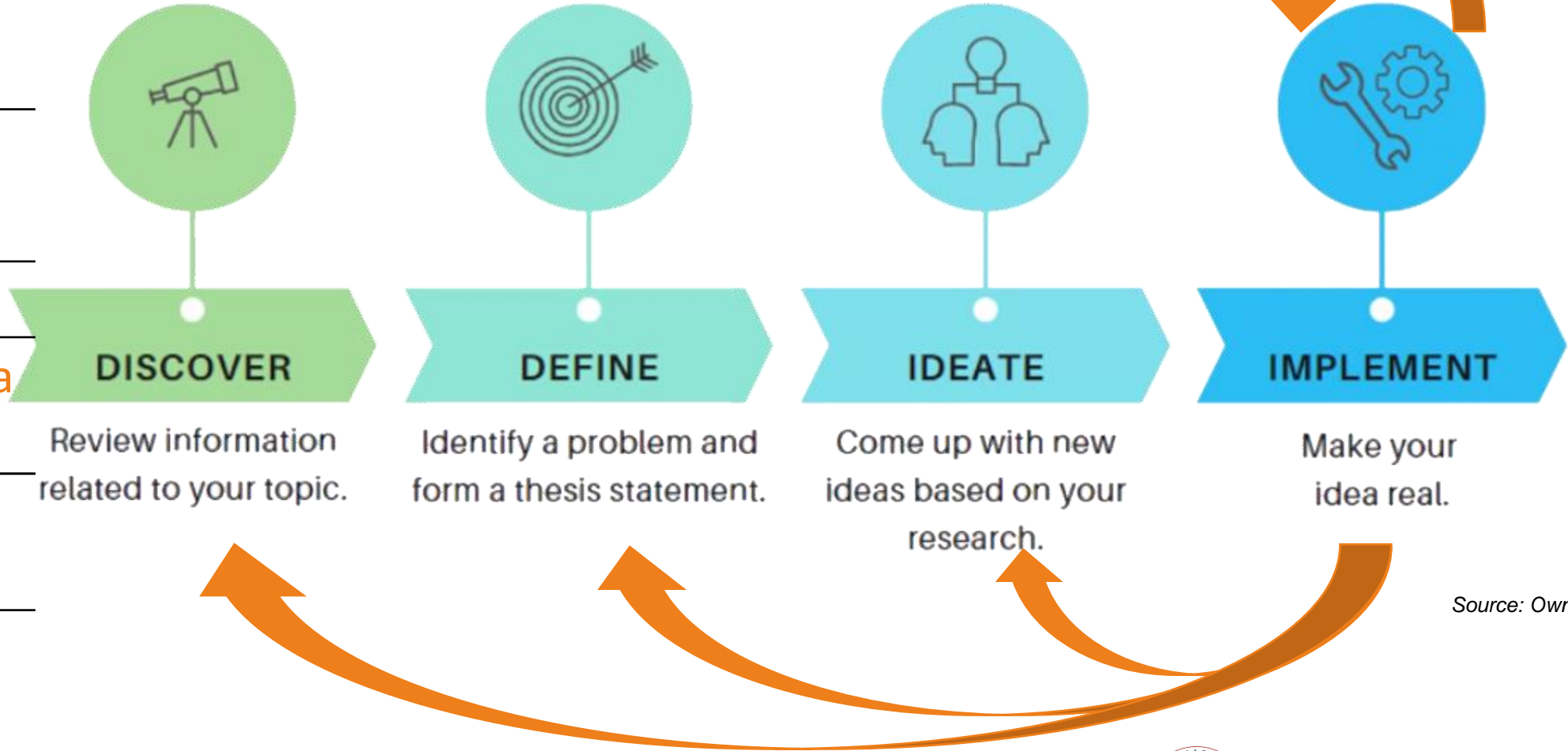
# Дай обратна връзка

Създай  
прототип

Тествай

Дай обратна  
връзка

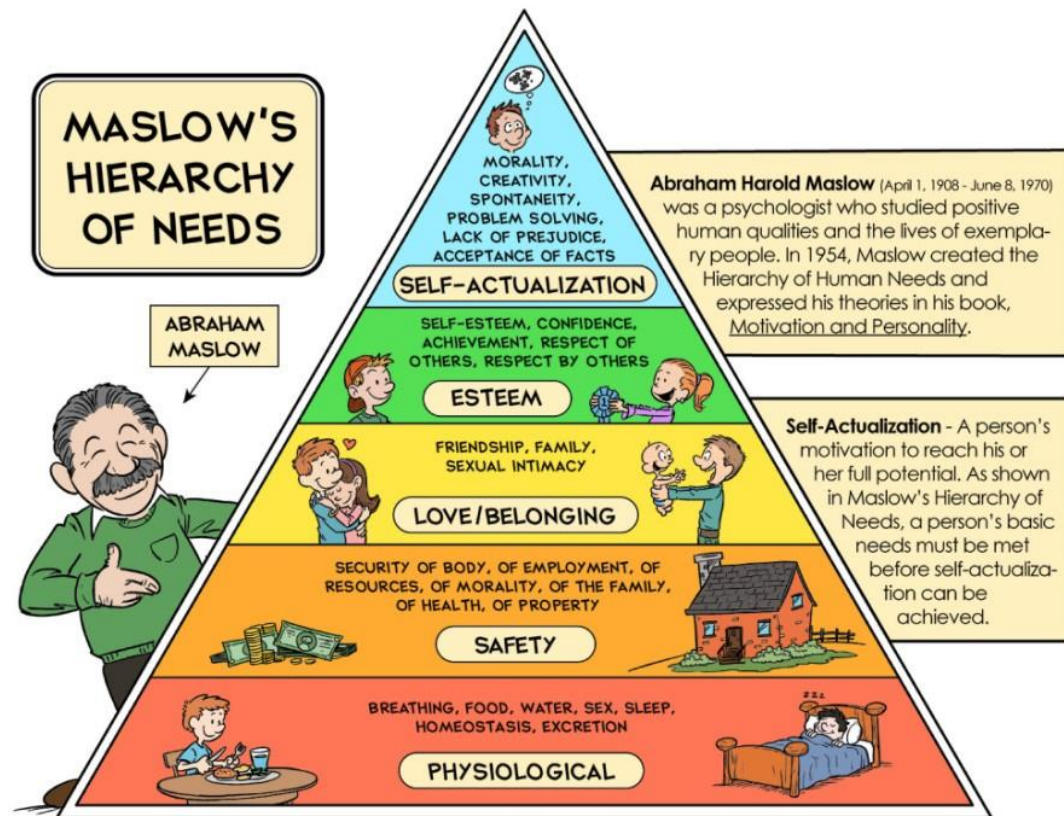
Създай  
модел



Source: Own creation



# Πираμιδα на Маслоу



www.timvandevall.com | Copyright © 2013 Dutch Renaissance Press LLC.

Source: [www.timvandevall.com](http://www.timvandevall.com)  
Dutch Renaissance Press LLC 2013

# CLAIM модел

Prototype

Test

Feedback

**Model**

Почисти

Оформи

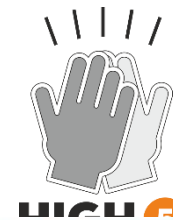
Приложи

Подобри

Поддържай



# CLAIM модел



Source: Image by brgfx on Freepik [https://www.freepik.com/free-vector/illustration-with-pollutions-earth\\_6907492.htm#query=pollution&position=26&from\\_view=search&track=sph](https://www.freepik.com/free-vector/illustration-with-pollutions-earth_6907492.htm#query=pollution&position=26&from_view=search&track=sph)



Source: Image by stephanie2212 on Freepik [https://www.freepik.com/free-vector/hand-drawn-save-ocean-banner\\_22162244.htm#query=cleaning%20planet&position=5&from\\_view=search&track=sph](https://www.freepik.com/free-vector/hand-drawn-save-ocean-banner_22162244.htm#query=cleaning%20planet&position=5&from_view=search&track=sph)



Source: Image by storyset on Freepik [https://www.freepik.com/free-vector/save-earth-concept-illustration\\_23506590.htm#query=clean%20planet&position=2&from\\_view=search&track=sph](https://www.freepik.com/free-vector/save-earth-concept-illustration_23506590.htm#query=clean%20planet&position=2&from_view=search&track=sph)



Source: Image by valadzionak\_volha on Freepik [https://www.freepik.com/free-vector/earth-clean-dirty\\_7858400.htm#page=4&query=dirty%20planet&position=11&from\\_view=search&track=sph](https://www.freepik.com/free-vector/earth-clean-dirty_7858400.htm#page=4&query=dirty%20planet&position=11&from_view=search&track=sph)

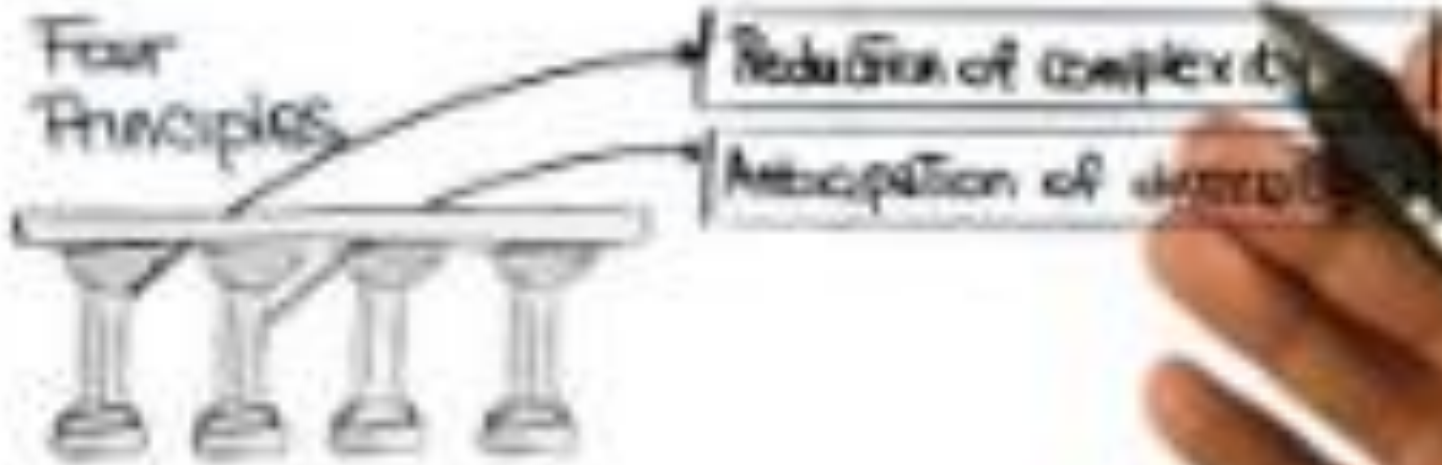


Erasmus+



HIGH 5

# IMPLEMENTATION



Source: Implementation - Georgia Tech - Software Development Process  
<https://www.youtube.com/watch?v=skpVpuB8VBY>



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ





# CLAIM модел – Почисти

- Проходете текущия процес
- Прегледайте текущите стъпки
- Оценете какво е необходимо, за да въведете новото
- Подгответе средата за новото
- Задайте очаквания за промяна

Source: Image by brgfx on Freepik  
[https://www.freepik.com/free-vector/illustration-with-pollutions-earth\\_6907492.htm#query=pollution&position=26&from\\_view=search&track=sph](https://www.freepik.com/free-vector/illustration-with-pollutions-earth_6907492.htm#query=pollution&position=26&from_view=search&track=sph)



Почисти

Оформи

Приложи

Подобри

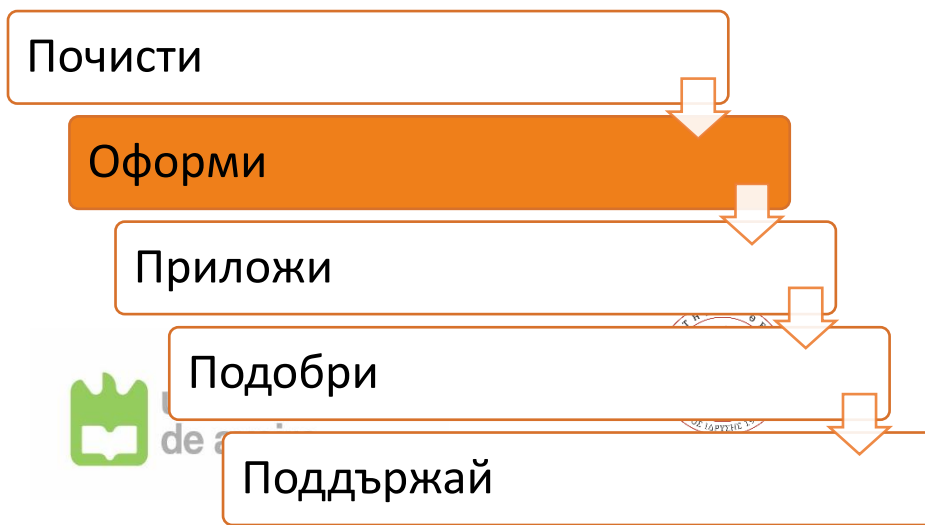
Поддържай

# CLAIM модел - Оформи

- Картирайте новото решение
- Задайте роля, дейности и одити
- Разработване на стандарти и отчитане
- Затвърдете чрез обучение



Source: Image by pch.vector on Freepik  
[https://www.freepik.com/free-vector/eco-volunteers-cleaning-sea\\_7416547.htm#query=cleaning%20planet&position=1&from\\_view=search&track=sph](https://www.freepik.com/free-vector/eco-volunteers-cleaning-sea_7416547.htm#query=cleaning%20planet&position=1&from_view=search&track=sph)

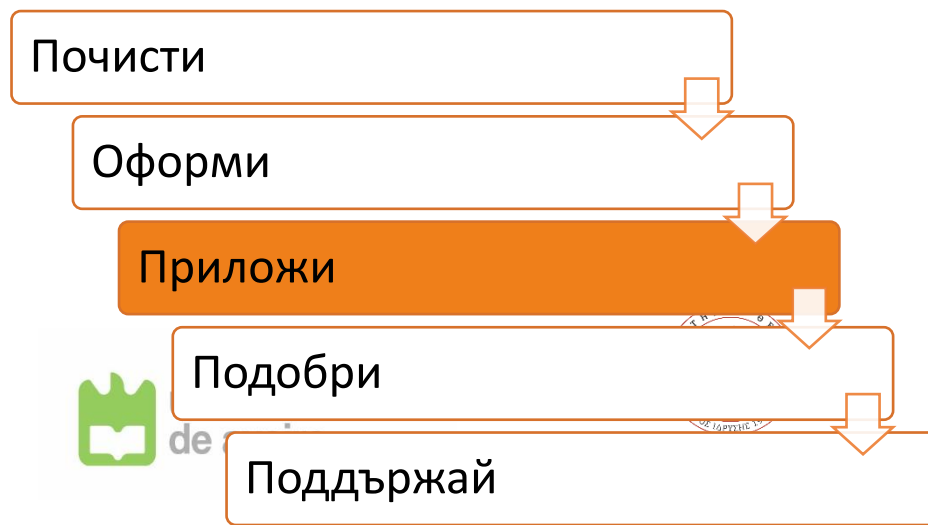


# CLAIM модел - Приложи

- Започнете да използвате
- Одит, за да се гарантира спазването на стандарта
- Преквалифицирайте, ако е необходимо
- Документирайте уроците



Source: Image by pch.vector on Freepik  
[https://www.freepik.com/free-vector/eco-volunteers-cleaning-sea\\_7416547.htm#query=cleaning%20planet&position=1&from\\_view=search&track=sph](https://www.freepik.com/free-vector/eco-volunteers-cleaning-sea_7416547.htm#query=cleaning%20planet&position=1&from_view=search&track=sph)



# CLAIM Модел - Подобри

- Намерете възможности за подобрене
- Преглед на възможностите
- Одобрете възможности
- Прави промени
- Осигурете актуализиране на стъпките и преквалификация



Source: Image by storyset on Freepik  
[https://www.freepik.com/free-vector/save-earth-concept-illustration\\_23506590.htm#query=clean%20planet&position=2&from\\_view=search&track=sph](https://www.freepik.com/free-vector/save-earth-concept-illustration_23506590.htm#query=clean%20planet&position=2&from_view=search&track=sph)

Почисти

Оформи

Приложи

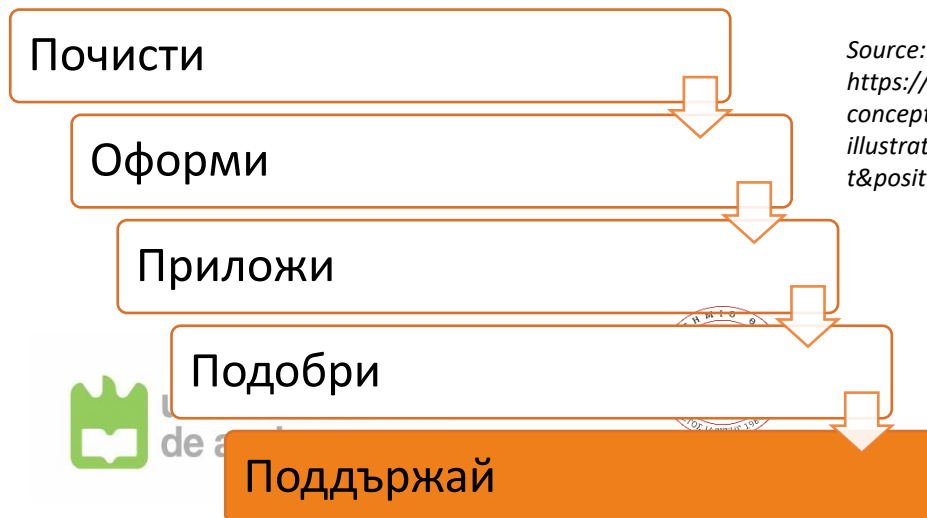
Подобри

Поддържай

# CLAIM Модел - Поддържай



- Следвайте нови стъпки
- Одит по план
- Продължете да се подобрявате
- Оценявайте периодично



Source: Image by storyset on Freepik  
[https://www.freepik.com/free-vector/save-earth-concept-illustration\\_23506590.htm#query=clean%20planet&position=2&from\\_view=search&track=sph](https://www.freepik.com/free-vector/save-earth-concept-illustration_23506590.htm#query=clean%20planet&position=2&from_view=search&track=sph)



# Внедряване - CLAIM Модел



Source: Image by brgfx on Freepik  
[https://www.freepik.com/free-vector/illustration-with-pollutions-earth\\_6907492.htm#query=pollution&position=26&from\\_view=search&track=sph](https://www.freepik.com/free-vector/illustration-with-pollutions-earth_6907492.htm#query=pollution&position=26&from_view=search&track=sph)



Source: Image by stephanie2212 on Freepik  
[https://www.freepik.com/free-vector/hand-drawn-save-ocean-banner\\_22162244.htm#query=cleaning%20planet&position=5&from\\_view=search&track=sph](https://www.freepik.com/free-vector/hand-drawn-save-ocean-banner_22162244.htm#query=cleaning%20planet&position=5&from_view=search&track=sph)



Source: Image by storyset on Freepik  
[https://www.freepik.com/free-vector/save-earth-concept-illustration\\_23506590.htm#query=clean%20planet&position=2&from\\_view=search&track=sph](https://www.freepik.com/free-vector/save-earth-concept-illustration_23506590.htm#query=clean%20planet&position=2&from_view=search&track=sph)



Source: Image by valadzionak\_volha on Freepik  
[https://www.freepik.com/free-vector/earth-clean-dirty\\_7858400.htm#page=4&query=dirty%20planet&position=11&from\\_view=search&track=sph](https://www.freepik.com/free-vector/earth-clean-dirty_7858400.htm#page=4&query=dirty%20planet&position=11&from_view=search&track=sph)

# КРАЙ



TALLINN UNIVERSITY



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



This project has been co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union.

This publication reflects the views only of the author. The National Agency and European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

PUBLICATION FREE OF CHARGE



Erasmus+

Project no. 2019-1-PL01-KA203-065784



# ЗАЩО ТРЯБВА ДА ГОВОРИМ ЗА УСТОЙЧИВОСТ?





# Зелени ли сте или устойчиви?



# Зелени ли сте или устойчиви?

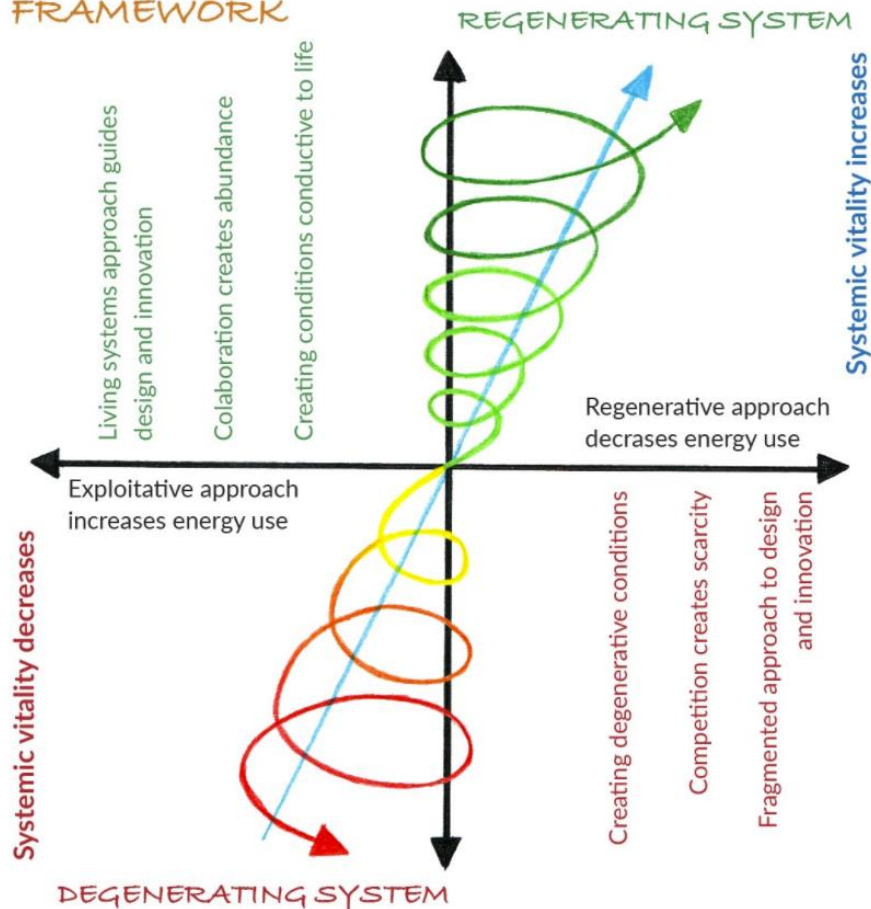
- Да станем зелени се отнася до всички аспекти на екологично чисти продукти от модата през сградите до движението като цяло.
- Устойчивостта означава, че това, което правим днес, не изчерпва ресурсите за бъдещите поколения.
- Някои продукти могат да бъдат зелени поради външния си вид, но не са устойчиви поради производството си (напр. анализ на жизнения цикъл).

# Устойчивост

- Устойчивостта означава задоволяване на собствените ни нужди, без да се компрометира способността на бъдещите поколения да задоволяват собствените си нужди.
- Устойчивостта е холистичен подход, който отчита екологични, социални и икономически измерения, като признава, че всички трябва да се разглеждат заедно, за да се намери траен просперитет.



## THE REGENERATIVE DESIGN FRAMEWORK



Source: Designing Regenerative Cultures, 2016 - www.danielchristianwahl.com; Graphics: www.flaviagarglulo.com

Къде трябва да  
бъдем



**HIGH 5**

### Regenerative

Appropriate participation and design as nature.

### Reconciliatory

Reintegrating humans as integral parts of nature.

### Restorative

Humans doing things to nature.

### Sustainable

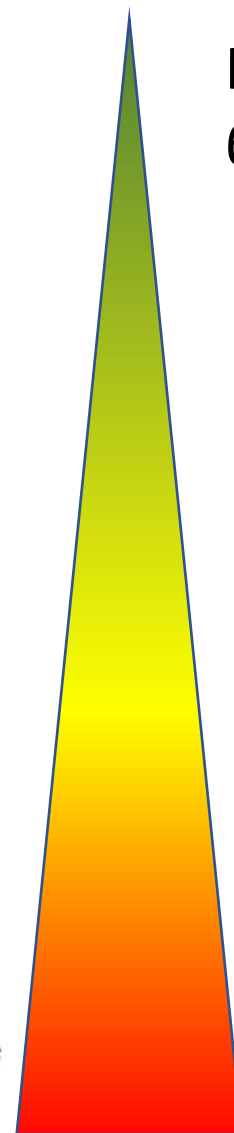
Neutral point of not doing any more damage.

### Green

Relative improvements.

### Conventional practice

Compliant to avoid legal actions.

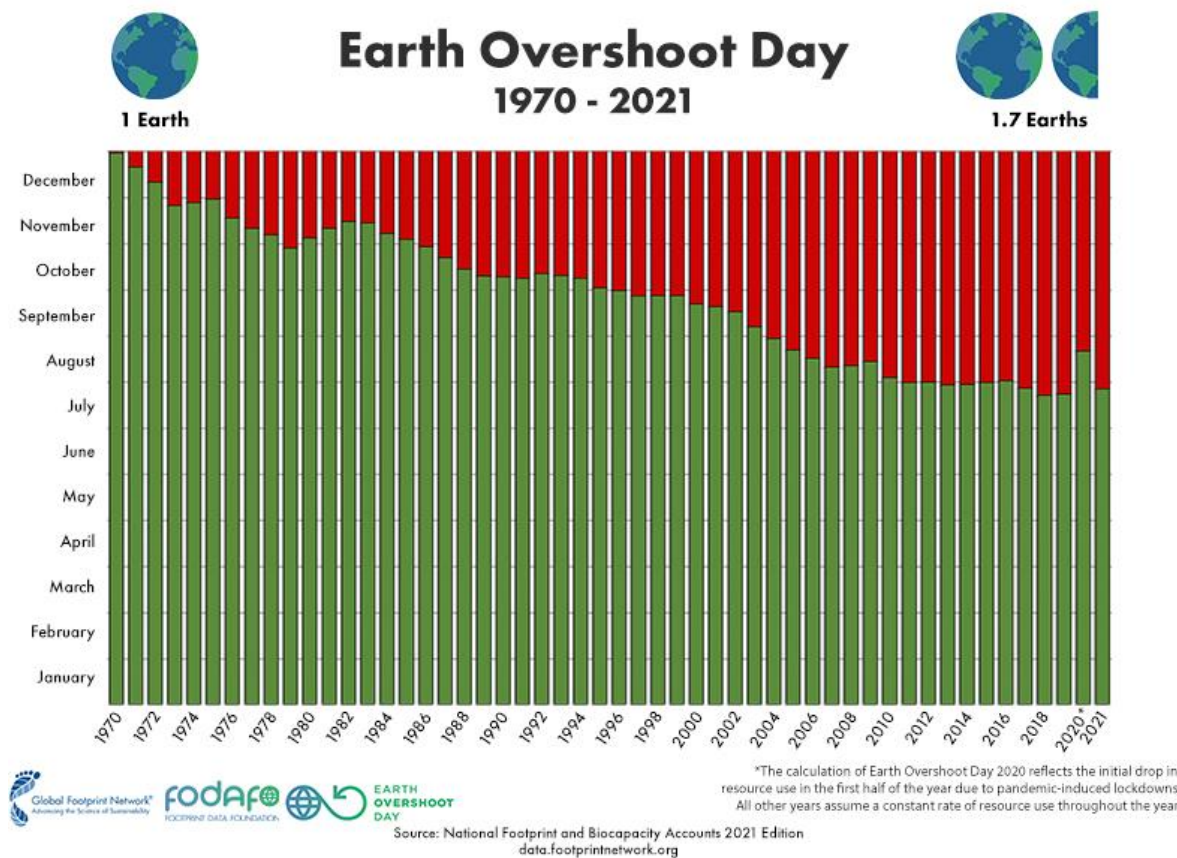


Къде искаме да  
бъдем

Къде сме

# Ден на превишаване

- През 2021 г. до 29 юли бяхме използвали всички ресурси, които Земята може да възпроизведе за една година. През останалата част от годината ние поддържаме екологичния си дефицит, като намаляваме запасите от местни ресурси и натрупваме въглероден диоксид в атмосферата.



## Десетте най-превишаващи?

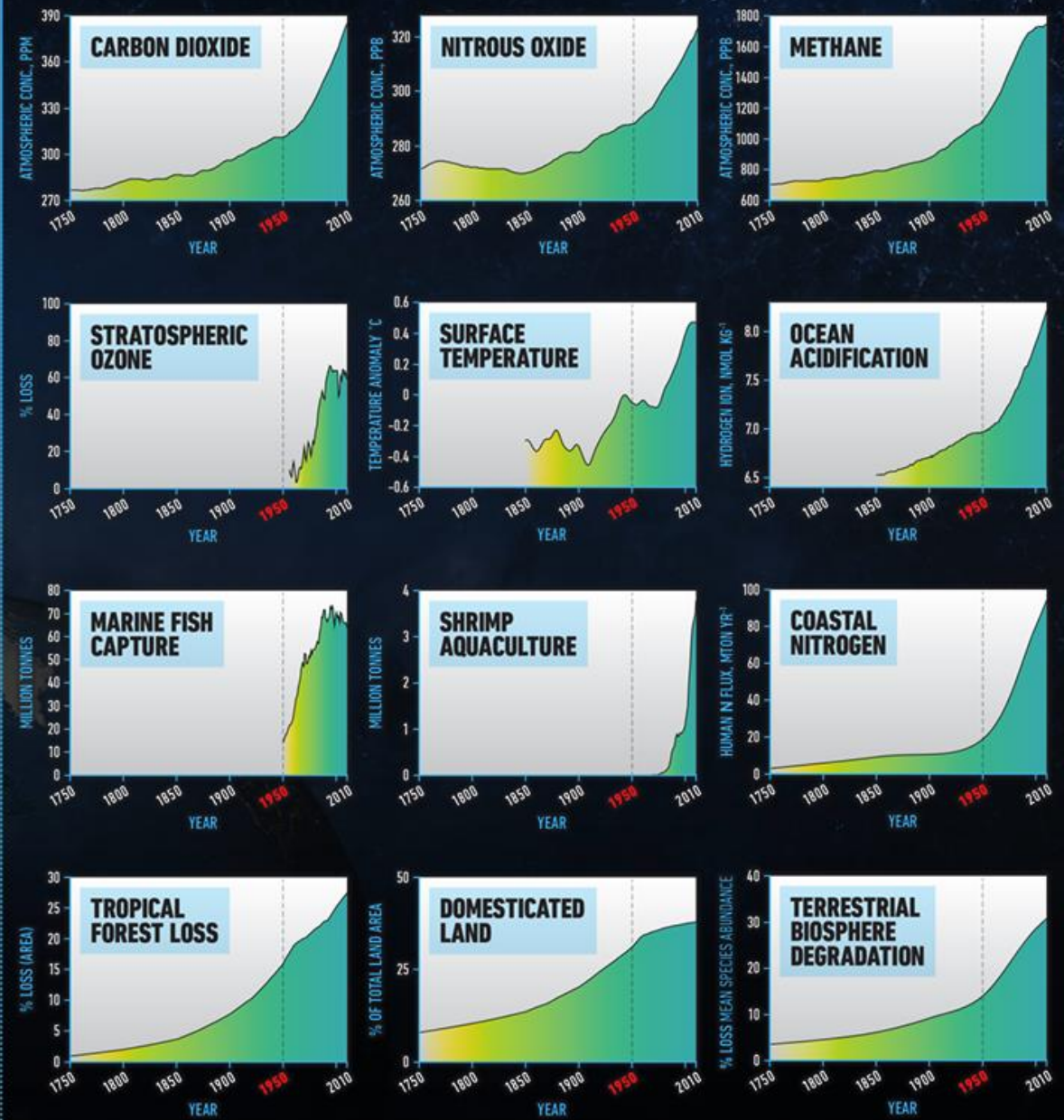
1. Катар 10/2/2022
2. Люксембург 14/2/2022
3. Острови Кук 11/3/2022
4. Бахрейн 12/3/2022
5. Канада 13/3/2022
6. ОАЕ 13/3/2022
7. САЩ 13/3/2022
8. Естония 14/3/2022
9. Белиз 15/3/2022
10. Кувейт 15/3/2022



# SOCIO-ECONOMIC TRENDS



# EARTH SYSTEM TRENDS

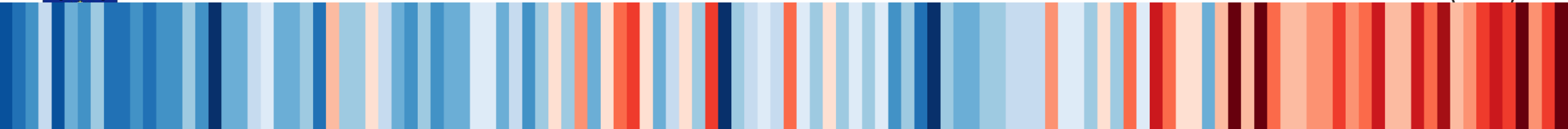




# Изменение на климата

Португалия

# Средни температури(1901 – 2020)



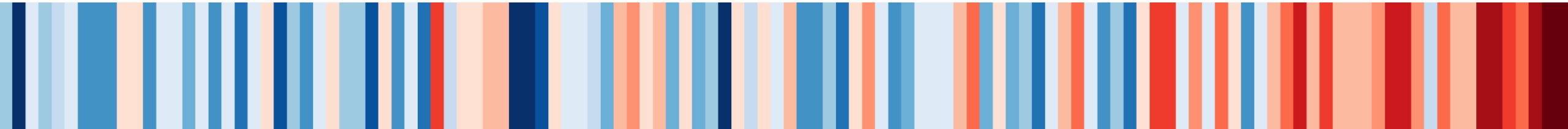
Гърция



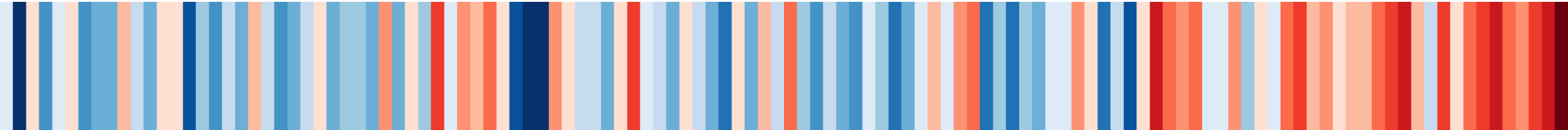
България



Полша



Естония



## COAL CONSUMPTION AFFECTING CLIMATE.

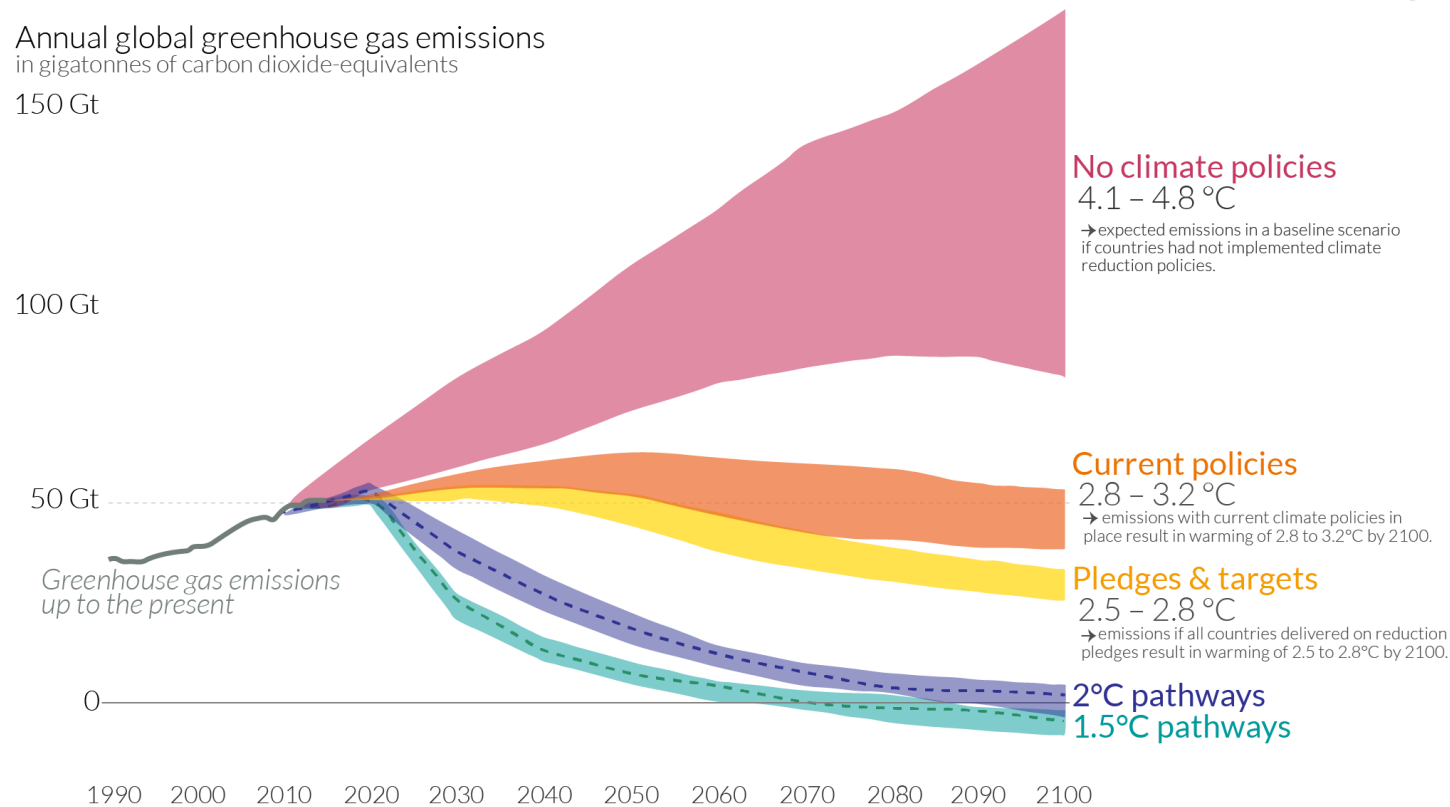
The furnaces of the world are now burning about 2,000,000,000 tons of coal a year. When this is burned, uniting with oxygen, it adds about 7,000,000,000 tons of carbon dioxide to the atmosphere yearly. This tends to make the air a more effective blanket for the earth and to raise its temperature. The effect may be considerable in a few centuries.

Published Aug. 14, 1912.



Frozen Thames River Source: [Abraham Hondius](#)

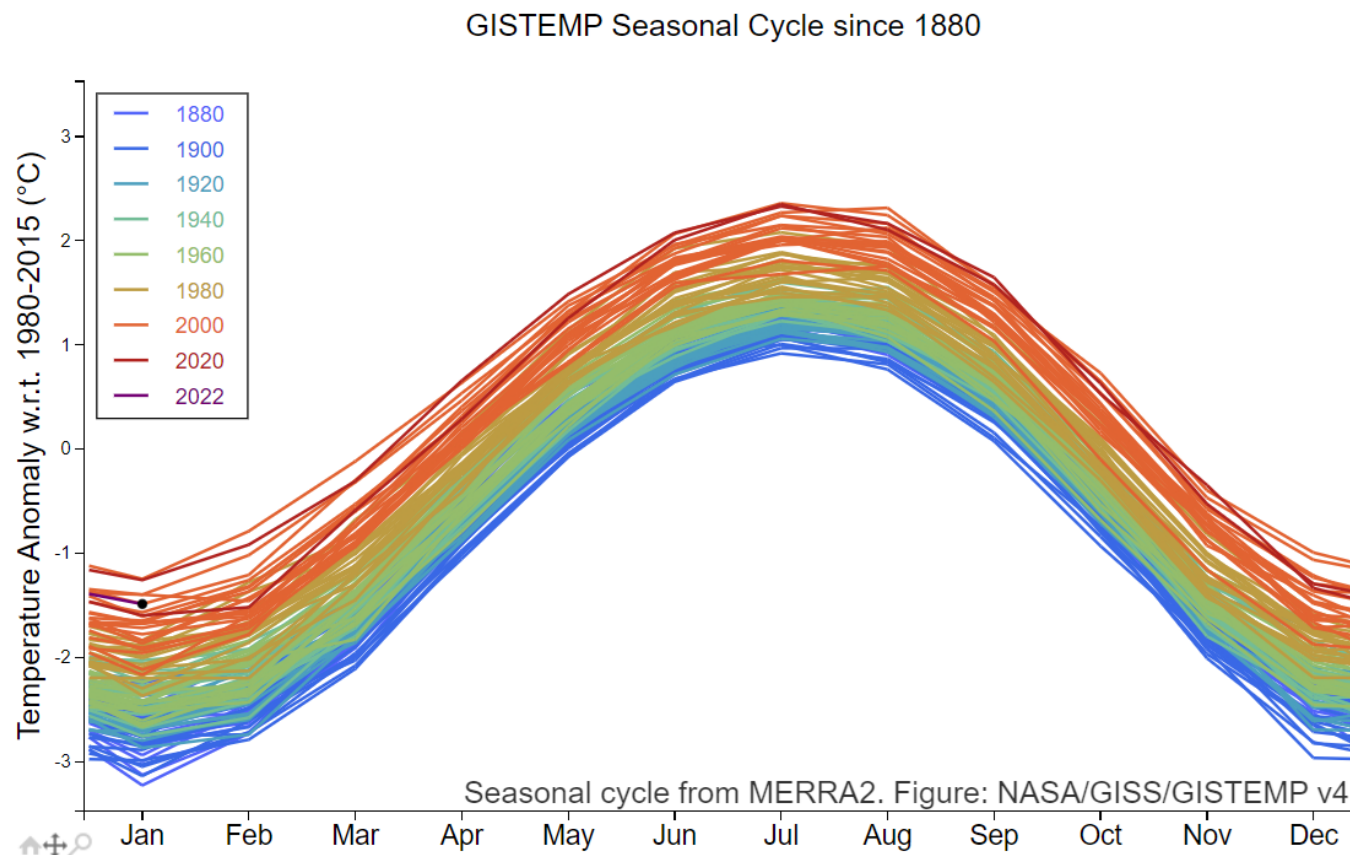
- Конференцията на страните (COP) по Рамковата конвенция на ООН по изменение на климата (UNFCCC) на своята 21-ва сесия в Париж, Франция (30 ноември до 11 декември 2015 г.), се съгласи да запази глобалното затопляне от 1,5°C над преиндустриалния период нива.
- Ограничаването на затоплянето до 1,5°C е възможно в рамките на законите на химията и физиката, но би изисквало безпрецедентни преходи във всички аспекти на обществото.



Data source: Climate Action Tracker (based on national policies and pledges as of December 2019).  
OurWorldinData.org – Research and data to make progress against the world's largest problems.

Licensed under CC-BY by the authors Hannah Ritchie & Max Roser.

- 2021 г. завърши като шестата най-топла година в историята ( $0,84^{\circ}\text{C}$  над средното за 20-и век).
- Годишите 2013–2021 са десетте най-топли години в историята.
- 2021 г. беше и 45-ата поредна година (от 1977 г.) с глобални температури над средните за 20-ти век.
- Като цяло глобалната годишна температура се повишава със средна скорост от  $0,08^{\circ}\text{C}$  на десетилетие от 1880 г. насам и над два пъти по-висока ( $0,18^{\circ}\text{C}$ ) от 1981 г. насам.



Source: <https://data.giss.nasa.gov/gistemp/>

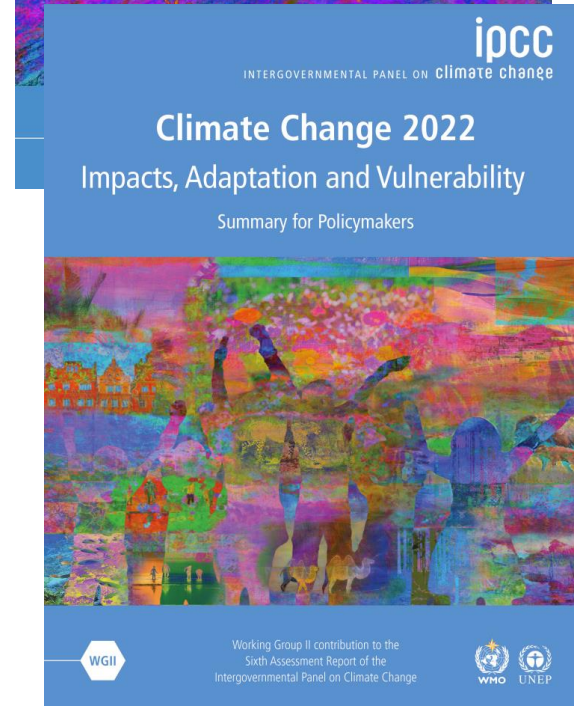
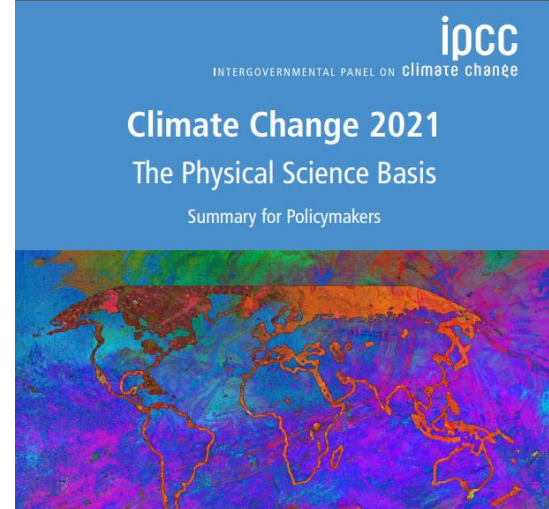




Erasmus+

# Шести доклад за оценка на IPCC

- Над 40% от световното население (3.3-3.6 В) ще бъде пряко засегнато от промените в климата (живеещи в уязвимите територии).
- В момента най-големите 10% от глобалните източници на емисии допринасят между 36 и 45% от емисиите, което е 10 пъти повече от най-бедните 10% – отговорни само за около 3 до 5%.
- Светът трябва да намали наполовина емисиите през следващото десетилетие, за да остане в рамките на 1,5C и да достигне нетни нулеви емисии до 2050 г.
- Промените в начина на живот и диетата ще бъдат от инструмент в борбата с глобалното затопляне, от въздържане от претопляне или преохлаждане на домовете до преминаване към растителна диета. Това може да намали емисиите с до 50% в сравнение със средната западна диета с интензивни емисии.
- От този момент нататък не трябва да се строят или разработват нови електроцентрали на изкопаеми горива, ако светът иска да остане в рамките на 1,5 C от повишаването на глобалната температура.

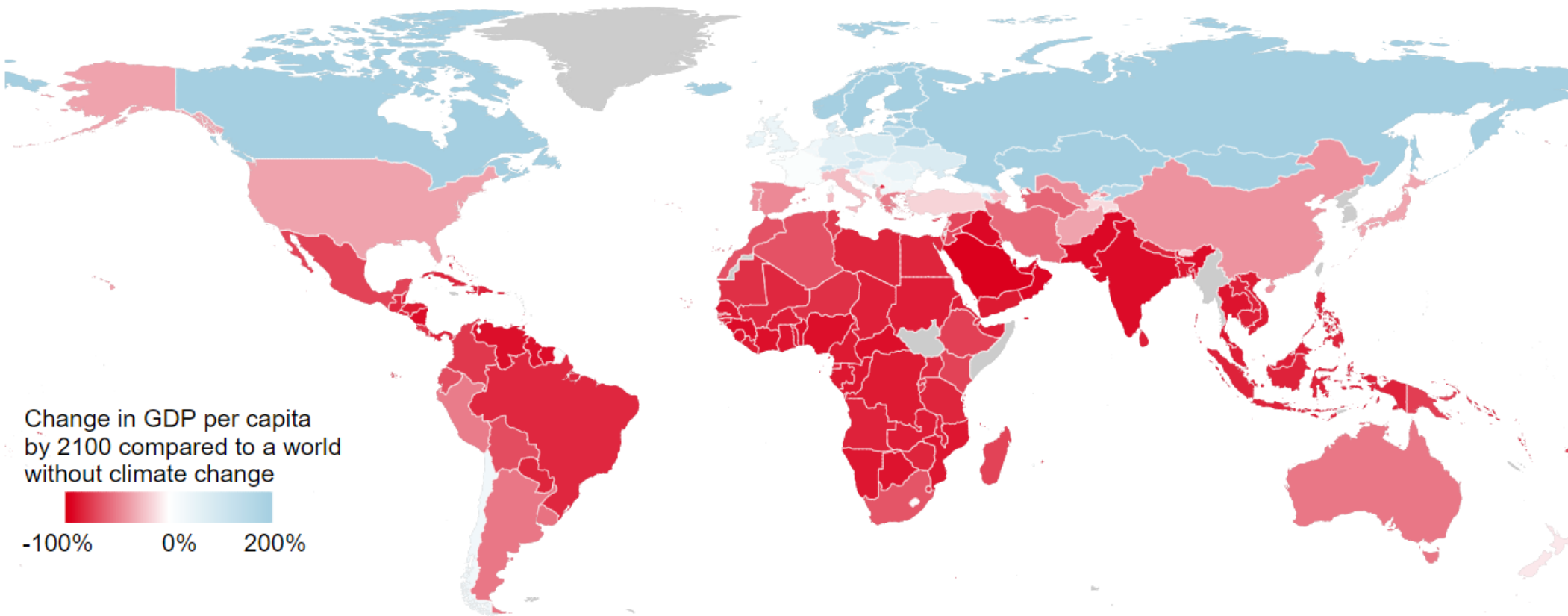


HIGH 5



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ





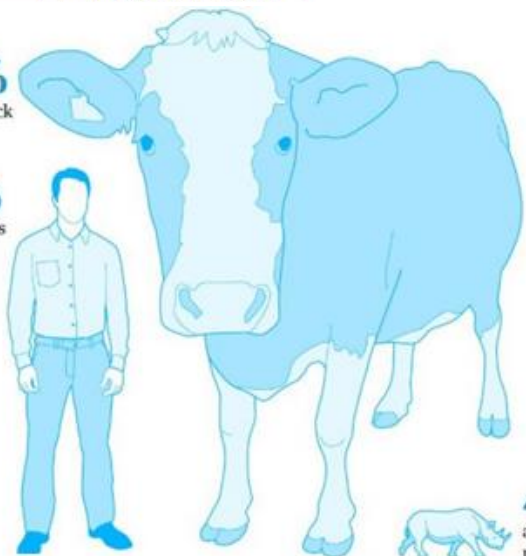
<https://web.stanford.edu/~mburke/climate/map.php>



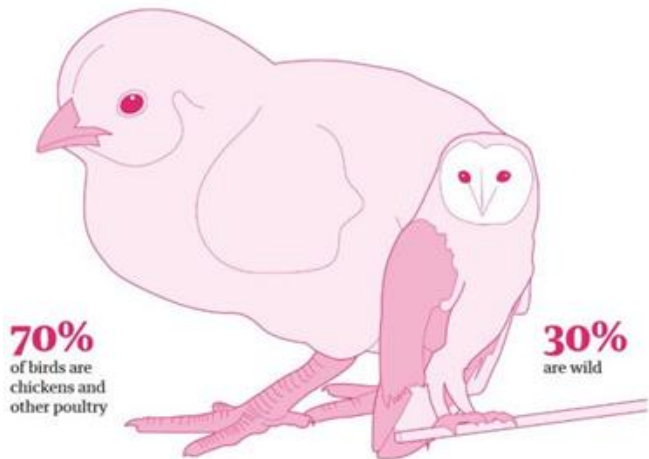
# Загуба на биоразнообразие

60%  
are livestock

36%  
are humans



4%  
are wild mammals



70%  
of birds are chickens and other poultry

30%  
are wild

## One in four species are at risk of extinction

Species assessed by the IUCN Red List



Amphibians  
**40%**



Conifers  
**34%**



Reef corals  
**33%**



Sharks and rays  
**31%**



Selected crustaceans\*  
**27%**



Mammals  
**25%**



Birds  
**14%**

\*Assessed species include lobsters, freshwater crabs, freshwater crayfishes and freshwater shrimps

Source: IUCN Red List of Threatened Species

BBC



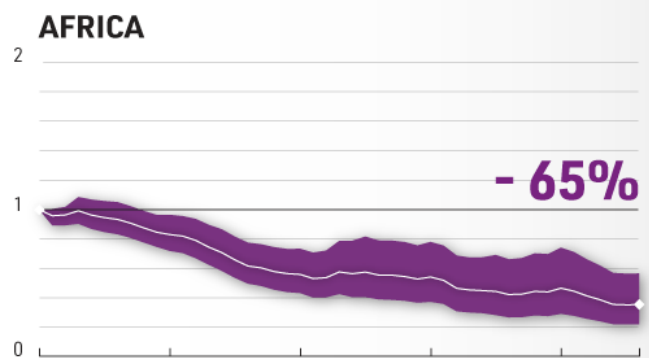
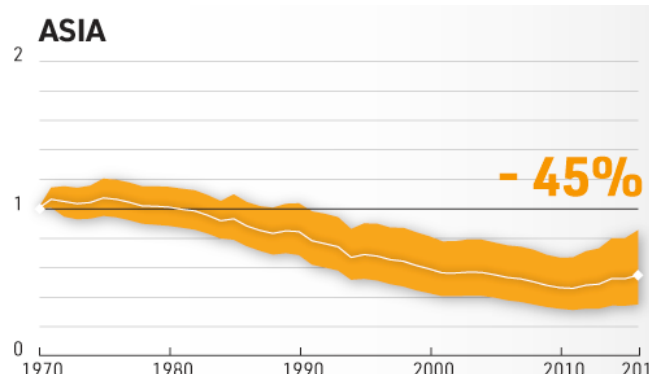
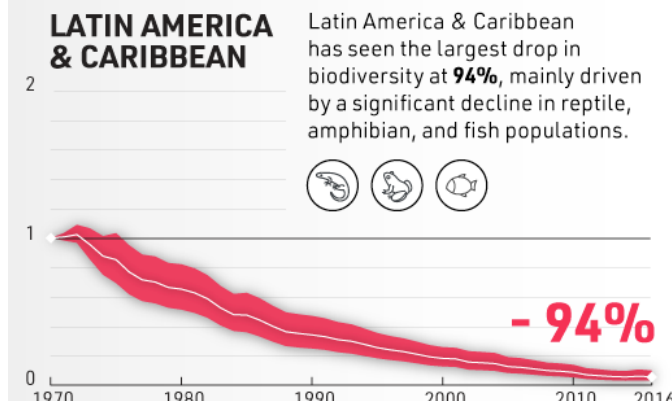
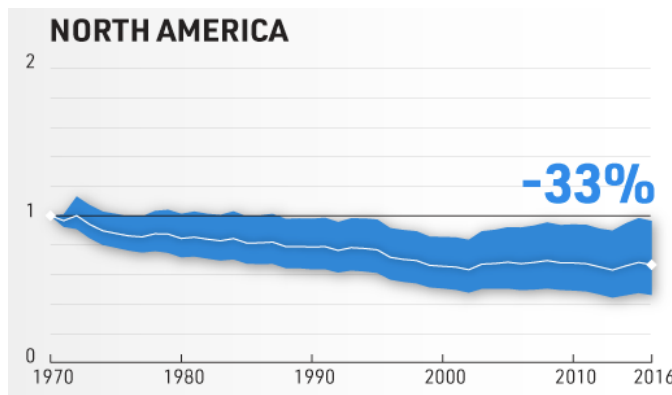
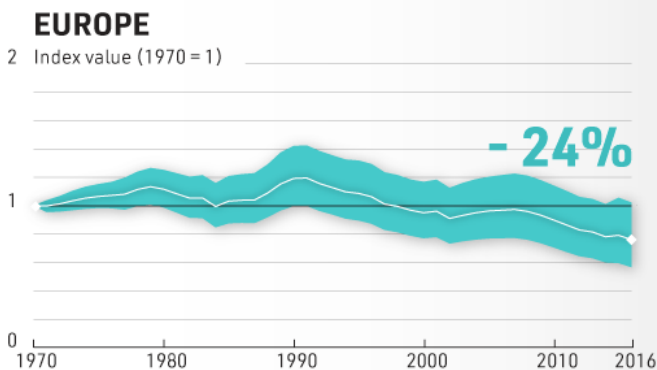
**HIGH 5**

# Различна отправна точка

The Living Planet Index (LPI) tracks the abundance of mammals, birds, fish, reptiles, and amphibians across the globe.



Between 1970 and 2016, vertebrate population sizes dropped by **68%** on average worldwide. However, this rate of this loss varies from region to region.



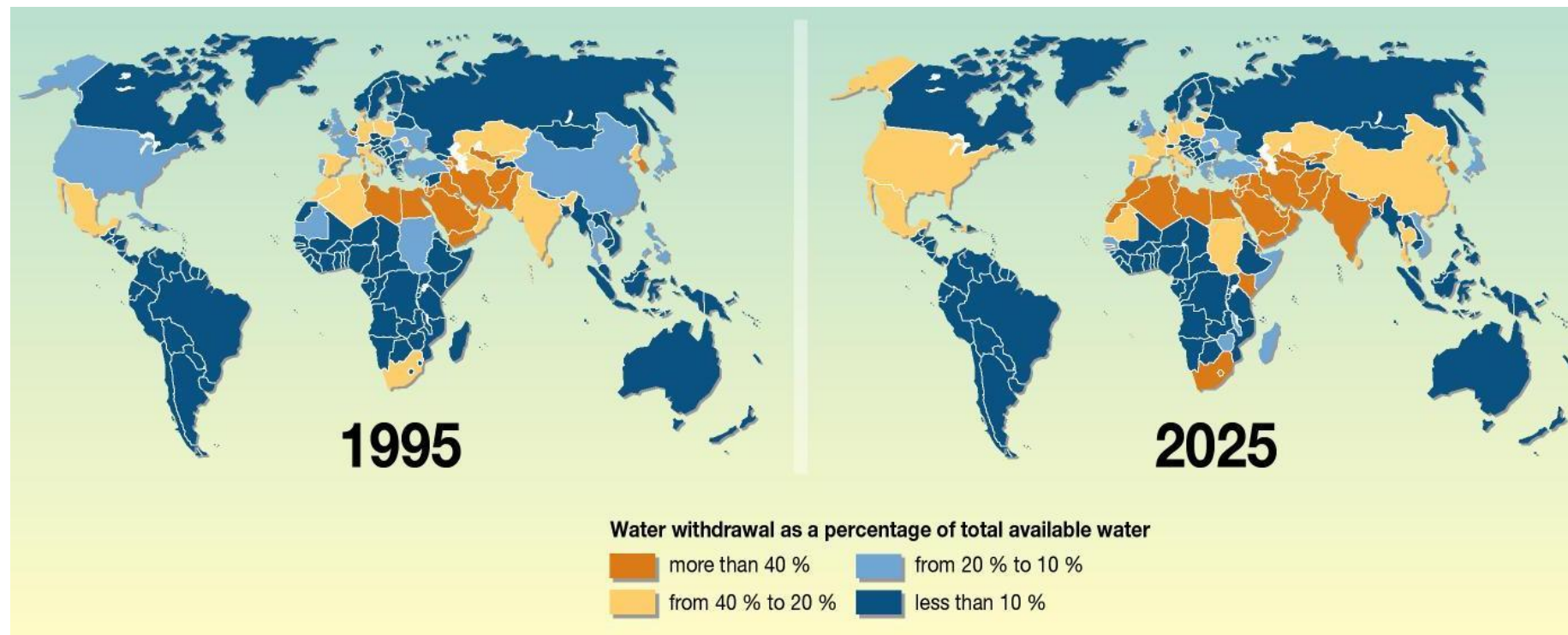
Source: <https://www.visualcapitalist.com/earths-biodiversity-loss-by-region/>

# Замърсяване и недостиг на вода



# Глобален воден стрес

- Само ~2,5% от наличната вода е прясна и само 1/3 от нея е в течна форма.



Source: <http://www.unep.org/dewa/vitalwater/article141.html>

# Глобален воден стрес

- 3,4 милиона души умират поради липса на чиста питейна вода.
- 1 милиард души нямат достатъчно вода.
- 4,5 милиарда души живеят в близост до <50 км от проблемен воден ресурс (замърсен, пресъхващ).
- До 2030 г. повече от половината хора ще страдат от липса на вода.
- До 2050 г. глобалната нужда от вода ще се увеличи с 55%.



# Първата документирана водна война

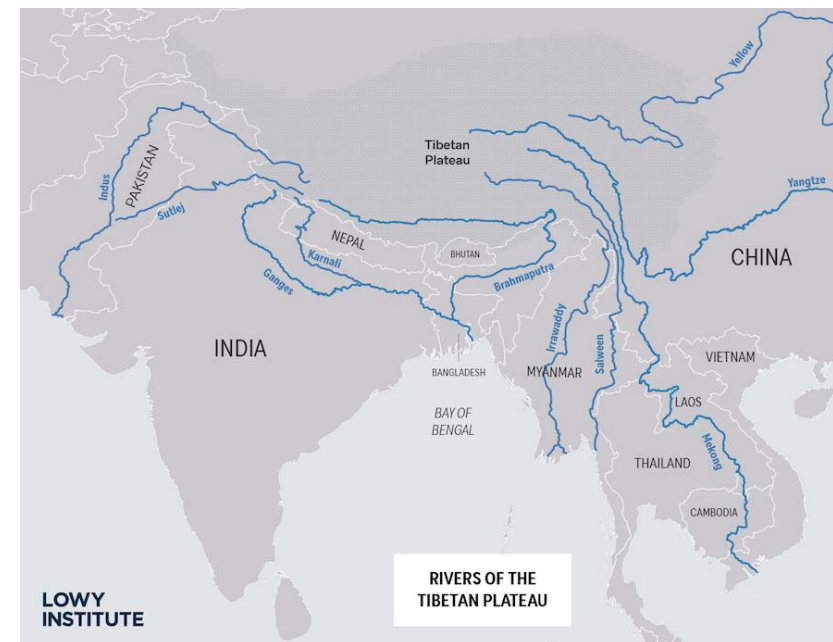


- Реките Тигър и Ефрат имат годишно пълноводие. Наводненията отлагат тиня, която е плодородна, богата почва, по бреговете на реките всяка година.
- Лагаш и Ума са били два шумерски града, разположени на 18 мили един от друг.
- Еанатум от Лагаш урежда границата с Ен-Аккале от Ума, което кара Ума да натрупа катастрофални дългове в земеделско богатство. По-късен крал на Умма, Ур-лума, не изплаща този дълг, но отклонява водата от канала и атакува Еанатума.
- „Еанатум, владетелят на Лагаш, влезе в битка“, гласи разказ, издълбан в древен каменен цилиндър, и „остави след себе си 60 мъртви войници на брега на канала“

[https://coll.ox.ac.uk/wiki/doku.php?id=umma\\_lagash\\_border\\_conflict](https://coll.ox.ac.uk/wiki/doku.php?id=umma_lagash_border_conflict)

# Геополитиката на водата в Азия

- Китай има собственост върху водите на Тибет, където започват седем от най-големите реки в Южна Азия - Инд, Ганг, Брахмапутра, Иравади, Салуин, Яндзъ и Меконг.
- Тези реки се вливат в Пакистан, Индия, Бангладеш, Мианмар, Лаос и Виетнам.
- 718 милиарда m<sup>3</sup> повърхностни води на година изтичат от Тибетското плато и администрираните от Китай региони Синдзян и Вътрешна Монголия към съседните страни.
- 48% от тази вода тече директно в Индия.
- В Салуин, Горен Меконг, Горен Яндзъ и Брахмапутра Китай планира да построи 120 гигавата нови водноелектрически централи (общо повече, отколкото която и да е друга страна е построила през цялата си история).



<https://www.lowyinstitute.org/>

# Бедност и неравенство

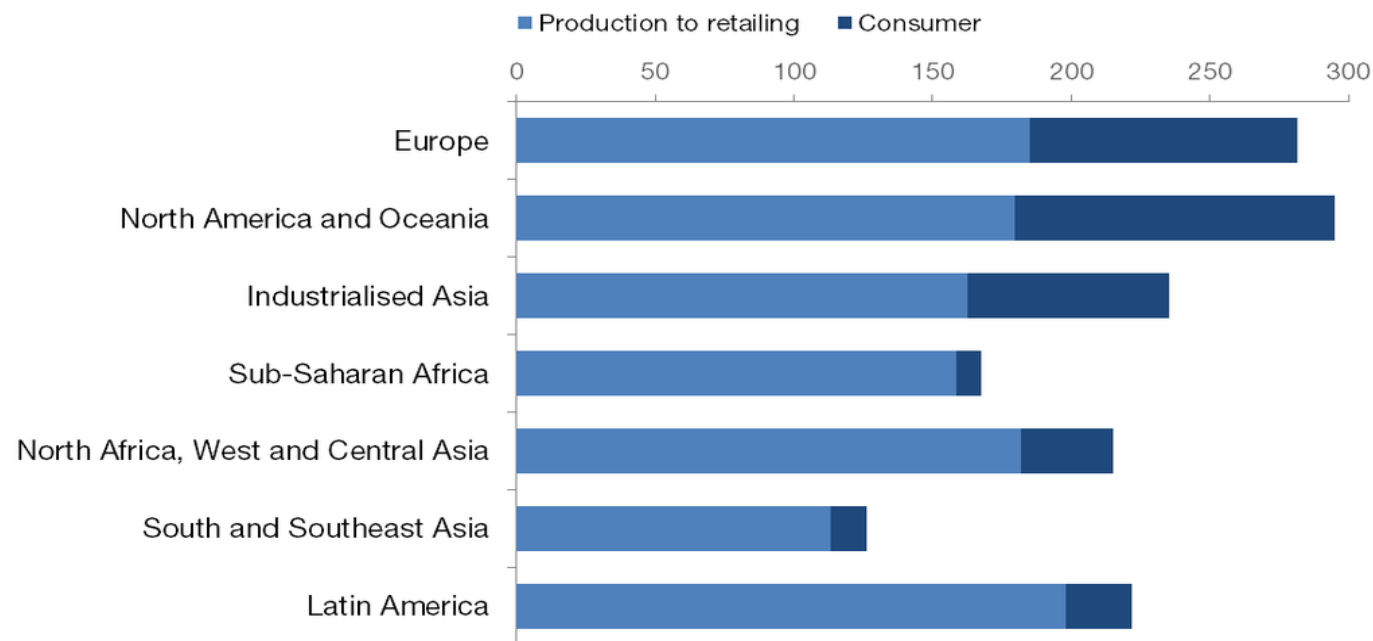
# Хранителни отпадъци

## Which regions waste the most food?

Per capita food losses and waste, kg/year

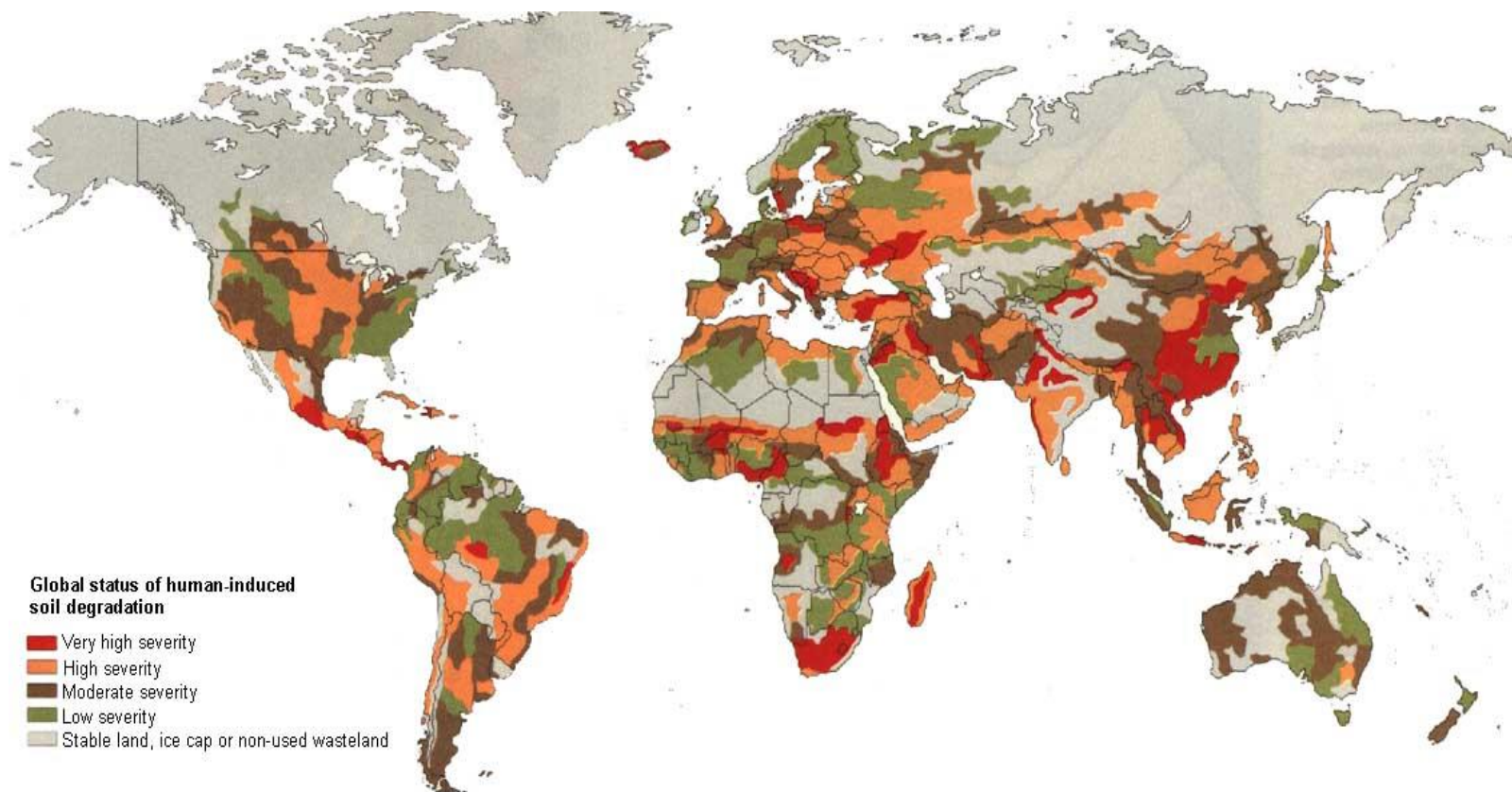


COMMITTED TO IMPROVING THE STATE OF THE WORLD



Source: The Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

# Деградация на почвата



Source: FAO



# Обезлесяване

## Where Most Primary Forest Is Lost

Countries with the largest area of primary forest loss in 2020 (in hectares)



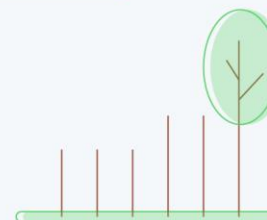
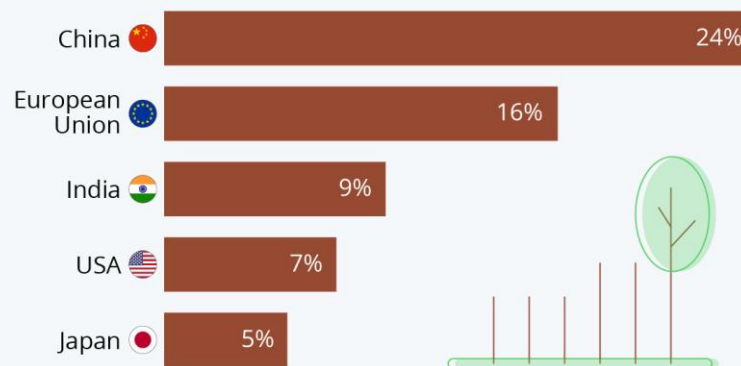
Rounded figures  
Source: World Resources Institute Global Forest Review



statista

## The Biggest Contributors to Tropical Deforestation

Share of tropical deforestation associated with international trade attributable to selected countries/areas 2005-2017\*



\* Based on data and findings from satellite imagery and trade flow analysis.  
Source: WWF



statista



# Какво можем да направим?



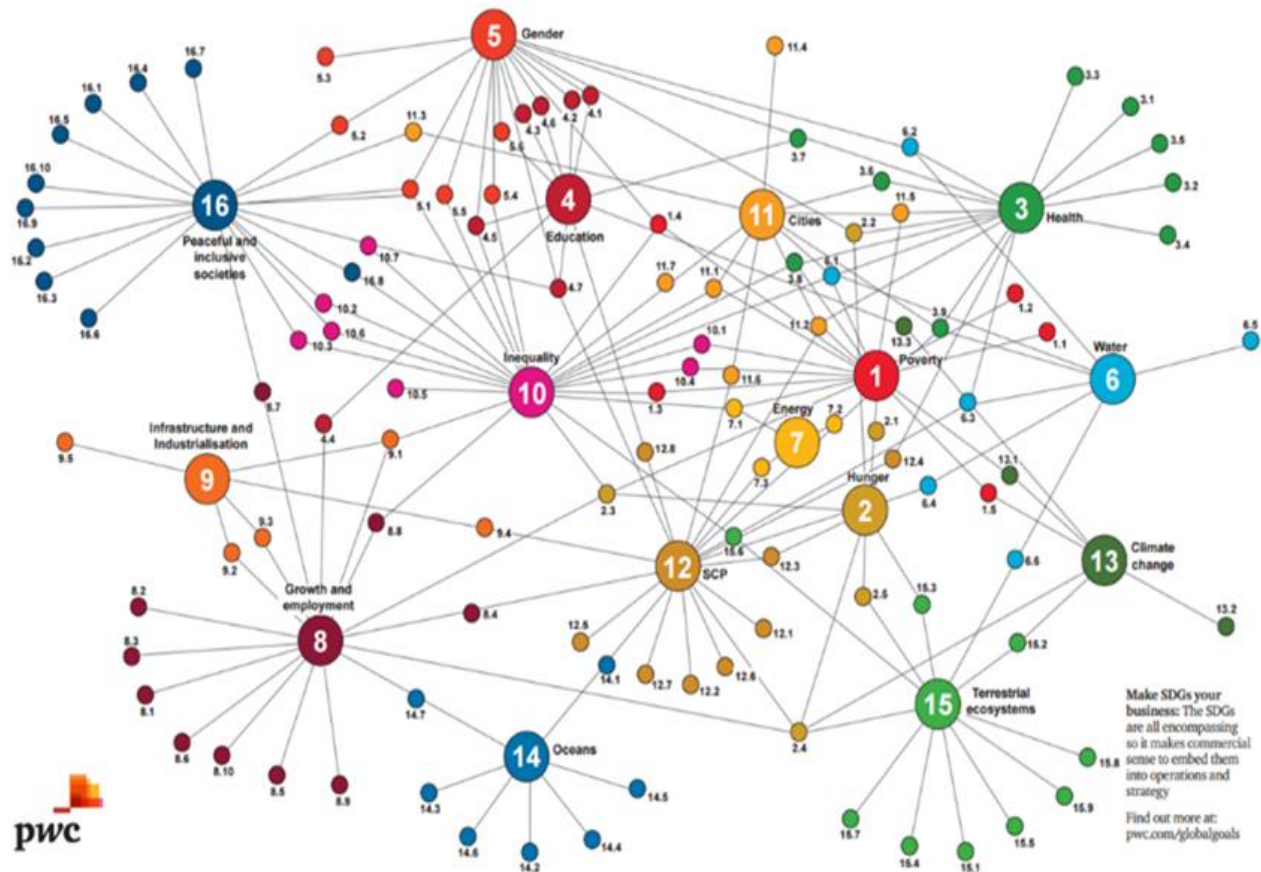
# Цели

- Набор от 17 цели за бъдещето на света до 2030 г
- Подкрепено от набор от 169 подробни цели
- Договорено в продължение на две години в ООН
- Прието от почти всички нации по света на 25 септември 2015 г



Source: <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>

# Интегриране на целите

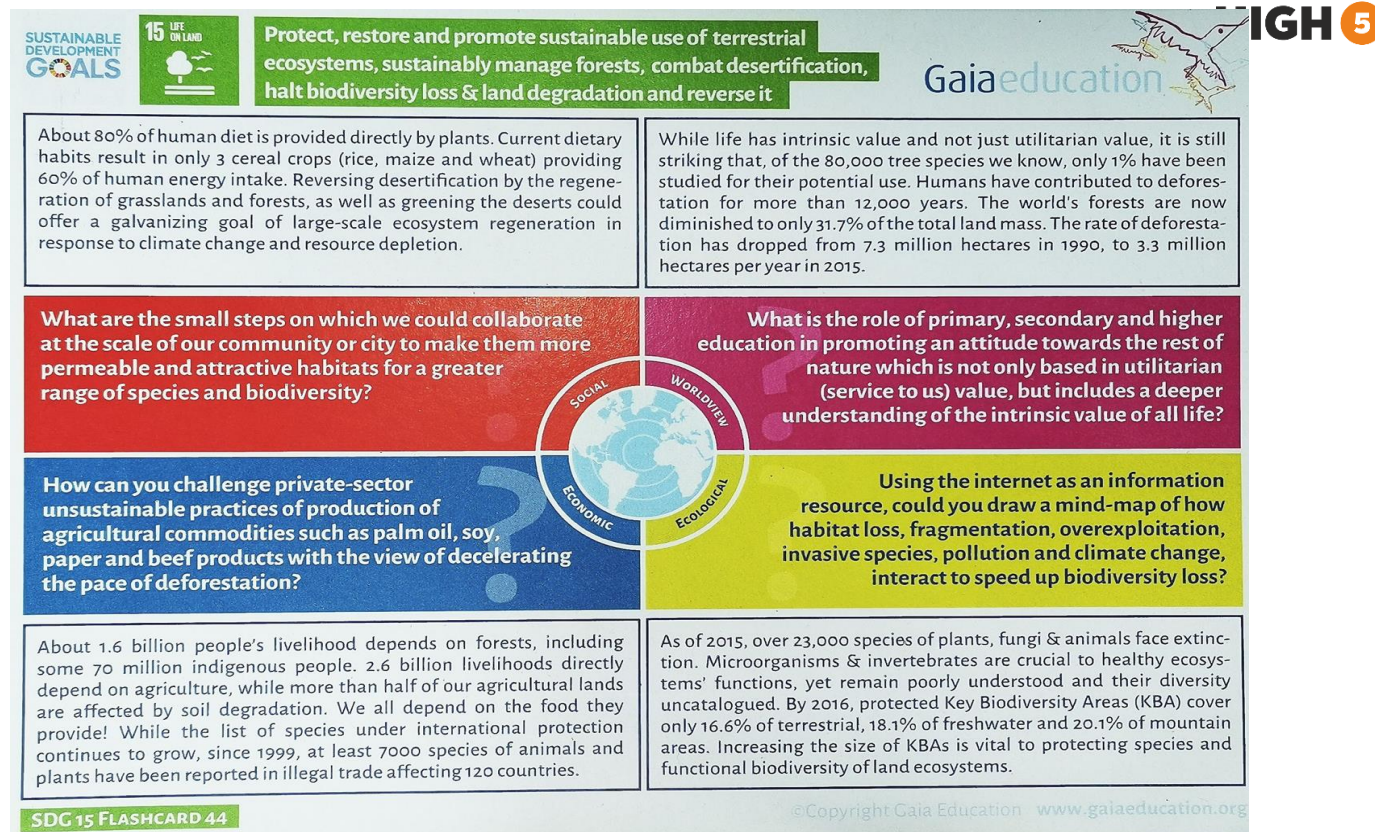


Source: <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>



# Карти

- Картите с целите на УР съдържат повече от 200 въпроса, свързани с четирите измерения - социално, ми­ро­г­ле­д­но, е­ко­ло­гич­но, и­ко­но­мич­ес­ко - ця­ло­стен си­сте­мен под­ход към ус­той­чи­вост­та за съв­мес­тно и­ден­ти­фи­ци­ра­не на дей­ст­вия и ре­ше­ния, на­со­че­ни към при­ла­га­не на гло­бал­ните це­ли по на­чи­ни, ко­ито са под­хо­дя­щи за тех­ния жи­вот и тех­ните об­щ­но­сти.



**SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS** 15 LIFE ON LAND

**Protect, restore and promote sustainable use of terrestrial ecosystems, sustainably manage forests, combat desertification, halt biodiversity loss & land degradation and reverse it**

**Gaiaeducation**

© Copyright Gaia Education www.gaiaeducation.org

**SDG 15 FLASHCARD 44**

About 80% of human diet is provided directly by plants. Current dietary habits result in only 3 cereal crops (rice, maize and wheat) providing 60% of human energy intake. Reversing desertification by the regeneration of grasslands and forests, as well as greening the deserts could offer a galvanizing goal of large-scale ecosystem regeneration in response to climate change and resource depletion.

While life has intrinsic value and not just utilitarian value, it is still striking that, of the 80,000 tree species we know, only 1% have been studied for their potential use. Humans have contributed to deforestation for more than 12,000 years. The world's forests are now diminished to only 31.7% of the total land mass. The rate of deforestation has dropped from 7.3 million hectares in 1990, to 3.3 million hectares per year in 2015.

**What are the small steps on which we could collaborate at the scale of our community or city to make them more permeable and attractive habitats for a greater range of species and biodiversity?**

**What is the role of primary, secondary and higher education in promoting an attitude towards the rest of nature which is not only based in utilitarian (service to us) value, but includes a deeper understanding of the intrinsic value of all life?**

**How can you challenge private-sector unsustainable practices of production of agricultural commodities such as palm oil, soy, paper and beef products with the view of decelerating the pace of deforestation?**

**Using the internet as an information resource, could you draw a mind-map of how habitat loss, fragmentation, overexploitation, invasive species, pollution and climate change, interact to speed up biodiversity loss?**

About 1.6 billion people's livelihood depends on forests, including some 70 million indigenous people. 2.6 billion livelihoods directly depend on agriculture, while more than half of our agricultural lands are affected by soil degradation. We all depend on the food they provide! While the list of species under international protection continues to grow, since 1999, at least 7000 species of animals and plants have been reported in illegal trade affecting 120 countries.

As of 2015, over 23,000 species of plants, fungi & animals face extinction. Microorganisms & invertebrates are crucial to healthy ecosystems' functions, yet remain poorly understood and their diversity uncatalogued. By 2016, protected Key Biodiversity Areas (KBA) cover only 16.6% of terrestrial, 18.1% of freshwater and 20.1% of mountain areas. Increasing the size of KBAs is vital to protecting species and functional biodiversity of land ecosystems.

Source: Gaia Education

# Допълнителна информация за целите на УР

- Преглед на индикаторите, включително метаданни и обяснения - <https://unstats.un.org/sdgs/indicators/database/> and [https://unstats.un.org/sdgs/indicators/Global%20Indicator%20Framework%20after%202020%20review\\_Eng.pdf](https://unstats.un.org/sdgs/indicators/Global%20Indicator%20Framework%20after%202020%20review_Eng.pdf)
- Профили на държави - <https://country-profiles.unstatshub.org/>
- Каталог на данните на ООН - <http://www.sdg.org/#>
- UN, GRI and PwC reporting guide - [https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI\\_UNGC\\_Business-Reporting-on-SDGs\\_Analysis-of-Goals-and-Targets.pdf](https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI_UNGC_Business-Reporting-on-SDGs_Analysis-of-Goals-and-Targets.pdf)
- Преглед на целите на УР - <https://sdg-tracker.org/>
- Доклад по целите на УР от 2019 - <https://www.sustainabledevelopment.report/>
- Доброволчески преглед на национални резултати - [https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/26136Estonia\\_Main\\_messages\\_VNR\\_Estonia\\_2020\\_700.pdf](https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/26136Estonia_Main_messages_VNR_Estonia_2020_700.pdf)
- Estonia specific tool - <https://tamm.stat.ee/>

# КРАЙ

This project has been co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union.

This publication reflects the views only of the author, the National Agency and European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

PUBLICATION FREE OF CHARGE





Erasmus+

Project no. 2019-1-PL01-KA203-065784



# Κръгова икономика



## Κръгова икономика

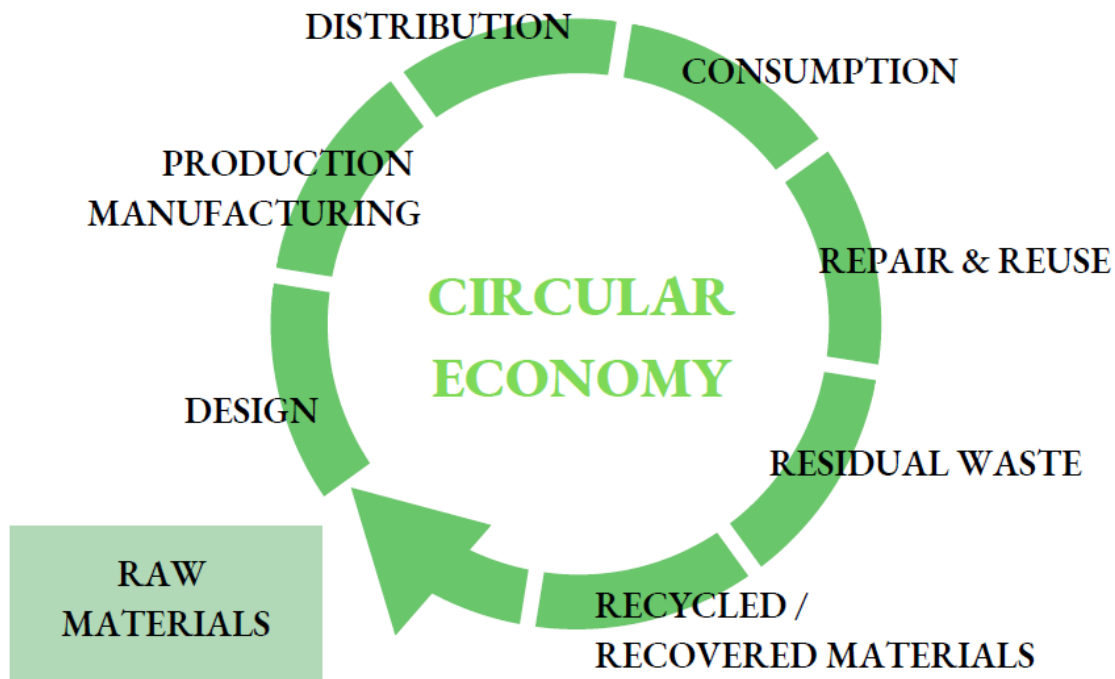
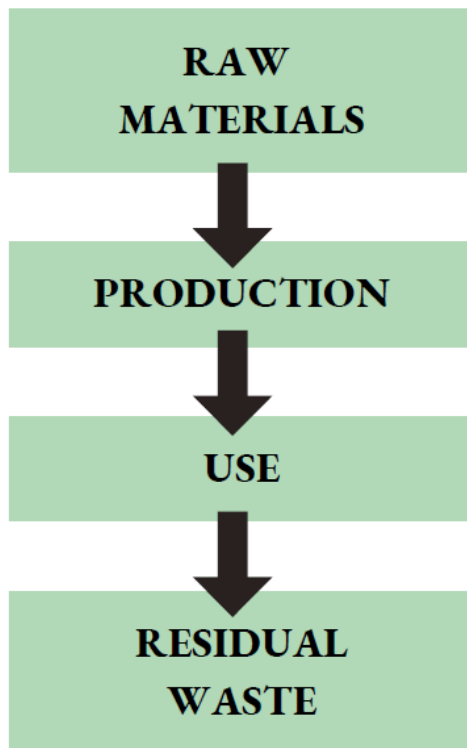
□ **представя устойчив начин както за производство на стоки и услуги, така и за принос към развитието на икономиката**

□ **базира се на три основни принципа:**

- 1) запазване и оценяване на природния капитал: контролиране на ограничените запаси и балансиране на потоците от възобновяеми ресурси;
- 2) оптимизиране на производителността на ресурсите чрез циркуляция на продукти, компоненти и материали, както в технически, така и в биологични цикли;
- 3) повишаване на ефективността на системата чрез намаляване на вредите за благосъстоянието на хората, например по отношение на храна, мобилност, подслон, образование, здравеопазване и развлечения и управление на външни фактори, свързани с използването на земята, въздуха, водата и шумовото замърсяване, отделяне на вещества и изменението на климата.



## LINEAR ECONOMY

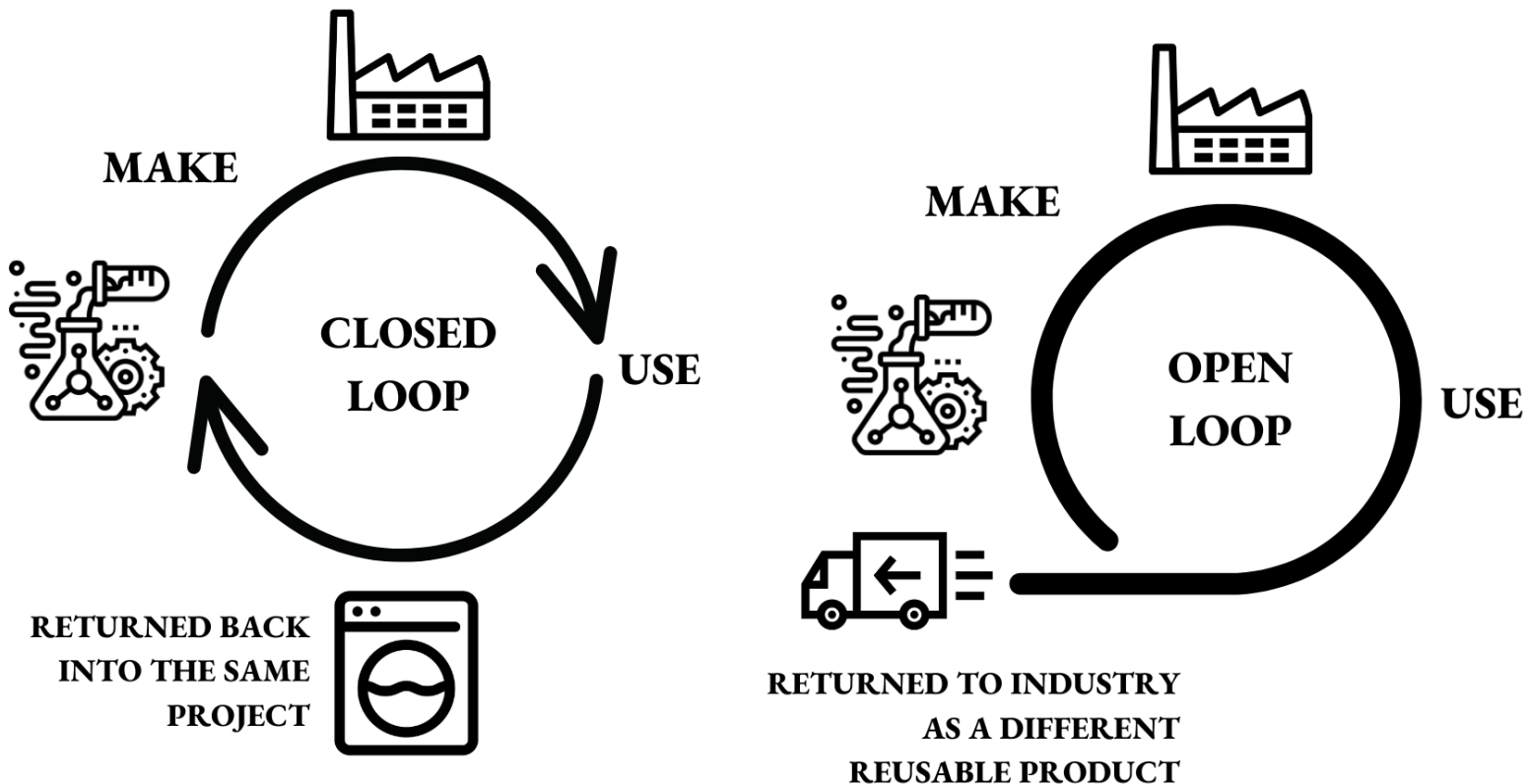


Source: Own creation



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ





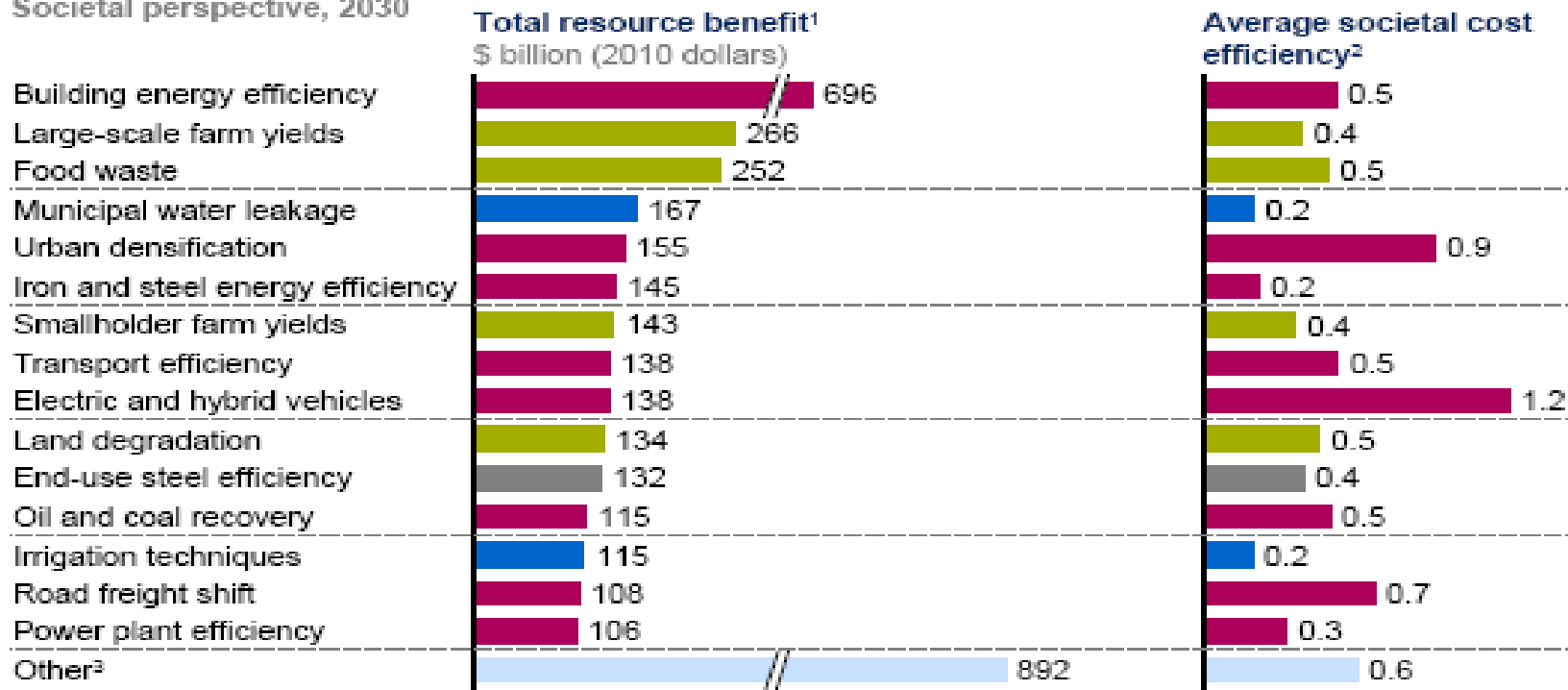
Closed Loop vs. Open Loop Recycling

Source: Own creation



## Fifteen groups of opportunities represent 75 percent of the resource savings

Societal perspective, 2030



1 Based on current prices for energy, steel, and food plus unsubsidized water prices and a shadow cost for carbon.

2 Annualized cost of implementation divided by annual total resource benefit.

3 Includes other opportunities such as feed efficiency, industrial water efficiency, air transport, municipal water, steel recycling, wastewater reuse, and other industrial energy efficiency.

SOURCE: McKinsey analysis

## Κръговата икономика може да се приложи в: индустрии

- **практически живот (индивиди и семейства)**
- **компании и институции**
- **градове и общество**
- **с цел социални иновации**
- **във връзка с всички заедно**





- ...“текстилното текстилното текстилното ...”текстилното производство е основен фактор за изменението на климата и произвежда около 1,2 милиарда тона CO2 еквивалент годишно. Според доклада на комисията по екологичен одит на парламента на Обединеното кралство „Fixing Fashion“ това е повече от общото количество, произведено от международните полети и морския транспорт взети заедно.

Производството на текстил също включва значително използване на ресурси: например, за производството на 1 kg памук са необходими между 10 000 и 20 000 литра вода. Още по-тревожно е, че Световната банка смята, че 20% от глобалното замърсяване на водата е причинено от текстилната обработка, което я прави вторият най-голям замърсител на сладководни ресурси на планетата.

Source: <https://www.bir.org/the-industry/textiles>

RECYCLING RATES  
FOR USED TEXTILES:

**26%**  
IN EUROPE

**15%**  
IN CHINA

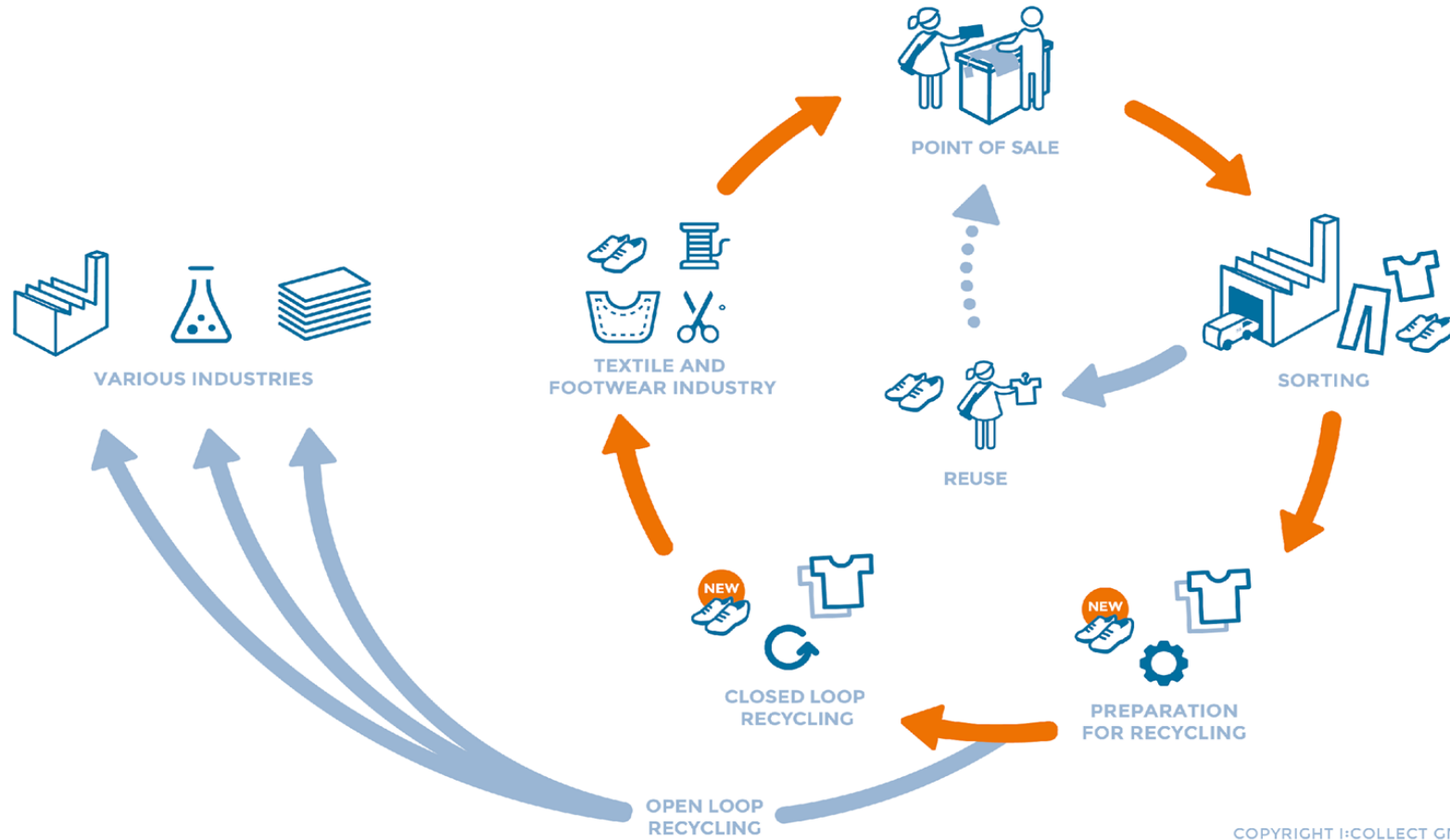
**12%**  
IN THE USA

**4%**  
IN HONG KONG



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ





COPYRIGHT I:COLLECT GMBH

## Важно е...

да се избират най-устойчивите производствени материали, които не замърсяват околната среда, биоразградими и с най-подходящите производствени процеси

да се предупреждава за най-добрите начини за справяне с употребата на текстил, като пране на текстил, как да ги използваш повторно или да можеш да ги даваш или продаваш втора употреба



# FACTS ABOUT RECYCLING GARMENTS

Only 15% of consumer-used clothing is recycled

Nearly 100% of textiles and clothing are recyclable

15+ million tons of used textile waste is generated in the U.S. each year

Synthetic clothing may take hundreds of years to decompose

the balance



Някои международни магазини вече са започнали кампании за устойчиви дрехи (напр. C&A, H&M, Mango, Zara) или повторна употреба/рециклиране (напр.: Intimissimi, H&M или Women Secret), които дават отстъпки при размяната на използвани дрехи

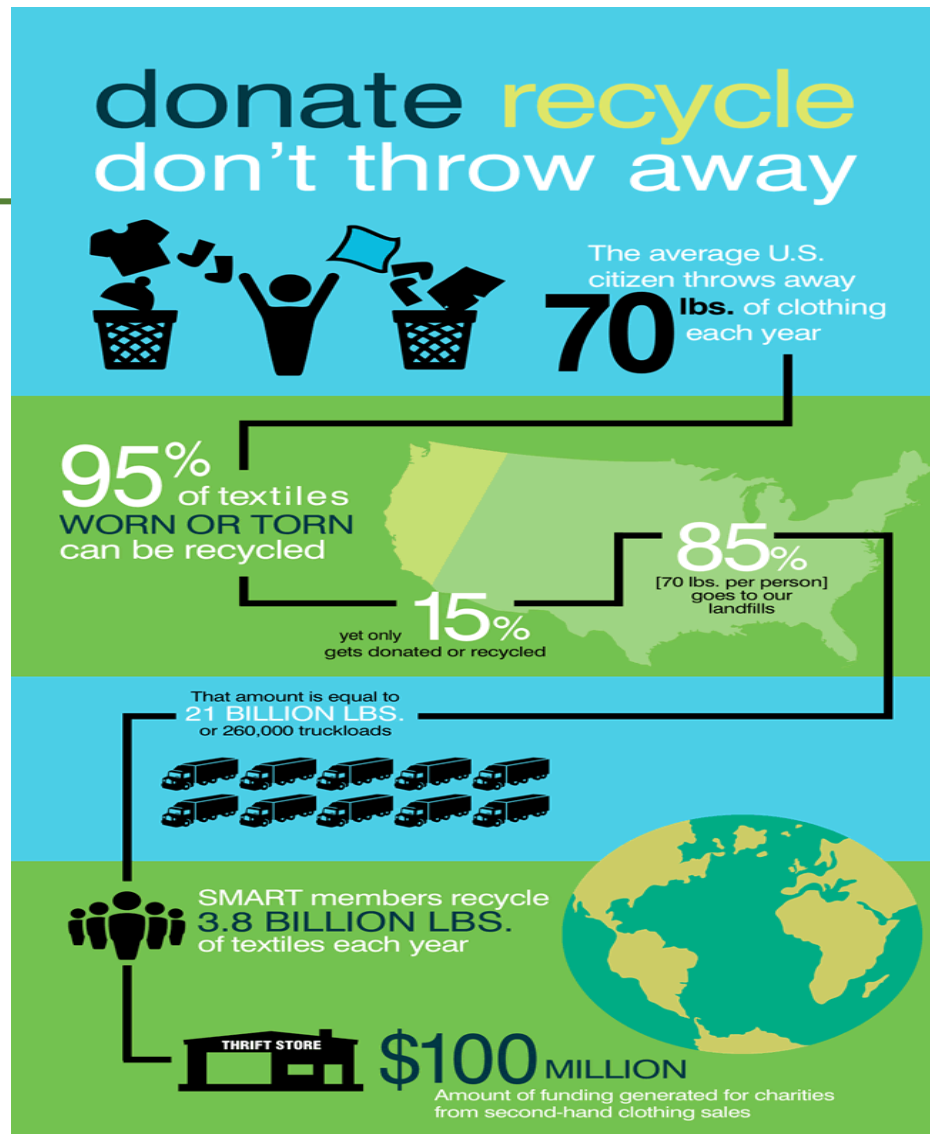


[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Intimissimi\\_vector\\_logo.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Intimissimi_vector_logo.svg)

<https://commons.wikimedia.org/wiki/File:H%26M-Logo.svg>

<https://www.c-and-a.com/uk/en/corporate/company>





Since 1932  
**SMART** SECONDARY MATERIALS™ AND RECYCLED TEXTILES™  
The Association of Wiping Materials, Used Clothing and Fiber Industries





# THE LIFE CYCLE OF SECONDHAND CLOTHING



What happens to your recycled used clothing?

Once a resident determines that their clothing, shoes, handbags, or household textiles have reached the end of their useful life, materials are collected by Simple Recycling and collected clothing is sorted and graded for condition.

**10-20%**  
Top quality materials are sold to local thrift stores where they create access to low cost clothing and jobs for local residents.

**80%**  
The vast majority of clothing collected is not resaleable in the U.S. so it is further sorted for international export or broken down for raw materials.

**45%**  
Reused and Repurposed  
Majority is exported as secondhand clothing.

**30%**  
Recycled and Converted  
Reclaimed wiping rags are used in various ways as industrial and residential absorbents.

**20%**  
Recycled into Fiber  
Post-consumer fiber is used to make home insulation, carpet padding, and raw material for the automotive industry.

Only 5% ends up as waste.



Thrift industry employs nearly 100,000 workers in the U.S. with over \$1 billion wages paid. In addition, private sector recyclers create an additional 15,000 to 20,000 jobs nationally.<sup>2</sup>

The textile recycling process follows the conventional recycling maxim of **Reduce, Reuse, Recycle!**

Sources:  
<sup>1</sup> EPS 2009 Federal MSW waste study; 3.8 billion lbs. recovered divided by 2010 U.S. Census Population 310 million  
<sup>2</sup> "Textile Recycling in the U.S." Report submitted to SMART by Dr. Jana Hawley PhD, Univ. of Missouri 2009  
<sup>3</sup> EPA 2009 Federal MSW waste study.

## **ΠΡΕΔΙΜΣΤΒΑ ΟΤ ΡΕΨΙΚΛΙΡΑΝΕ**

Βΰζςτανοβΰανето и ρεциклирането на текстил осигурΰва както екологични, така и икономически ползи чрез:

**Намаляване на нуждата от пространство за депониране.** Някои продукти от синтетични влакна не се разлагат, докато естествените влакна като вълната се разлагат, но произвеждат метан, който допринася за глобалното затопляне.

**Намаляване на натиска върху необработените ресурси.** Това включва материали, традиционно използвани в текстила като памук и вълна, както и масло и други химикали, използвани за производството на синтетични влакна.

**Намаляване на замърсяванията.**

**Намаляване на консумацията на вода и енергия.**

**Намаляване на търсенето на багрила и фиксиращи агенти.** Това от своя страна минимизира проблемите, причинени от тяхното използване и производство.

Source: <https://www.bir.org/the-industry/textiles>

Проблем: **Кръгова икономика, приложена към темата на вашата група**  
Търсене на:

i) **Интегрирано решение, което да се прилага от**

- потребители/семејства в практическият живот (индивиди и семејства)
- производители, фирми и/или институции
- градове и общество

и

ii) **проектирајте кръгова схема, която илустрира вашето интегрирано предложение.**

# Край

This project has been co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union.

This publication reflects the views only of the author, the National Agency and European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Erasmus+

Project no. 2019-1-PL01-KA203-065784



# Предприемач Agile Management





## Предприемач

" Предприемачът купува на цени, определени в настоящето, за да продава на несигурни цени в бъдеще. Предприемачът се издържа с несигурен доход, за разлика от друг работник, който има фиксирана заплата. "

Cantillon, 1755

Uncertainty  
taker



Едно изобретение позволява да се произвежда нещо поевтино. Първо дава печалба на предприемачите... и тази печалба... е неуловима сума, която предприемачите хващат, но не могат да задържат.

То се изплъзва между пръстите им и се дарява на всички членове на обществото. Ако не беше този интервал, предприемачите като такива нямаше да получат нищо, колкото и да добавят към световната производствена сила.

Clarke (1899, 1907)

Dynamic  
Theory



HIGH 5

Предприемаческата дейност включва:

- (а) поемане на риск;
- (б) енергична дейност;
- (в) лична отговорност;
- (г) пари като мярка за резултати;
- (д) предвиждане на бъдещи възможности и ;
- (е) организационни умения.

McClelland (1961)

Traits  
School



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ





## Предприемач

“Предприемачът е човек, който е специализиран във вземането на преценки за координирането на оскъдни ресурси.”

Casson (1982, 2003)

Ролите на предприемача в историята на икономическата теория включват: 1) поема риск, свързан с несигурност, 2) доставя капитал, 3) новатор, 4) вземащ решения, 5) лидер, 6) мениджър, 7) организатор и координатор, 8) собственик, 9) работодател на производствени фактори, 10) изпълнител, 11) арбитър, 12) разпределител на ресурси.

Предприемачът се характеризира главно с иновативно поведение и ще използва практики за стратегическо управление в бизнеса.

Carland et al. (1984)

Behavior  
School

Hebert and Link (1988)

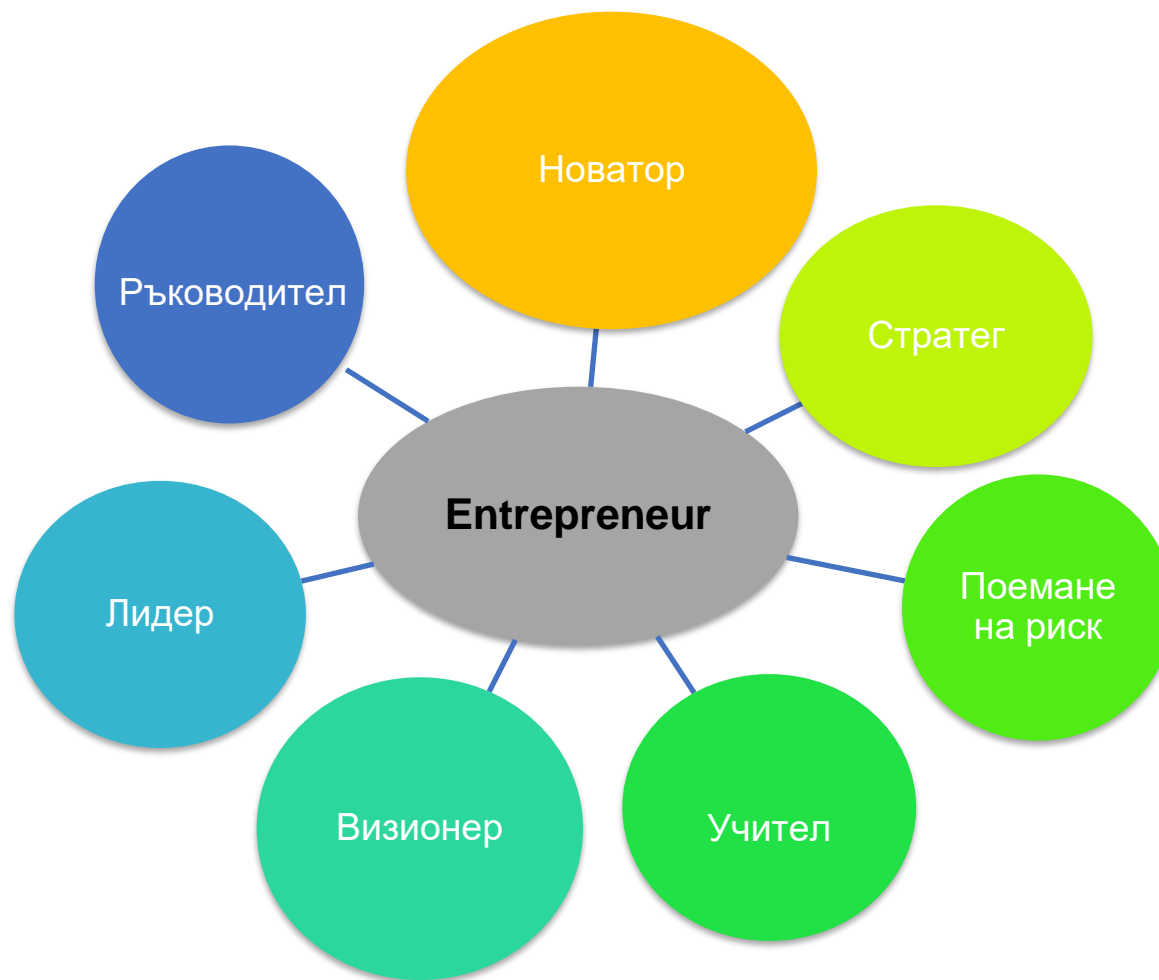
Combination

Strategic  
thinker

## Какво е предприемач?

Предприемачеството е начин на мислене, разсъждение и действие, който е обсебен от възможности, холистичен в подхода и балансирано лидерство.

Timmons and Spinelli (2008)

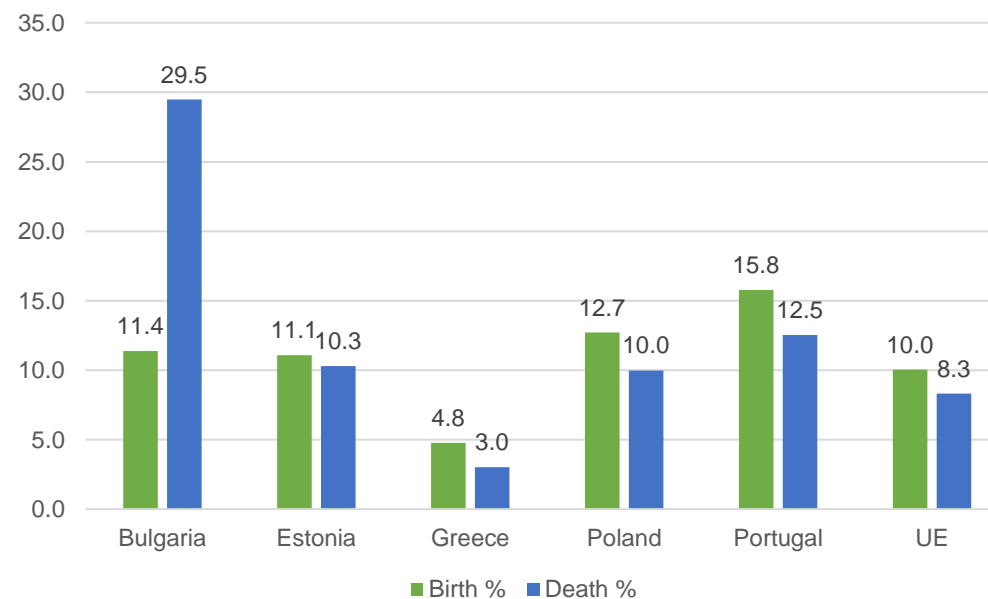


Source: Own creation

2019	Birth %	Death %	Enterprises
Bulgaria	11,4	29,5	348.667
Estonia	11,1	10,3	82.263
Greece	4,8	3,0	717.680
Poland	12,7	10,0	2.022.248
Portugal	15,8	12,5	930.303
UE	10,0	8,3	23.168.929

Източник: Евростат

### Създаване и фалит на бизнеса в ЕС - 2019 г



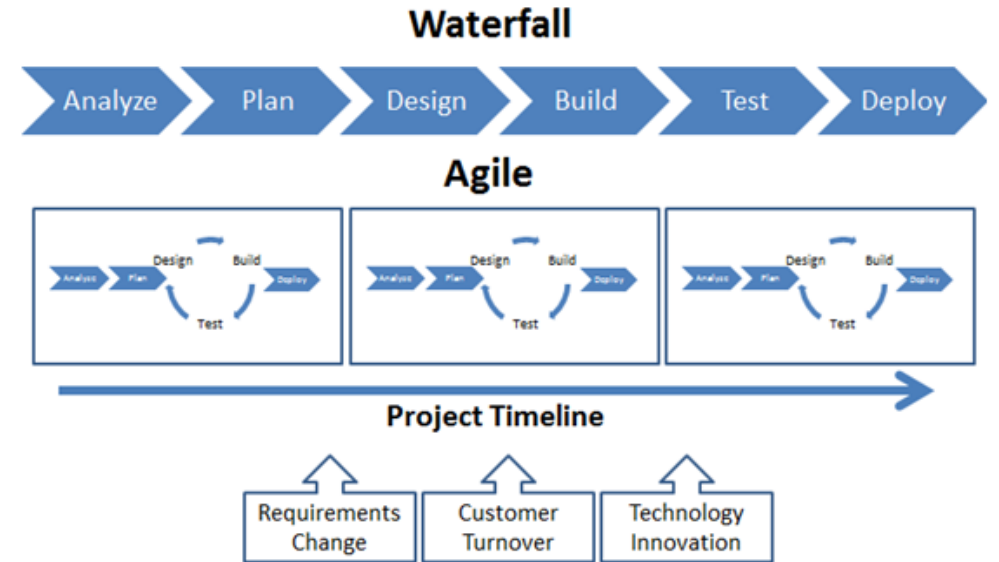
Източник: Евростат

# Agile Management

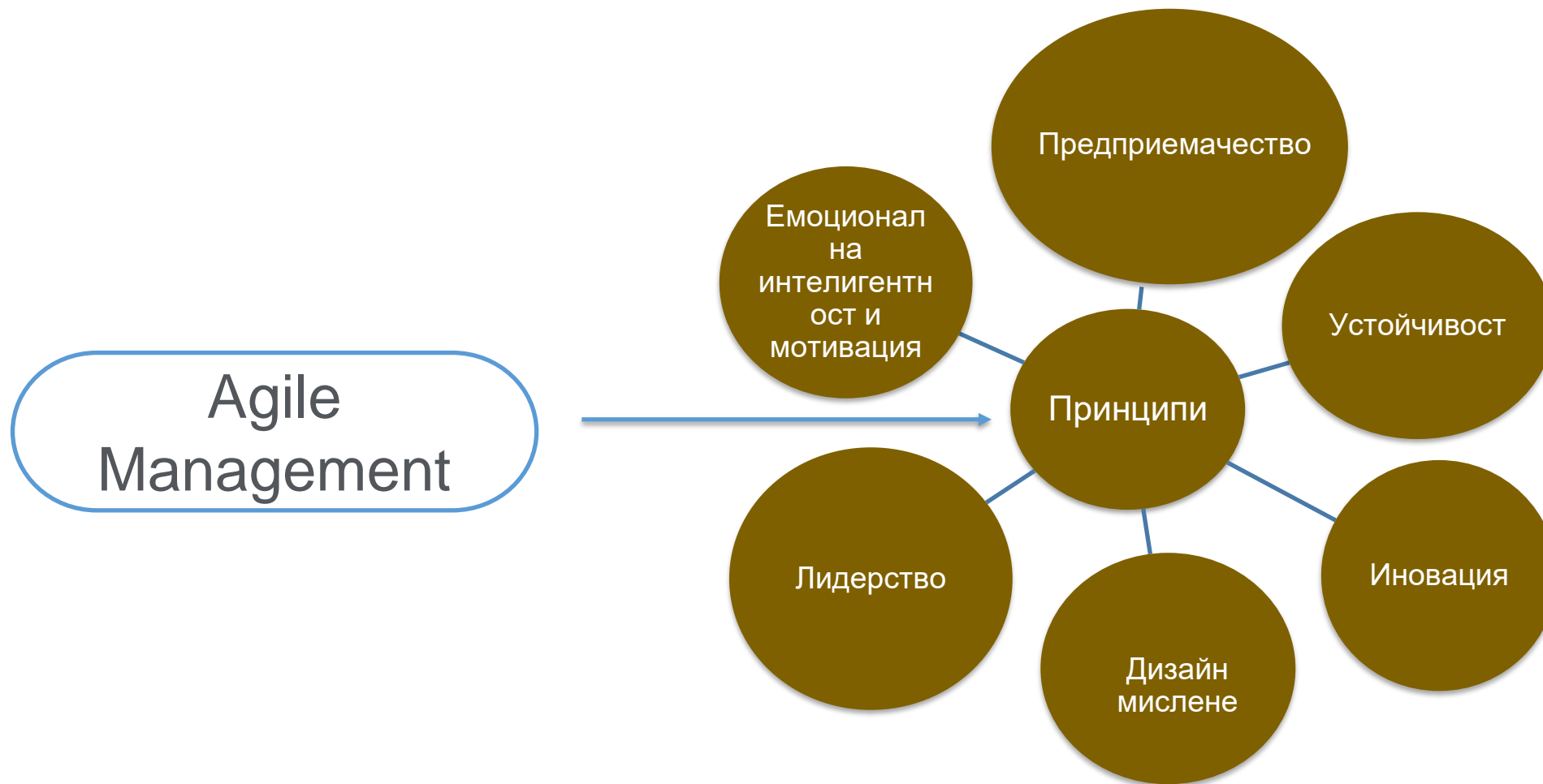
## The 4 Agile Values



Источник: productplan.com



Источник: undefined.photos



Source: Own creation

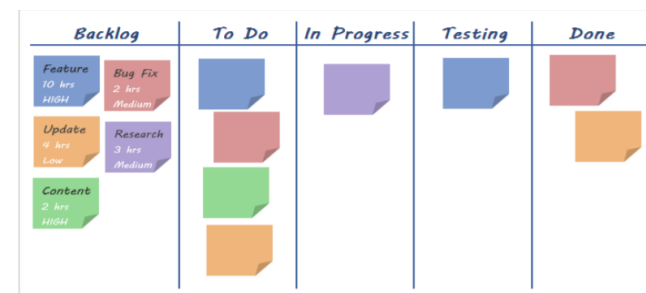


Источник: tataandhoward.com

Концепции за поддръжка и развитие

Agile Management

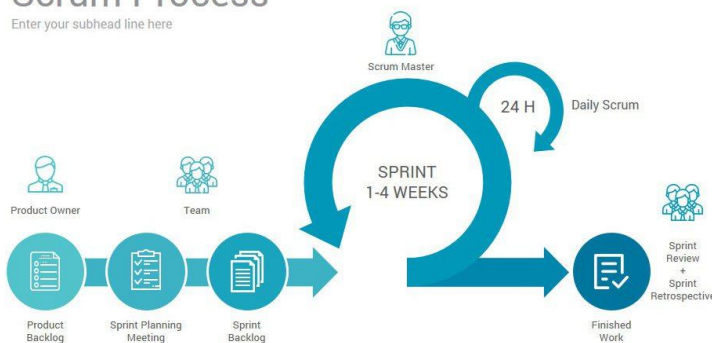
Kanban methodology



Источник: agilecockpit.com

Scrum Process

Enter your subhead line here



Источник: planview.com

Цели и ключови резултати

DESIGN THINKING

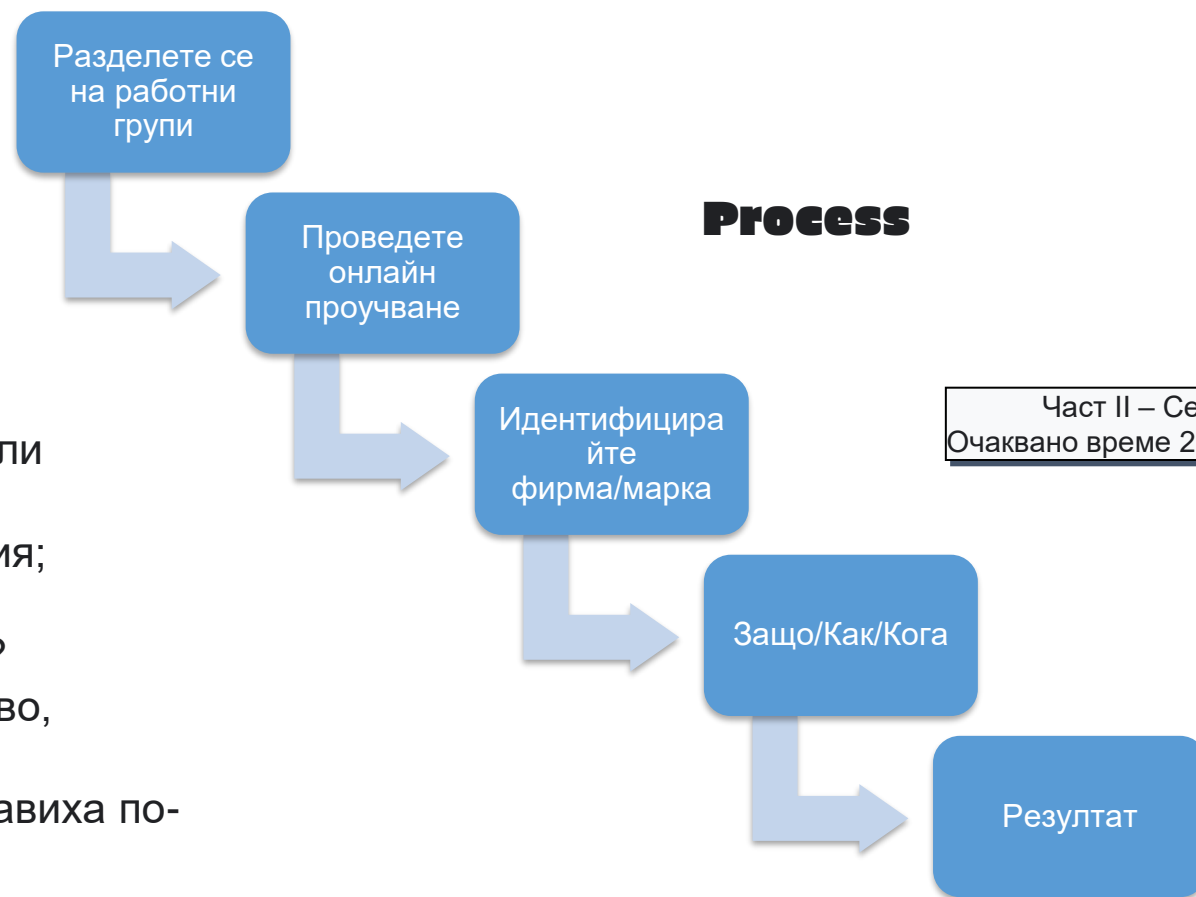


Источник: innos.at



### Цели:

- Определете причините, които са мотивирали промяната;
- Определете дали е иновация или адаптация;
- Значението на дизайн мислене в процеса;
- Стана ли компанията по-устойчива? Защо?
- Каква промяна: финансов подход, лидерство, манталитет
- Въздействие на промяната;
- Защо бяха те, предприемачи, и какво направиха по-различни;
- Обмисляли ли са кръговата икономика в процеса



Част II – Семинар  
Очаквано време 20 – 30 минути

# Agile Management

## Групова дискусия на констатациите :

- Представяне на случая
- Обяснете техния избор
- Те бяха новатори или се адаптираха към техните нужди
- Резултатът
- Добри примери за мерки, предприети от компаниите
- Защо дизайн мисленето е толкова важно в процеса
- Значението на устойчивостта в бъдещето на компаниите
- Защо кръговата икономика е важна в производствения процес
- Важността да бъдеш предприемач

Part II – Workshop  
Estimated time 20 – 30 minutes

# КРАЙ

This project has been co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union.

This publication reflects the views only of the author, the National Agency and European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

PUBLICATION FREE OF CHARGE



Erasmus+

Project no. 2019-1-PL01-KA203-065784



# Κορπορατιβνα σοτσιάλνα ΟΤΓΟΒΟΡΝΟΤ

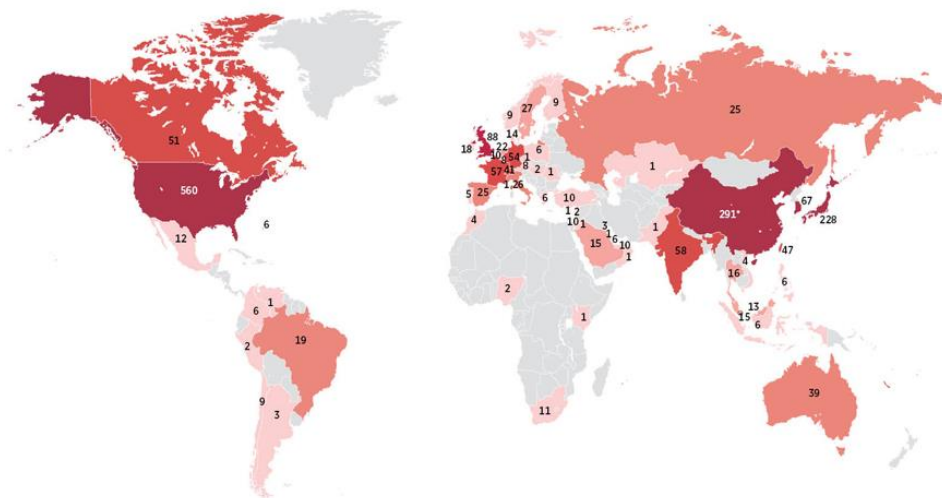


Κακβο е KCO/CSR?



# Κορποραтивна социална отговорност

## GLOBAL 2000



Източник: Forbesindia

Μултинационалната компания е корпоративна организация, която притежава и контролира производството на стоки или услуги в поне една страна, различна от родната ѝ страна, която може да извършва бизнес по целия свят и има за основна цел да реализира печалба. (ПРИМЕР: Exxon (САЩ), Chevron (САЩ), Saudi Aramco (Саудитска Арабия), Газпром (Русия), Китайската национална петролна корпорация (Китай), Equinor (бивш Statoil на Норвегия), TOTAL (Франция) и ENI (Италия))



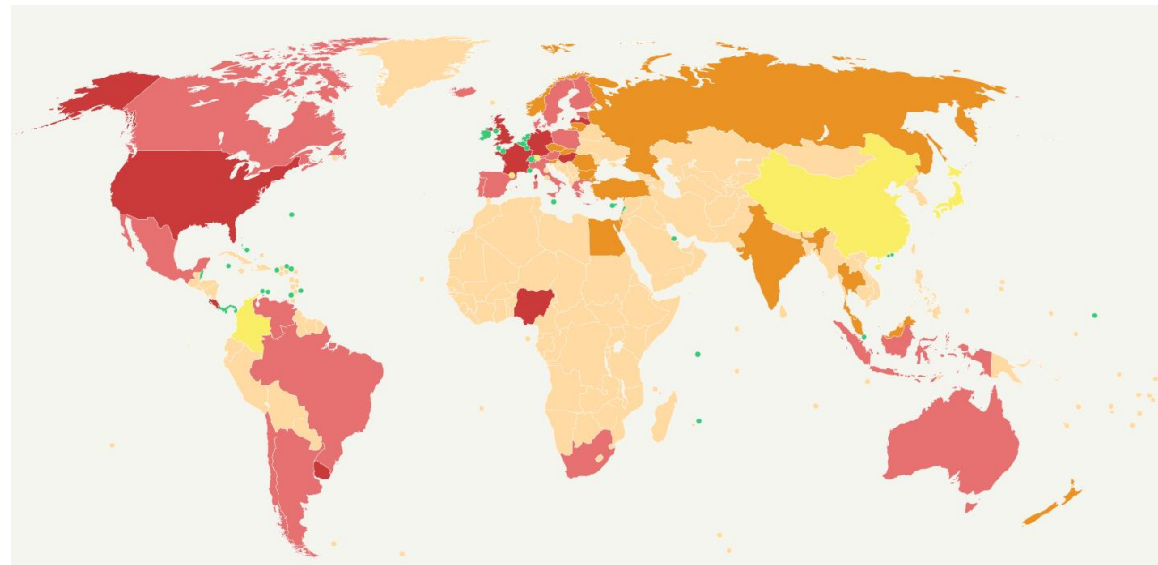
### THE TOP 100

THE TOP 100		COUNTRY CODES	
1 ● ICBC	CN	51 ▼ SIEMENS	GE
2 ● CHINA CONSTRUCTION BANK	CN	52 ▲ BOEING	US
3 ▲ JPMORGAN CHASE	US	53 ▲ AMAZON.COM	US
4 ▼ BERKSHIRE HATHAWAY	US	54 ▲ TD BANK GROUP	CA
5 ▲ AGRICULTURAL BANK OF CHINA	CN	55 ▼ PROCTER & GAMBLE	US
6 ▲ BANK OF AMERICA	US	56 ▼ ING GROUP	NE
7 ▼ WELLS FARGO	US	56 ▼ POSTAL SAVINGS BANK OF CHINA	CN
8 ▲ APPLE	US	58 ▲ HONDA MOTOR	JA
9 ▼ BANK OF CHINA	CN	59 ▲ SUMITOMO MITSUI FINANCIAL	JA
10 ▲ PING AN INSURANCE GROUP	CN	60 ▼ GOLDMAN SACHS GROUP	US
11 ▲ ROYAL DUTCH SHELL	NE	61 ▲ INTESA SANPAOLO	IT
12 ▼ TOYOTA MOTOR	JA	62 ▲ INDUSTRIAL BANK	CN
13 ● EXXON MOBIL	US	63 ▼ NOVARTIS	SZ
14 ▲ SAMSUNG ELECTRONICS	KO	64 ▲ GLENCORE INTERNATIONAL	SZ
15 ▼ AT&T	US	65 ▼ BANCO BRADESCO	BR
16 ▲ VOLKSWAGEN GROUP	GE	66 ▲ PRUDENTIAL	UK
17 ▲ HSBC	UK	67 ▼ FORD MOTOR	US
18 ● VERIZON COMMUNICATIONS	US	67 ▼ IBM	US
19 ▲ BNP PARIBAS	FR	69 ▼ CVS HEALTH	US
20 ▼ MICROSOFT	US	70 ▼ SHANGHAI PUDONG DEVELOPMENT	CN
21 ▲ CHEVRON	US	71 ▼ COMMONWEALTH BANK	AU
22 ▲ ALLIANZ	GE	72 ▼ WALT DISNEY	US
23 ▲ ALPHABET	US	73 ▼ PRUDENTIAL FINANCIAL	US
24 ▼ WALMART	US	73 ▲ ROSNEFT	RU
25 ▼ CHINA MOBILE	HK	75 ▲ ENEL	IT
26 ● TOTAL	FR	76 ▼ CITIC PACIFIC	HK
27 ▼ SINOPEC	CN	77 ▲ FACEBOOK	US
28 ▲ UNITEDHEALTH GROUP	US	78 ▲ METRO	DE
29 ▼ DAIMLER	GE	Forbes Global 2000: The world's biggest companies	
30 ▲ PETROCHINA	CN	80 ▲ SAIC MOTOR	CN
31 ▲ BANCO SANTANDER	SP	81 ▲ ALIBABA	CN
32 ▲ CHINA MERCHANTS BANK	CN	82 ▲ BASF	GE
33 ▼ AXA GROUP	FR	83 ▲ RELIANCE INDUSTRIES	IN
34 ▼ COMCAST	US	84 ▼ CHINA STATE CONSTR ENGINEERING	CN
35 ▲ CHINA LIFE INSURANCE	CN	85 ▼ CHINA CITIC BANK	CN
36 ▲ BP	UK	86 ▲ SONY	JA
37 ▼ MITSUBISHI UFJ FINANCIAL	JA	87 ▼ WESTPAC BANKING GROUP	AU
38 ▼ BANK OF COMMUNICATIONS	CN	88 ▼ BANK OF NOVA SCOTIA	CA
39 ▼ SOFTBANK	JA	88 ▲ BRITISH AMERICAN TOBACCO	UK
40 ▲ BMW GROUP	GE	90 ▼ CHINA MINSHENG BANKING	CN
41 ▲ ANHEUSER-BUSCH INBEV	BE	91 ▲ EQUINOR	NO
42 ▲ ROYAL BANK OF CANADA	CA	92 ▲ AIA GROUP	HK
43 ▼ GAZPROM	RU	93 ▼ ROCHE	SZ
44 ▲ PFIZER	US	94 ▲ LLOYDS BANKING GROUP	UK
45 ▼ ITAÚ UNIBANCO	BR	95 ▲ ENI	IT
46 ▼ NIPPON TELEGRAPH & TEL	JA	96 ▲ CHARTER COMMUNICATIONS	US
47 ▲ SBERBANK	RU	97 ▼ NISSAN MOTOR	JA
48 ▼ NESTLE	SZ	98 ▲ LUKOIL	RU
49 ▲ INTEL	US	99 ▼ UNITED TECHNOLOGIES	US
50 ▲ MORGAN STANLEY	US	100 ▼ BAYER	GE

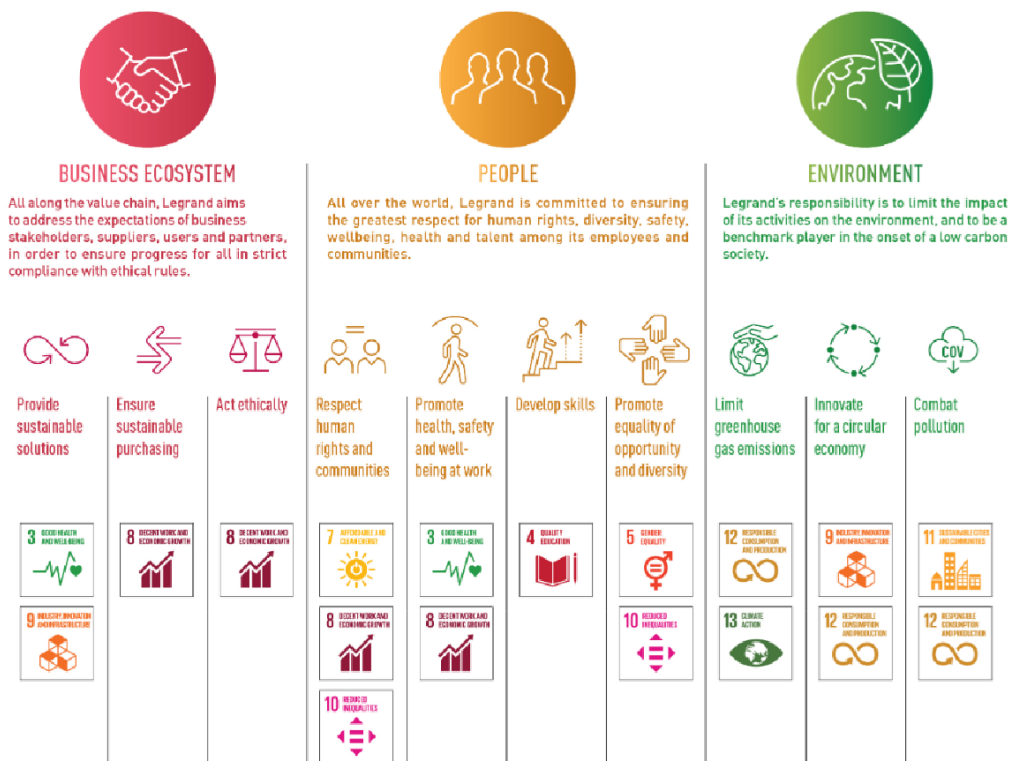
Source: Forbesindia Sept. 2018

- Първите 10 компании са китайски и северноамерикански
- Азиатско-тихоокеанският регион води със 792 компании, 40% от целия списък
- Нарастващото значение на китайската икономика в света
- Значението на петролните компании все още е много голямо

- Мултинационалните фирми прехвърлят печалби към данъчни убежища, за да намалят глобалните си данъчни сметки. (ПРИМЕР: Ирландия, Бермуди).
- Близко 40% от мултинационалните печалби се прехвърлят към данъчни убежища всяка година.
- В световен мащаб над 900 милиарда долара (2018 г.) печалби са прехвърлени към такива данъчни убежища от мултинационални компании от всички страни.



Source: [missingprofits.world](http://missingprofits.world)









Source: Legrand Companie

Екологичната корпоративна социална отговорност (ECSR) е концепция, при която компаниите интегрират загрижеността за околната среда в своите бизнес операции и взаимодействието със заинтересованите страни, без да компрометират икономическото представяне.

## Соса-Солa (области на фокус)

- Устойчива опаковане
  - Управление на водата
- В нашите продукти
- Устойчиво земеделие
  - Решения за климата
  - Качество и безопасност на продукта

 <p><b>Water Leadership</b></p>	 <p><b>Total Beverage Portfolio</b></p>	 <p><b>World Without Waste</b></p>
<p>Through our 2030 Water Security Strategy, we're focused on increasing water security through a context-based approach to water replenishment, advocacy for smart water policies and responsible water use across our operations and supply chain.</p> <p><b>WATER LEADERSHIP</b> ⓘ</p>	<p>We offer a portfolio of drinks for consumers' beverage needs and preferences, and are continuing to seek opportunities to reduce added sugar. We rolled out a new and improved formulation of Coca-Cola Zero Sugar.</p> <p><b>TOTAL BEVERAGE PORTFOLIO</b> ⓘ</p>	<p>We ramped up investments in partnerships with NGOs and innovators like The Ocean Cleanup in 2021. We also set a new industry-leading goal to significantly boost our use of reusable packaging by 2030, which aims to drive collection rates while simultaneously reducing our carbon footprint.</p> <p><b>WORLD WITHOUT WASTE</b> ⓘ</p>
 <p><b>Climate</b></p>	 <p><b>People and Communities</b></p>	 <p><b>Sustainable Agriculture</b></p>
<p>Building on the progress of decarbonizing our system by achieving our 2020 climate goal, our 2030 science-based target is to reduce absolute greenhouse gas emissions by 25% against a 2015 baseline.</p> <p><b>CLIMATE</b> ⓘ</p>	<p>In 2021, we took action to create a better shared future through investments in economic empowerment; diversity, equity and inclusion; and giving through The Coca-Cola Foundation.</p> <p><b>PEOPLE &amp; COMMUNITIES</b> ⓘ</p>	<p>Our Principles for Sustainable Agriculture advance sustainable sourcing of our agricultural ingredients at the farm level, taking a longer-term perspective to reflect our expanding portfolio, increasingly diverse supply chains and the most recent science to support farmer livelihoods and ensure continuity of supply.</p>

Source: Coca-Cola Company



ESG означава околна среда, социална среда и управление, трите най-важни нефинансови фактора за една компания. Това е стратегически и аналитичен подход, който се използва много широко от институционални инвеститори и анализатори за оценка на ефективността на устойчивостта. Всъщност, според Janus Henderson Investors, британски глобален мениджър на активи, ESG днес е „основата на устойчивото и отговорно инвестиране за всяка компания“. Обществото и заинтересованите страни все повече искат информация за това как компаниите управляват въпроси, свързани с устойчивостта.



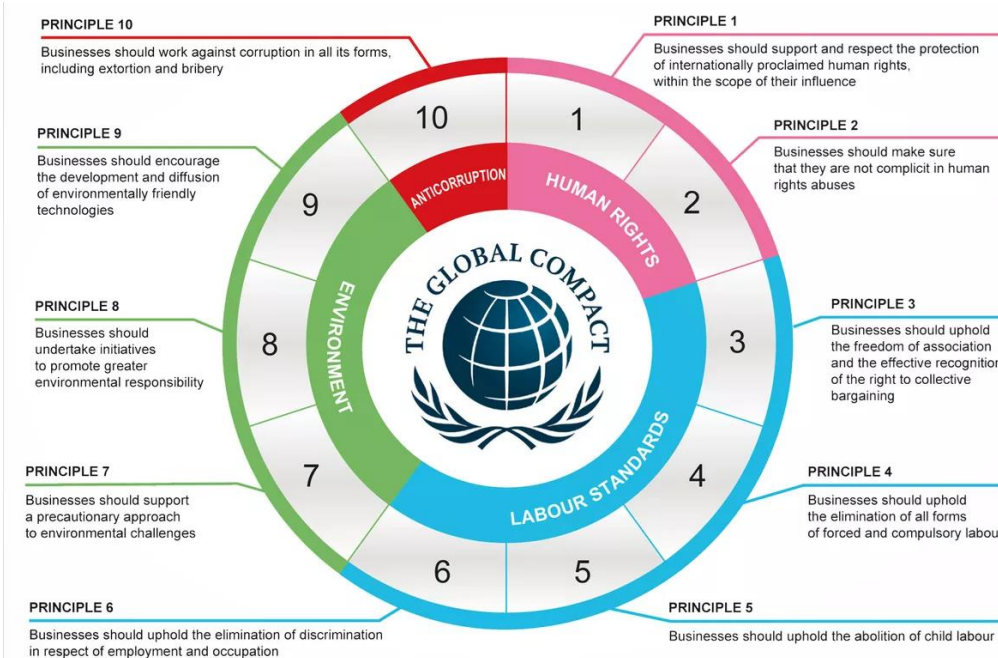
Source: Iberdrola Companie





## Десетте принципа на Глобалния договор на ООН

Глобалният договор на ООН е необвързващ пакт на Организацията на обединените нации за насърчаване на бизнеса и фирмите по света да приемат устойчиви и социално отговорни политики и да докладват за тяхното прилагане. Глобалният договор на ООН е основана на принципи рамка за бизнеса, посочваща десет принципа в областта на човешките права, труда, околната среда и антикорупцията.



Source: United Nations



Какво е Greenwashing???

- Това е поведение или дейност, която кара хората да вярват, че една компания прави повече за опазване на околната среда, отколкото е в действителност.

- Това е, когато една организация изразходва повече време и пари, за да се рекламира като екологично чиста, отколкото за действително минимизиране на въздействието си върху околната среда.

Това е измамен маркетингов трик, предназначен да подведе потребителите, които предпочитат да купуват стоки и услуги от екологични марки.



## 15 ОТВАРЯЩИ ОЧИ СТАТИСТИКИ ЗА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ

Как клиентите да разберат дали компаниите не лъжат относно отговорността на социалната корпорация?

1. 70% от американците вярват, че е „донякъде“ или „много важно“ компаниите да направят света по-добро място.
2. 77% потребителите са мотивирани да купуват от компании, ангажирани да направят света по-добро място, докато 73% от инвеститорите заявяват, че усилията за подобряване на околната среда и обществото допринасят за техните инвестиционни решения.
3. 41% от инвеститорите на хилядолетието полагат значителни усилия, за да разберат практиките на корпоративната социална отговорност на компанията, в сравнение със само 27% от Gen X и 16% от бейби бума.
4. 25% от потребителите и 22% от инвеститорите цитират политика на „нулева толерантност“ към компании, които възприемат съмнителни практики на етичния фронт.
5. Мнозинството от американските потребители (55%) смятат, че е важно компаниите да заемат позиция по ключови социални, екологични и политически въпроси.

# КРАЙ

This project has been co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union.

This publication reflects the views only of the author, the National Agency and European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

PUBLICATION FREE OF CHARGE



Erasmus+

Project no. 2019-1-PL01-KA203-065784



# Презентации със силно въздействие



# Какво е презентация

- Вербална комуникация
- + някои помощни инструменти



# Силата на вербалната комуникация

Мартин Лутър Кинг, имам една мечта(1.48)





# Значението на вербалната комуникация

Вербалната комуникация има по-голямо въздействие от писмената!

Всички помним нещо, което „някой каза“

В ежедневието си общуваме

В различни форми

# Значението на вербалната комуникация

- По-директна комуникация на идеи
- Междудличностна комуникация
- По-малко формално, по-малко твърдо
- Незабавни реакции, може да наблюдаваме другите, докато говорим
- По-ефективен при решаване на проблеми и разрешаване на конфликти

# Какво означава ....

Обикновено комуникация лице в лице

- Публиката ни вижда

Какво е важно

- Какво казваме
- Как изглеждаме

Така че за въздействие е важно

- Ораторът трябва да покаже вяра в думите си
- Презентацията трябва да отговаря на нуждите на публиката

# Често срещани проблеми при словесни презентации

Ние всички комуникираме устно ежедневно

- Вербалната комуникация е естествена дейност

Но когато говорим пред публика, стресът променя начина, по който срещаме

- Някои почти представят различна личност от истинската си

Нямаме достатъчно време да кажем всичко, което желаем

# Какво е важно в една презентация

Да предадат централното послание

За поддържане на вниманието на публиката

Да преследвам ангажираност на публиката

Да оставим личността си да се прояви

Те предполагат ....

- Изразяване на нашите идеи ясно
- Емпатия, разбиране на реакциите на публиката
- Избягване на претоварване с информация

# Кой е добър оратор?

Някой с правилна граматика и синтаксис?

или ...

Някой, който представя ясно послание

Предоставя подходящи и добри примери

Помага на публиката да следва

Изисква се практика!



# Подготовка на презентация

Пример за избягване

Структура

- Въведение
- Преглед
- Какво правят другите
- Нашето предложение
- Изводи

Използва се дори в конференции

Публиката заспива



# Предложена структура

Силен вход

- 1 централно съобщение, първо!
- 2-3 подсъобщения

Публиката не може да следва няколко съобщения в една и съща презентация

Нямаме време да кажем всичко, което желаем

Поддържащи инструменти за обяснения

- Примери
- Видео, изображения, слайдове, анимации
- Истории

Силно затваряне



# Разкажи история

Разкажете история (хората обичат истории, а не предмети)

Създавайте силни изображения

Добре да използвам някои клишета

Поддържащи инструменти

Невербална комуникация

- Ефективен по време на паузи
- Може да създава чувства
- Може да промени възприятията
- Не е подходящ във всички случаи

# Участие на публиката

Уместни примери

Риторични въпроси

- Трябва да е подходящо за аудиторията

Обърнете се към всеки индивидуално



# Значението на зрителния контакт

Публиката трябва да усети, че се обръщаме към нея

Показва увереност в това, което казваме

В ежедневноста комуникация ние гледаме към слушателя, когато казваме нещо важно

Това е добро правило и за словесни презентации

- Не винаги се вирайте в слушателя
- Но в началото и в края на важно съобщение

# Значението на паузите

Някои оратори смятат, че говорят твърде бързо

Това не е непременно проблем

- Ако публиката ни разбере

По-важно е да използвате паузи

- Между важните съобщения
- Да позволим на публиката да смели казаното от нас

# Правило 10-20-30 за слайдшоута

10 слайда

20 минути

Размер на шрифта 30+

Избягвайте „смърт от powerpoint“





Erasmus+

# Относно помощните инструменти - слайдове

Не всичко ще се побере в слайдове

Използвайте бележки

Избягвайте да четете бележките

Една презентация трябва да е повече от това

Публиката може да чете реферат у дома



# Какво да избягваме

Не четете слайдовете!

Не обръщайте гръб към публиката

Използвайте слайдове за подчертаване на концепции

Акцентът е върху вербалната комуникация

Водете бележките отделно

# Език на тялото

По-малко е повече

Няма много движения и жестове  
Използвайте ръцете си като в ежедневен разговор

Относно несъзнателните движения

Избягвайте някои движения

- Не кръстосвайте ръце на гърдите си
- Не пъхайте ръцете си в джобовете си
- Не ходете нервно

Дишай!

# КРАЙ

This project has been co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union.

This publication reflects the views only of the author, the National Agency and European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

PUBLICATION FREE OF CHARGE



Erasmus+

Project no. 2019-1-PL01-KA203-065784



HIGH 5

# Пиктограми и дизайн мислене или Дизайн мислене и пиктограми

Тенденции и паралели в праисторическото скално изкуство и  
съвременното улично изкуство

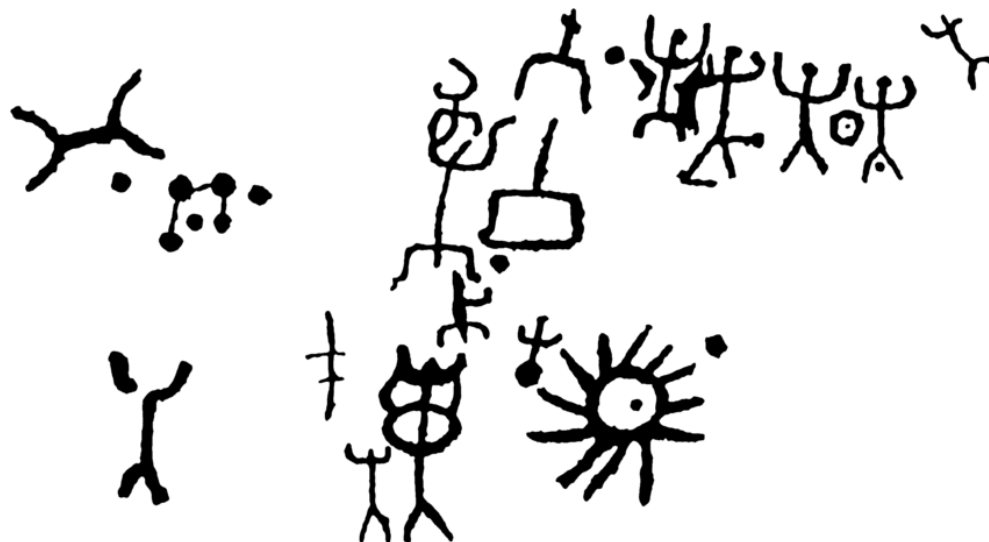
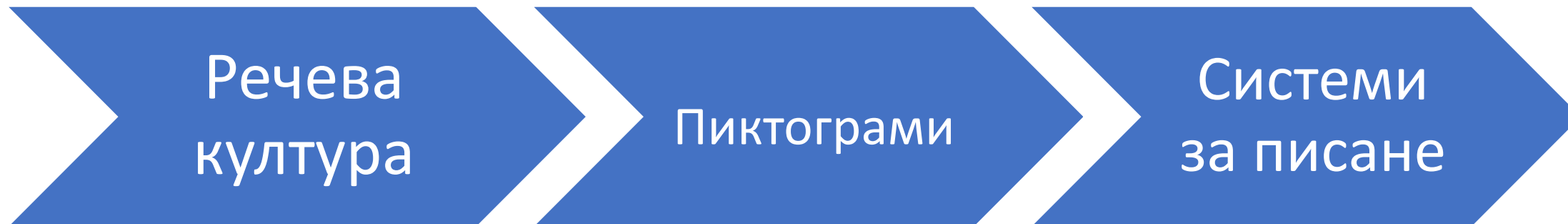


# ? Πικτογράμμι?

Πικτογράμμιτε σα ναί-σarıят инструмент за визуализация на



# Еднопосочен еволюционен процес





# Κουλтурни и комуникационни слоеве

Αзбучна κουλтура

Ραμμα κουλтура на писмена система

Πικτογραμμα κουλтура

Ρεχεβα κουλтура

# ?Пиктограми?



Днес все още имаме огромно количество пиктограми в употреба. Използват се в промишлеността, търговията, спорта, туризма и бита.

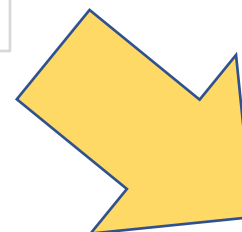
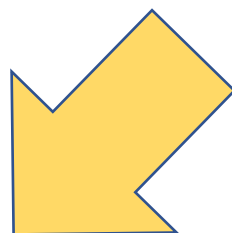
Новият разцвет на пиктограмата е свързан с технологичното и индустриално развитие от последните 30 години. Напредъкът на компютърния софтуер, възможностите за пътуване, трансграничният обмен на стоки и услуги – всичко това увеличи използването на пиктограми.



# Видове пиктограми



ПИКТОГРАМИ



ЛОГОГРАМИ



ИДЕОГРАМИ



# ? Пиктограми – основни принципи?

- Пиктограмата е символ, представящ концепция, обект или дейност чрез илюстрация;
- Пиктограмата е пряко свързана със заобикалящата я среда;
- Пиктограмата трябва да се основава на общи социални и комуникационни конвенции;
- Всеки детайл може да промени смисъла;
- Пиктограмата не трябва да съдържа много различни визуални елементи;
- Натрупването на пиктограми в нашата среда трябва да бъде внимателно планирано



Australia



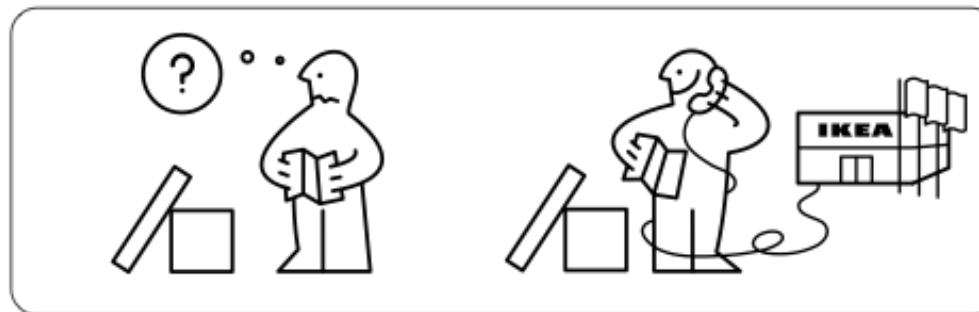
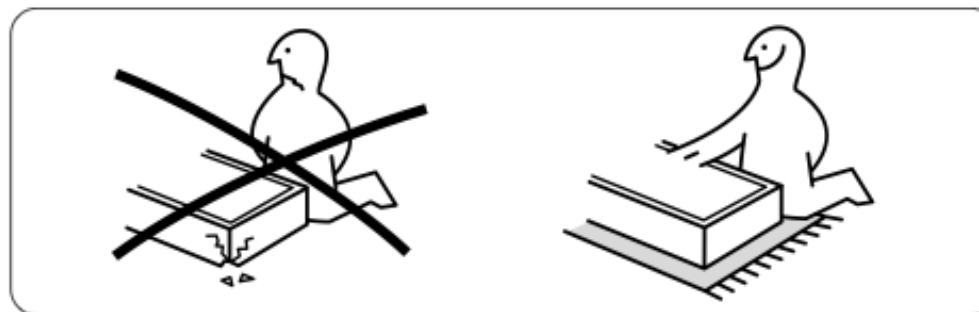
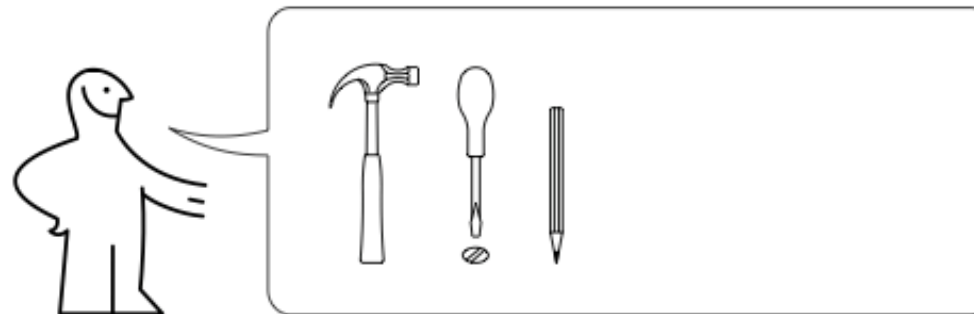
Laos



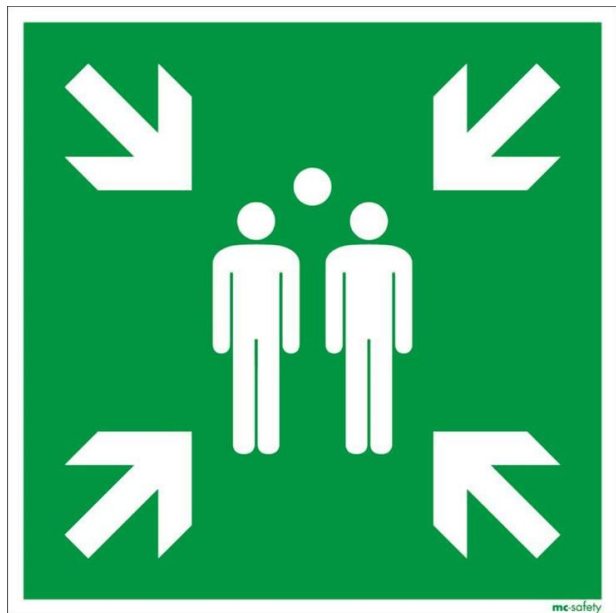
Qatar



# ΔΟΒΡΙ ΠΡΑΚΤΙΚΙ



Αко представите нещо по-сложно или абстрактно, може да възникне различно значение





При натрупване на повече от една пиктограма,  
може да възникне различно значение



1. Улицата е забранена за автомобили, но не и за велосипеди
2. Улицата е забранена за велосипеди, но не и за автомобили
3. Улицата е забранена за автомобили и велосипеди

# ΚΟΜΥΝΙΚΑΚΙΟΝΝΗ ΠΡΟΒΛΕΜΗ Ι ΥΣΤΟΪΧΙΥΟΣΤ



- ΧΟΡΑΤΑ ΠΟΣΤΟΪΑΝΝΟ ΟΒΪΥΥΑΤ ΣΪΣ ΟΚΟΛΝΑΤΑ ΣΡΕΔΑ;
- ΑΚΟ ΟΚΟΛΝΑΤΑ ΣΡΕΔΑ ΒΗ ΙΖΠΡΑΪΑ ΓΡΕΣΗΗ ΣΗΓΝΑΛΗ, ΜΟΧΕΤΕ ΛΕΣΝΟ ΔΑ ΣΕ ΟΒΡΪΚΗΕΤΕ;
- Β ΟΒΛΑΣΤΗΤΕ ΝΑ ΤΡΑΝΣΠΟΡΤΑ, ΠΡΟΔΥΚΤΟΒΗΤΕ ΙΝΣΤΡΥΚΚΗΗ, ΟΧΡΑΝΑΤΑ ΝΑ ΤΡΥΔΑ ΝΕΡΑΖΒΗΡΑΝΕΤΟ Ε ΠΡΥΚΟ ΣΥΪΡΖΑΝΟ Σ ΥΣΤΟΪΧΗΥΟΤΟ ΡΑΖΥΒΗΤΗΕ



# ГОТОВ ЛИ СТЕ ДА ИЗПИТВАТЕ НИВОТО СИ НА ГРАМОТНОСТ НА ПИКТОГРАМАТА



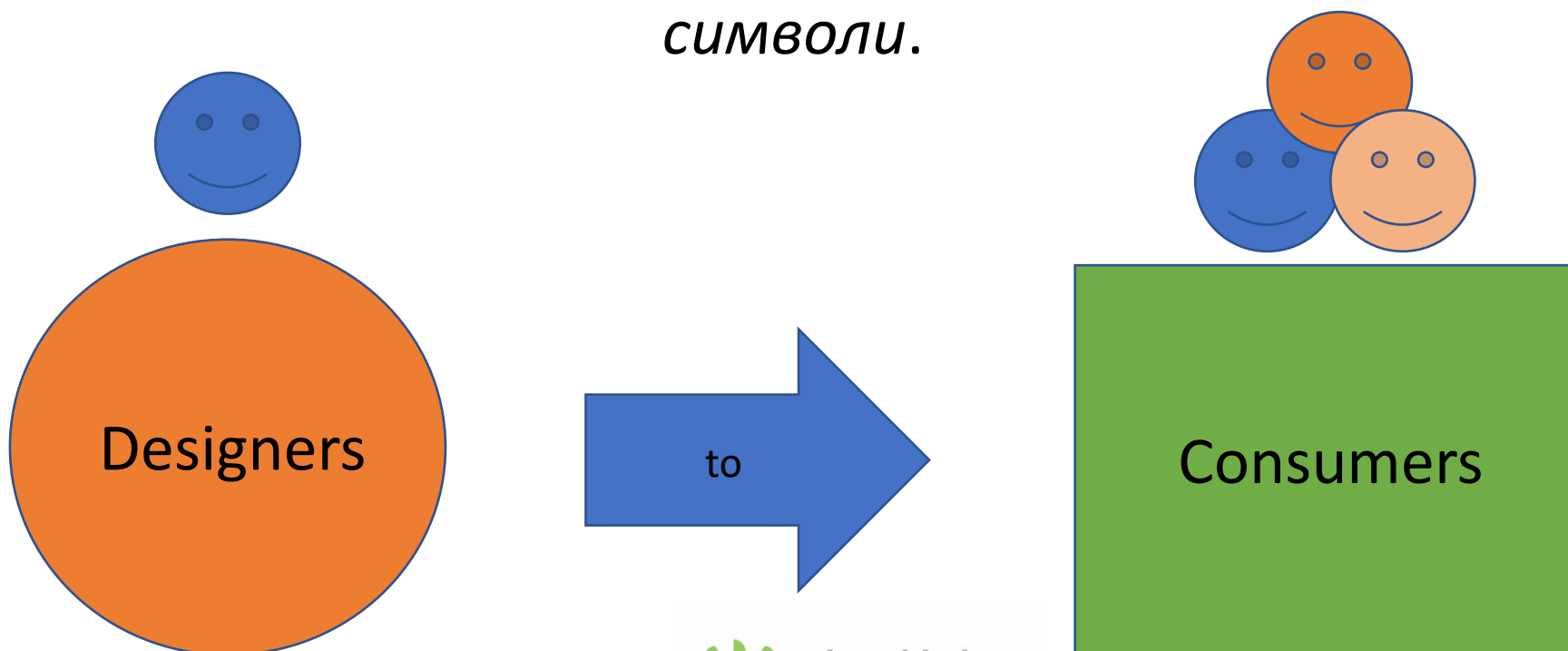


# ΚΑΚΒΟ ΞΕ... ΑΚΟ ΝΕ ΜΟΖΕΤΕ ΔΑ ΠΡΟΧΕΤΕΤΕ ΤΟΒΑ???

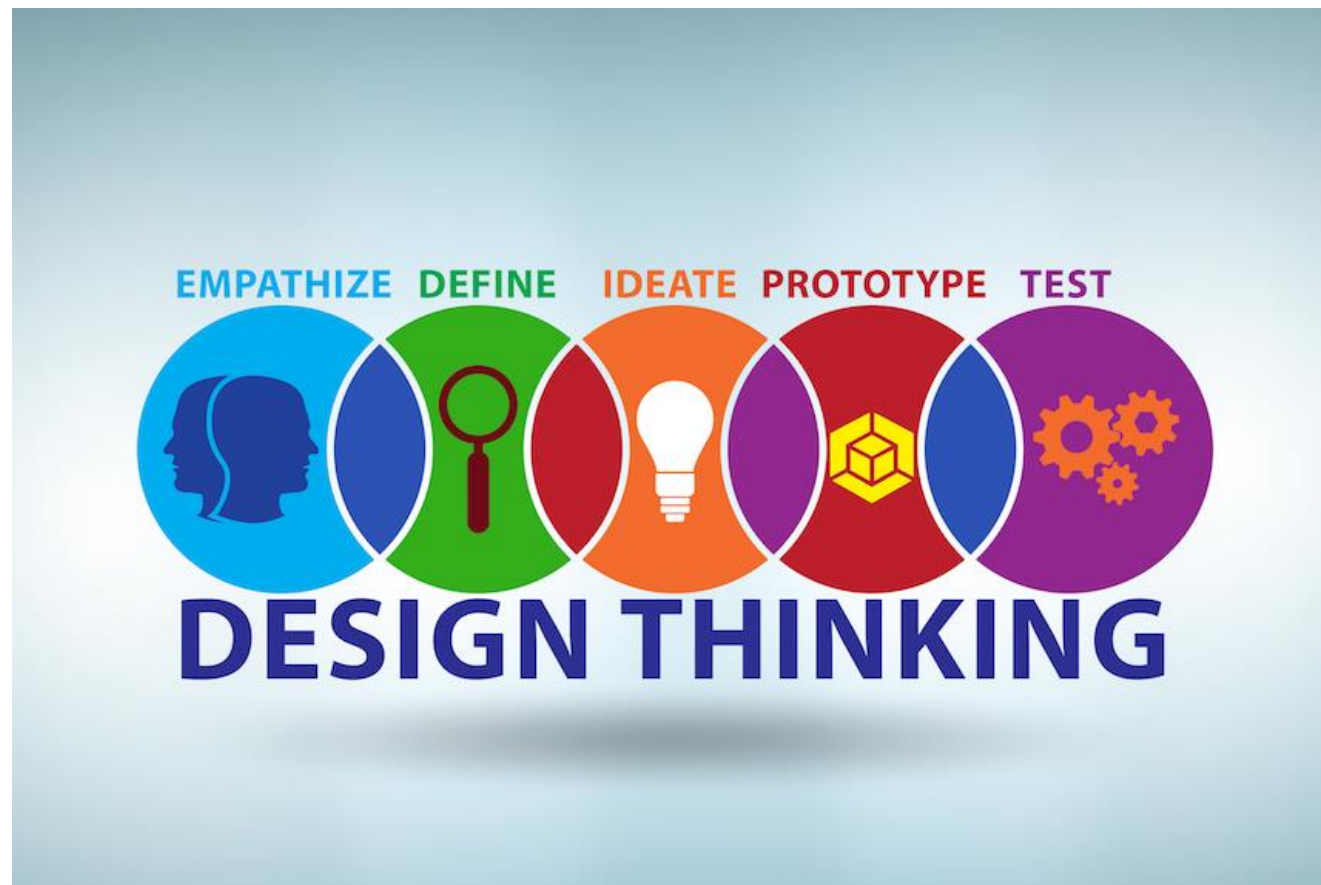


# Кой създава пиктограмите?

- Дизайнери от различни видове индустрии и социални сектори.
- [International standard ISO 7001](#): *Обществени информационни символи.*



# ΠΙΚΤΟΓΡΑΜΙ ΚΑΙ ΠΡΙΝΚΙΠΙ ΝΑ ΔΙΖΑΙΝ ΜΙΣΛΕΝΕ

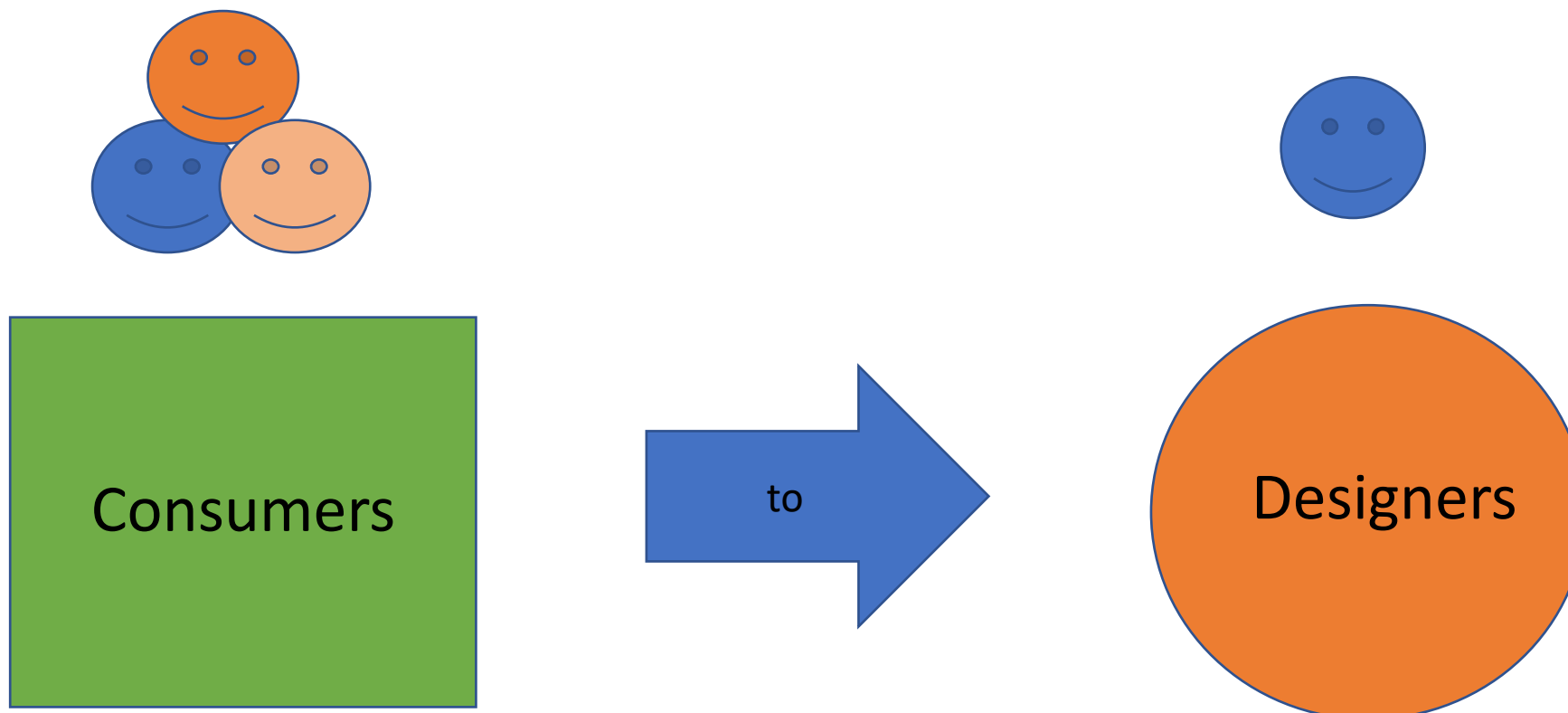






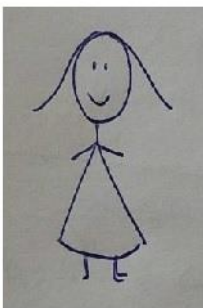
Erasmus+

# НЕКА ИЗПОЛЗВАМЕ ДИЗАЙН МИСЛЕНЕТО



# HIGH5 ΕΚΣΠΕΡΙΜΕΝΤ Σ ΠΙΚΤΟΓΡΑΜΑ

Aleksandra



Anna



Ana Rocha



Sotiris



Konstantinos



Жени



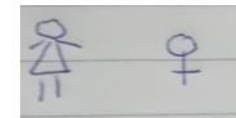
Oliver



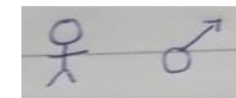
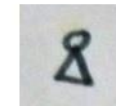
Kris



Elisaveta



Trinu



# ТАКА ЧЕ!

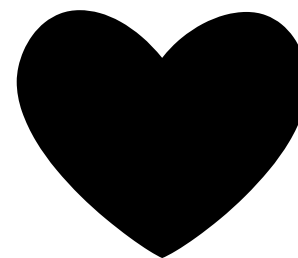
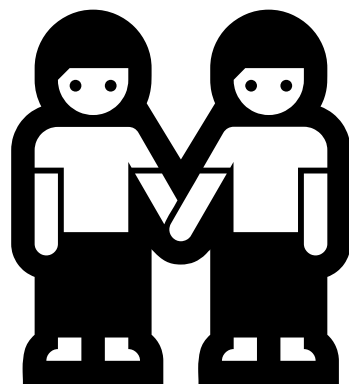
*Броят на използваните пиктограми расте с всяка изминала година*

*Скоро ще се изправим пред проблеми, свързани с изобразителна грамотност или неграмотност*

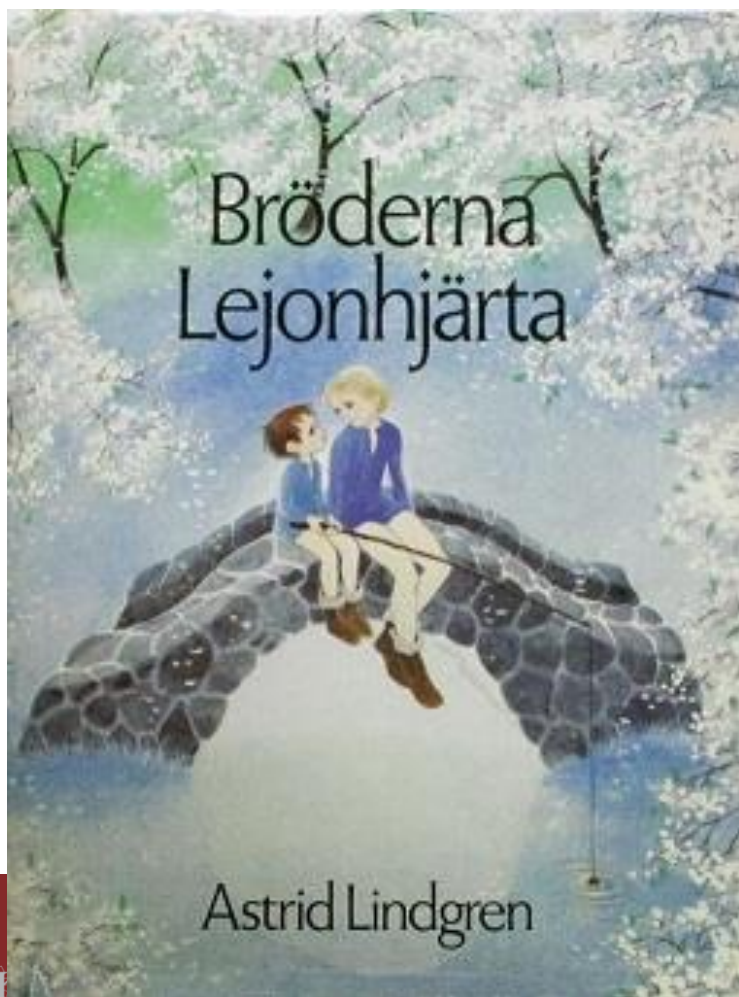
*или*

*Може да измисляме пиктограми на принципите на Дизайн Мисленето*

# ПРОЧЕТЕТЕ ПИКТОГРАМИТЕ ПОЗНАЙТЕ ЗАГЛАВИЯТА НА ЛЮБИМИТЕ МИ КНИГИ

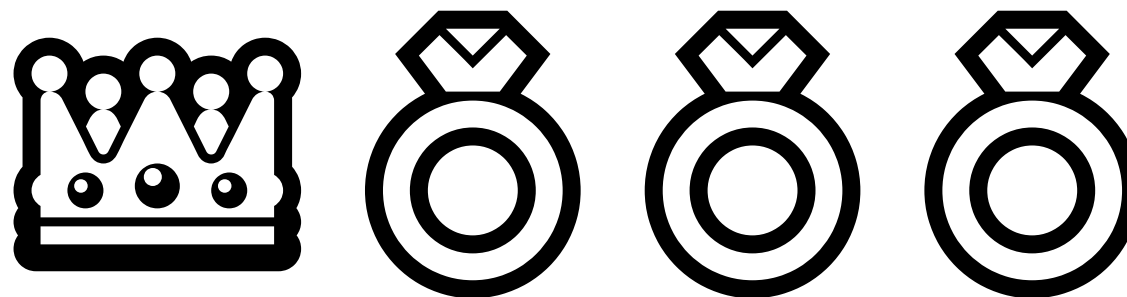


# Братята Лъвско сърце



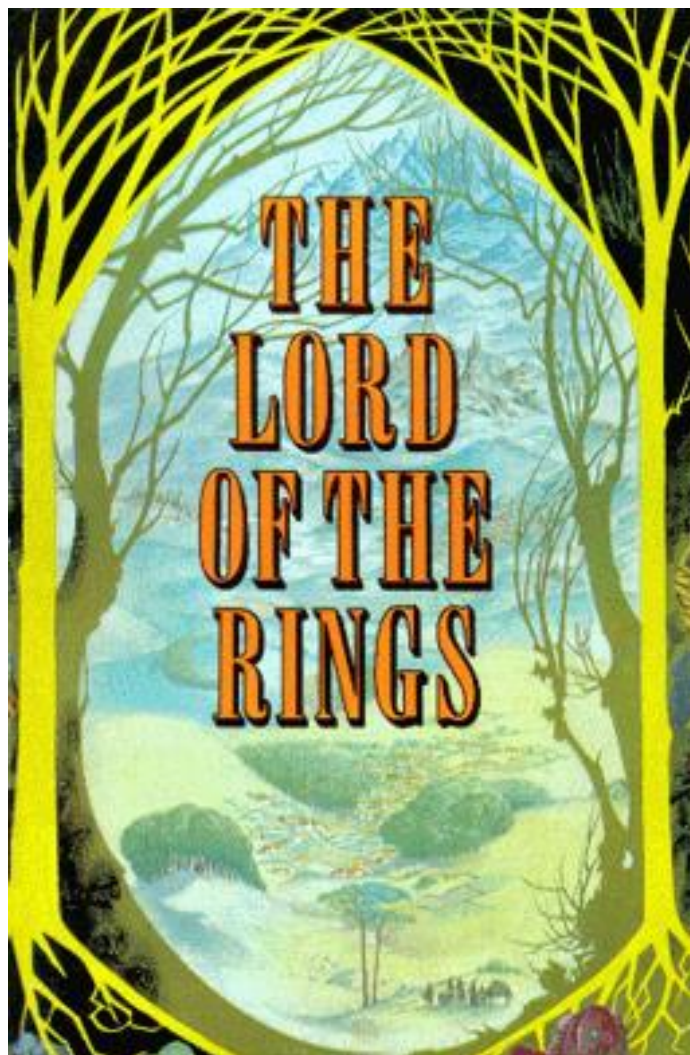
(Шведски: Bröderna Lejonhjärta) е детски фентъзи роман, написан от Астрид Линдгрен

# ΠΡΟΧΕΤΕΤΕ ΠΙΚΤΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΠΟΖΝΑΙΤΕ ΖΑΓΛΑΒΙΑΤΑ ΝΑ ΛΥΒΙΜΙΤΕ ΜΙ ΚΝΙΓΙ





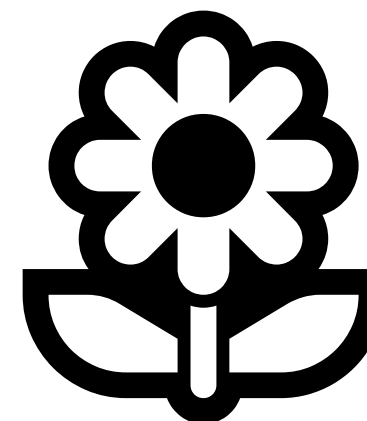
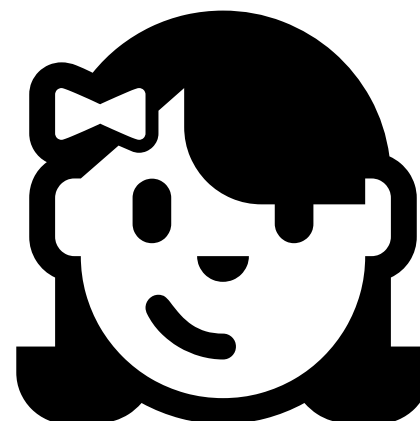
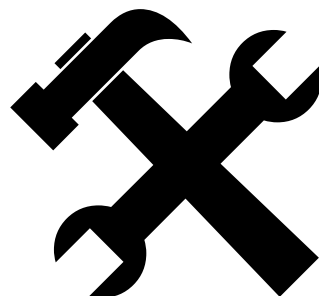
# Властелинът на пръстените



Властелинът на пръстените  
е епичен фентъзи роман от  
Английски автор и учен Дж. Р. Р. Толкин



# ΠΡΟΧΕΤΕΤΕ ΠΙΚΤΟΓΡΑΜΙΤΕ ΠΟΖΝΑΙΤΕ ΖΑΓΛΑΒΙΑΤΑ ΝΑ ΛΥΒΙΜΙΤΕ ΜΙ ΚΝΙΓΙ



# Майсторът и Маргарита

(на руски: Мастер и Маргарита) е роман на руския писател Михаил Булгаков, написан в Съветския съюз между 1928 и 1940 г.

# СЕГА Е ВАШ РЕД

**ОПИТАЙТЕ СЕ ДА ОПИШЕТЕТЕ С ПИКТОГРАМИ  
ЛЮБИМАТА СИ КНИГА ИЛИ ФИЛМ**



# ИЗТОЧНИЦИ

- [1] [Jessie Kratz](#) (2019) Pictographs, Petroglyphs, “Rock Art,” What is the difference? In: [Uncategorized](#) [Online, 03.01.2023]
- [2] FreePik: <https://www.freepik.com/free-photos-vectors/pictogram> [Online, 03.01.2023]
- [3] Lily Travis (2018) The Difference Between Road Signs Around The World. In: <https://www.frontsigns.com/blog/the-difference-of-world-traffic-signs/> [Online, 03.01.2023]
- [4] IKEA.BG (2021) <https://bg.manuals.plus/ikea/ikea-boja-installation-manual#axzz7pJrk4oXq> [Online, 03.01.2023]
- Steps to Design Thinking in Practice (2020) In: <https://www.innovationtraining.org/steps-to-design-thinking/> [Online, 03.01.2023]

# КРАЙ



TALLINN UNIVERSITY



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



This project has been co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union.

This publication reflects the views only of the author. The National Agency and European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

PUBLICATION FREE OF CHARGE