**INNOWACYJNE NARZĘDZIA EDUKACYJNE**

****

**Temat: „BIZNESPLAN – CZY WARTO PLANOWAĆ”**

***Materiały dydaktyczne przygotowali:***

***dr Tomasz Zacłona***

***dr Monika Danielska***

**Ćwiczenie 1**

Wybierz jedną organizację z listy i dokonaj analizy otoczenia zewnętrznego organizacji, koncentrując się na wskazanych czterech czynnikach: konkurenci, klienci, dostawcy, sojusznicy strategiczni.

Lista organizacji:

1. Szpital Miejski w Twoim mieście;
2. Urząd Miasta, w którym mieszkasz
3. Firma „MC Donald’s”
4. Firma „Coca Cola”

Analiza otoczenia zewnętrznego wybranej organizacji:

|  |  |
| --- | --- |
| **Wybrana organizacja ………………………………………………..…………………………………** | |
| **Czynnik** |  |
| **Konkurenci** |  |
| **Klienci** |  |
| **Dostawcy** |  |
| **Sojusznicy strategiczni** |  |

**Ćwiczenie 2**

Spróbuj podać kilka cech, charakteryzujących pracowników przedsiębiorstwa usługowego, które mogą wpływać na jakość usług i być uważane za istotne przez klientów.

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

**Ćwiczenie 3**

**Zaprojektuj (możesz z koleżanką lub kolegą) dowolny lecz nowy produkt lub usługę i opracuj plan wprowadzenia go na rynek według następujących wytycznych:**

1. Wykreuj pomysł (ideę) nowego produktu (całkiem nowego lub modyfikacji istniejącego). Dla znalezienia pomysłu na nowy produkt zorganizuj „burzę mózgów”. Pomysł na nowy produkt powinien wynikać z obserwacji rynku krajowego i rynków zagranicznych (wykorzystaj internet).

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

1. Określ rodzaj pierwotnych i wtórnych informacji niezbędnych do zaplanowania nowego produktu oraz źródeł i sposobów gromadzenia tych informacji. Chodzi m.in. o informacje o podobnych, konkurencyjnych produktach już znajdujących się na rynku oraz o informacje, które pozwoliłyby oszacować potencjalny popyt na nowy produkt oraz jego cenę.

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………