**INNOWACYJNE NARZĘDZIA EDUKACYJNE**

****

**Temat: „BIZNESPLAN – PODSTAWY MARKETINGU”**

***Materiały dydaktyczne przygotowali:***

***dr Tomasz Zacłona***

***dr Monika Makowiecka***

**Ćwiczenie 1**

Jakie elementy decydują o tym, że możemy powiedzieć: „wprowadzamy na rynek nowy produkt”?, Czy musi to być nowość typu: pierwsza płyta CD, pierwsza kuchenka mikrofalowa itp.

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

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

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

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

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

**Ćwiczenie 2**

Jakie są powody projektowania i wprowadzania na rynek nowych produktów?

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

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

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

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

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

**Ćwiczenie 3**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Ćwiczenie 4**

**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.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1. Określ ciąg prac związanych z planowaniem i przygotowaniem nowego produktu: przygotowanie prototypu i serii próbnej oraz produkcji na dużą skalę.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1. Zaprojektuj badanie opinii potencjalnych nabywców o przygotowanym nowym produkcie (ankieta składająca się z 10 pytań).
2. ………………………………………………………………………………………………………..
3. ……………………………………..
4. ……………………………………..
5. ……………………………………..
6. ………………………………………………………………………………………………………..
7. ……………………………………..
8. ……………………………………..
9. ……………………………………..
10. ………………………………………………………………………………………………………..
11. ……………………………………..
12. ……………………………………..
13. ……………………………………..
14. ………………………………………………………………………………………………………..
15. ……………………………………..
16. ……………………………………..
17. ……………………………………..
18. ………………………………………………………………………………………………………..
19. ……………………………………..
20. ……………………………………..
21. ……………………………………..
22. ………………………………………………………………………………………………………..
23. ……………………………………..
24. ……………………………………..
25. ……………………………………..
26. ………………………………………………………………………………………………………..
27. ……………………………………..
28. ……………………………………..
29. ……………………………………..
30. ………………………………………………………………………………………………………..
31. ……………………………………..
32. ……………………………………..
33. ……………………………………..
34. ………………………………………………………………………………………………………..
35. ……………………………………..
36. ……………………………………..
37. ……………………………………..
38. ………………………………………………………………………………………………………..
39. ……………………………………..
40. ……………………………………..
41. ……………………………………..
42. Zaproponuj działania reklamowe dla wymyślonego produktu lub usługi (wymień w punktach).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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