**INOVAČNÍ VZDĚLÁVACÍ NÁSTROJE**

****

**Téma: „BYZNYSPLÁN – VYPLÁCÍ SE PLÁNOVAT?”**

***Didaktické podklady připravili:***

***Dr. Tomasz Zacłona***

***Dr. Monika Danielska***

**Cvičení 1**

Vyber si jednu organizaci ze seznamu a proveď analýzu vnějšího prostředí organizace, zaměř se při tom na čtyři faktory: konkurenti, klienti, dodavatelé, strategičtí spojenci.

Seznam organizací:

1. Městská nemocnice ve tvém městě;
2. Městský úřad v místě, kde bydlíš;
3. Firma „McDonald’s”;
4. Firma „Coca-Cola”

Analýza vnějšího prostředí zvolené organizace:

|  |
| --- |
| **Zvolená organizace ………………………………………………..…………………………………** |
| **Faktor** |  |
| **Konkurenti** |  |
| **Klienti** |  |
| **Dodavatelé** |  |
| **Strategičtí spojenci** |  |

**Cvičení 2**

Uveď několik charakterových vlastností zaměstnanců podniku poskytujícího služby, které mohou mít vliv na kvalitu služeb a být klienty považovány za podstatné.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Cvičení 3**

**Navrhni (můžeš spolu s kamarádem nebo kamarádkou) libovolný ale nový produkt nebo službu a vypracuj plán jeho uvedení na trh podle následujících pokynů:**

1. Vytvoř nápad (ideu) nového produktu (úplně nového nebo modifikace existujícího). Pro získání nápadu na nový produkt udělejte brainstorming. Nápad na nový produkt by měl vycházet z průzkumu tuzemského trhu a zahraničních trhů (využij internet).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2. Urči druh primárních a sekundárních informací nezbytných k plánování nového produktu a zdrojů a způsobů sbírání těchto informací. Jedná se mj. o informace o podobných, konkurenčních produktech, které již na trhu jsou, a informace, které umožní odhadnout potenciální poptávku po novém produktu a jeho cenu.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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