**INOVATÍVNE VZDELÁVACIE NÁSTROJE**

****

**Téma: „PODNIKATEĽSKÝ PLÁN – OPLATÍ SA PLÁNOVAŤ?”**

***Didaktické materiály pripravili:***

***dr Tomasz Zacłona***

***dr Monika Danielska***

**Cvičenie č.1**

Vyberte si zo zoznamu jednu organizáciu a urobte analýzu vonkajšieho prostredia organizácie so zameraním na 4 uvedené faktory: konkurencia, klienti, dodávatelia, strategickí partneri.

Zoznam organizácií:

1. Mestská nemocnica vo Vašom meste;
2. Mestský úrad mesta, v ktorom bývate;
3. Firma „MC Donald’s”;
4. Firma „Coca Cola”.

Analýza vonkajšieho prostredia vybranej organizácie:

|  |  |
| --- | --- |
| **Vybraná organizácia ………………………………………………..…………………………………** | |
| **Faktory** |  |
| **Konkurenti** |  |
| **Klienti** |  |
| **Dodávatelia** |  |
| **Strategickí partneri** |  |

**Cvičenie č. 2**

Skúste vymenovať niekoľko vlastností, ktoré charakterizujú pracovníkov služieb a, ktoré môžu mať vplyv na kvalitu služieb a sú považované za dôležité.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Cvičenie č.3**

**Navrhnite (môžete so spolužiakom alebo spolužiačkou) ľubovoľný, ale nový produkt alebo službu a vypracujte plán jeho zavedenia na trh podľa nasledujúcich pokynov:**

1. Vymyslite nový produkt (úplne nový alebo pozmeňte už existujúci). Využite brainstorming. Nápad na nový produkt by mal vyplývať z pozorovania lokálneho a zahraničného trhu (využite internet).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1. Identifikujte tip primárnych a sekundárnych informácií nevyhnutných na naplánovanie nového produktu, zdrojov a spôsoby zhromažďovania týchto informácií. Ide predovšetkým o informácie o podobných, konkurenčných produktoch, ktoré sa už na trhu nachádzajú a o informácie, ktoré by umožnili odhadnúť potenciálny dopyt po nových produktoch a jeho cene.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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