

POT č. 1

I. Nápad

a) „Mám nápad“

- vytvořte „Elevator pitch“ Vašeho nápadu
 - identifikujte zákaznickou potřebu, kterou budete produktem/službou uspokojovat
 - identifikujte odlišnost od konkurence
 - popište „typického zákazníka“
 - popište proces zpeněžení nápadu (za co bude zákazník platit)
 - kdybyste text prezentovali, stihnete to do tří minut
- stručně, jasně, promyšleně, konkrétně

b) „Nemám nápad“

- zpracujte představení fungujícího podniku, který je něčím inovativní a/nebo zajímavý
 - představte produkt
 - stručně shrňte genezi a historii podniku
 - vysvětlete, v čem spočívá konkurenční výhoda podniku
 - odhadněte možná úskalí a oblasti potenciální inovace podniku

c) „Rozbor krachu“

- zpracujte představení podniku, který zkrachoval
 - představte produkt a podnik
 - stručně shrňte genezi a historii podniku
 - vysvětlete, v čem spočívala hlavní chyba, které se podnikatelé dopustili
 - pokuste se navrhnout, jak takové situaci mohl podnik předejít

II. Začátek podnikání

a) Myšlenková mapa projektu

- důkladně si promyslete projekt z úkolu I nebo si vyberte jiný
- projděte si odkazy na zpracovávání myšlenkových map a jeden z nástrojů si vyberte
- zpracujte myšlenkovou mapu svého projektu
- stručně mapu popište

b) Myšlenková mapa studia

- důkladně si promyslete povinnosti spojené s ukončením svého studia a další související aspekty
- projděte si odkazy na zpracovávání myšlenkových map v prezentaci a jeden z nástrojů si vyberte
- zpracujte myšlenkovou mapu svého studia
- stručně mapu popište

c) Franchisa

- vyhledejte nabídku franchisingových projektů
- vyberte si takový, který Vás oslovuje a popište jej
- zpracujte myšlenkovou mapu projektu
- stručně mapu popište, pokuste se odhalit úskalí a výhody

III. Podnikatelský plán

a) Kritika podnikatelského plánu

- vyhledejte cizí už zpracovaný podnikatelský plán a prostudujte ho
- do úkolového listu vložte odkaz na plný text nebo web
- kriticky zhodnoťte (ne)kvalitu dokumentu
- uveďte, zda byste do projektu investoval(a) finance, a proč

b) Osobní cíle

- prostudujte si propozice svého studijního oboru
- promyslete si své osobní plány na nejbližších 3-5 let
- zvažte všechny aspekty a životní situace, kterým budete pravděpodobně čelit
- formulujte podle metodiky SMART alespoň 5 cílů na uvedené období

c) Lean Canvas

- nastudujte si metodiku Lean Canvas do detailu (např. na www.leancanvas.cz)
- promyslete si do hloubky svůj podnik / nápad z úkolu č. 1
- zpracujte jej do podoby Lean Canvas
- v případě nejasností doplňte stručným komentářem
- *úkol je možné zpracovat i na nový podnik/nápad, je však třeba doplnit stručnou charakteristiku podniku a jeho produktu*

IV. Analýza makroprostředí

a) Megatrend

- vyberte si jeden megatrend typický pro aktuální situaci na trhu
- krátce (např. na dva odstavce) jej představte – zdroj, intenzita, teritorium
- uveďte tři typy společností, pro které představuje vybraný megatrend pozitivum, zdůvodněte
- uveďte tři typy společností, pro které představuje vybraný megatrend negativum, zdůvodněte

b) PEST

- zvolte si dvě skupiny faktorů PEST analýzy
- z každé skupiny vyberte jeden faktor (vyjma příkladů v prezentaci)
- oba stručně analyzujte ve vztahu k podniku / nápadu popsanému v úkolu č. 1
- pro tentýž podnik uveďte tři faktory makroprostředí s pozitivním a tři s negativním vlivem z libovolné skupiny, ale uveďte vždy skupiny faktorů, kam spadají

V. Analýza mikroprostředí

a) Mikrookolí nápadu

- vyberte si jeden faktor z Porterovy analýzy
- zpracujte jeho dílčí analýzu ve vztahu k podniku / nápadu z úkolu č. 1
- vyhodnoťte dopad analyzovaného faktoru na intenzitu konkurence na daném trhu
- zdůvodněte vyhodnocení

b) Mikrookolí podniku

- vyberte si jeden faktor z Porterovy analýzy
- zpracujte jeho dílčí analýzu ve vztahu k podniku, který považujete za zajímavý
- vyhodnoťte dopad analyzovaného faktoru na intenzitu konkurence na daném trhu
- zdůvodněte vyhodnocení

c) SWOT analýza

- vyhledejte alespoň tři zdroje, které se zabývají SWOT analýzou (1)
- porovnejte přístupy a sepište stručné srovnání (2)
- vyhledejte hlavní argumenty pro (3) a proti (3) použití SWOT analýzy (3)
- každý z nich ocitujte a kriticky zhodnoťte (4)

VI. Marketing a marketingová strategie

a) Segmentace osobnosti

- vyhledejte jeden obecně uznávaný segmentační model (např. Young&Rubicam nebo Minerva model)
- prostudujte jej a sepište stručné představení
- zařadte sebe sama do jednoho ze segmentů a zařazení zdůvodněte
- vyberte (klidně zcela anonymně) ze svého okolí další dvě osoby, stručně je charakterizujte a zařadte do segmentů

b) STP podniku/nápadu

- pro nápad nebo podnik z úkolu č. I, dílčího úkolu I vyberte relevantní charakteristiky pro vytvoření segmentace trhu
- vyberte cílový segment a svou volbu zdůvodněte
- vyberte klíčovou charakteristiku, která bude pro cílový segment atraktivní a volbu zdůvodněte
- vyberte obecnou marketingovou strategii podle Ansoffa nebo Portera (dohledejte si, o co jde)
- *úkol je možné zpracovat i na nový podnik/nápad, je však třeba doplnit stručnou charakteristiku podniku a jeho produktu*