

2. Интерактивная деятельность (подготовка кейса)

Разбор и подготовка решения по кейсу подразумевает развитие познавательных навыков учащихся, критического и творческого мышления, умения самостоятельно конструировать ход своих рассуждений. Опираясь на знания, полученные в ходе изучения основной и дополнительной литературы, учиться формулировать проблему.

Кейс содержит практические задания (ситуации) в сфере маркетинга, требующие выполнения на основе использования теоретических знаний, полученных в ходе изучения материалов по дисциплине.

От студента требуется:

- из описания предложенной ситуации сформулировать проблему,
- на основе сформулированной проблему обозначить последовательность планирования целей и задач в данной ситуации,
- предложения конкретный план осуществления необходимых , содержащий плановые показатели по конкретным функциональным областям,
- оформление результата в виде подробного отчета (не более 7 страниц).

Отчет должен быть оформлен следующим образом:

- титульный лист с номером кейса и его тематикой, фамилией и инициалами автора, указанием номера группы и курса;
- текст в компьютерном наборе должен быть выполнен на странице формата А4, 14 кеглем, через полтора интервала.

Кейс 1.

Ашот Валерьевич решил создать свой бизнес. Он хотел создать организацию по производству контрольных браслетов для баров, ресторанов, клубов и т.д. До него на рынке этого города никто этим не занимался,

приходилось все заказывать из Москвы. Он был слабо знаком со стратегическим планированием и решил не заморачиваться по этому поводу. Его бизнес занял свою нишу и существовал 4 года, за это время Ашот Валерьевич диверсифицировал деятельность своего бизнеса (не меняя основного профиля) и создал множество магазинов по всему городу. В это же время Клавдия Семеновна также решила создать свой бизнес. Основной профиль создаваемого бизнеса был абсолютно такой же, как и у Ашота Валерьевича, но, в отличие от него она была экономистом и к стратегическому планированию отнеслась с гораздо большей серьезностью и ответственностью. Четко сформулировала миссию, составила грамотный бизнес- план. Основная цель звучала так: «Стать основным производителем контрольных браслетов на рынке города». Спустя год ее фирма закрылась, организовала она все гораздо тщательнее Ашота Валерьевича, но почему же его бизнес существует до сих пор, а она была вынуждена уйти с рынка?

Задание: составьте подробный план конкретных действий по достижению поставленной цели.

Ответ:

Проведем разработку подробного плана действий по достижению поставленной цели:

1. Формирование проблемы:

В данной ситуации происходит борьба между двумя видами ведения бизнеса:

1. Создание бизнеса у Ашота Валерьевича.
2. Развитие и создание бизнеса у Клавдии Семеновны.

В центре проблемы стоит создание эффективной организации по производству контрольных браслетов для баров, ресторанов, клубов. А проблема заключается в правильном виде планирования для данного бизнеса.

Бизнес - своего рода лотерея, и, несмотря на то, что Ашот Валерьевич вообще не занимался планированием, в отличие от Клавдии Семеновны,

которая спланировала все очень тщательно, его бизнес расцвел, а ее – нет. Но это-то не правило, а скорее исключение, банальная удача, ведь стратегическое планирование - далеко не 100% гарантия успеха. А главная ошибка Клавдии Семеновны состояла в том, что цель, которую она перед собой поставила не обладала одной из самых главных характеристик – достижимостью. Теоретические, богатые знания Клавдии Семеновны не могли обеспечить ей опыт, необходимый для успешной конкуренции с уже полностью устоявшимся монополистом на рынке.

2. Разработка конкретного плана действий по осуществлению необходимых плановых показателей по конкретным функциональным областям.

Разработку бизнес-планирования проводят в несколько этапов:

Подготовительный (организационный) этап, в процессе которого определяют цели создания бизнеса предприятия, его назначение, сроки, ответственных исполнителей разделов, необходимость привлечения специалистов из других организаций, график работы, бюджет.

Первый этап можно разбить на ряд шагов:

Первый шаг. Определение целей функционирования предприятия.

Второй шаг. Определение источников информации.

Третий шаг. Точное определение целевых показателей деятельности предприятия. В данном случае это охват рынка, занятие ниши, развитие предприятия.

Далее необходимо провести в реализацию следующие действия этапы:

1. Обоснование идеи проекта. Основные характеристики проекта. Цели проекта и его предварительная основная стратегия.
2. Сбор и анализ информации по рынку сбыта. Маркетинг и сбыт продукции.
3. Сбор и анализ информации о продукции. Описание продукции и ее структуры, мощности предприятия.

4. Анализ состояния и возможностей предприятия и перспективности отрасли. Описание предприятия.

5. Национальные, отраслевые и подготовительные факторы, благоприятные для проекта.

6. Контуры экономической, промышленной, финансовой, социальной политики.

7. Определение потребности и путей обеспечения площадями, оборудованием, кадрами и другими ресурсами. Производственный план.

8. Расчет требуемого капитала и источников финансирования. Финансовый план.

9. Определение направленности и масштабности проекта, расчет эффективности. Направленность и эффективность проекта.

10. Подбор материалов и составление приложений.

3. Формирования конечных результатов деятельности предприятия.

Главная ошибка Клавдии Семеновны состояла в том, что цель, которую она перед собой поставила не обладала одной из самых главных характеристик— достижимостью. Теоретические, богатые знания Клавдии Семеновны не могли обеспечить ей опыт, необходимый для успешной конкуренции с уже полностью устоявшимся монополистом на рынке.