
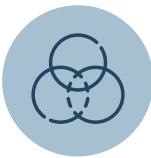



ΚΑΘΟΡΙΣΤΕ ΝΕΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΓΙΑ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

OER: FORECASTING AND MARKET ANALYSIS TECHNIQUES

Στόχος και πεδίο εφαρμογής	<p>Στόχος της μαθησιακής δραστηριότητας είναι να εντοπίσει τα δυνατά σημεία, τις αδυναμίες, τις ευκαιρίες και τις απειλές μιας εταιρείας που εργάζεται στον τεχνικό κλωστοϋφαντουργικό τομέα από διαφορετικές οπτικές γωνίες, διεγείροντας την κριτική σκέψη των μαθητών προκειμένου να ανακαλύψουν νέες δυνατότητες σχεδιασμού προϊόντων. Οι μαθητές θα πρέπει να εφαρμόσουν ορισμένες από τις τεχνικές ανάλυσης αγοράς που παρουσιάζονται στο OER για να βρουν στρατηγικές προκειμένου να ελαχιστοποιήσουν τις αναλυόμενες αδυναμίες της επιχείρησης και να εκμεταλλευτούν τις υπογραμμισμένες ευκαιρίες για να αναπτύξουν επιτυχημένες στρατηγικές για υιοθέτηση στην αγορά.</p>
Ερώτηση δραστηριότητας	<p>Ποια χαρακτηριστικά πρέπει να έχει ένα νέο προϊόν/σχεδίαση για να επιτρέψει στην αναλυόμενη επιχείρηση να αποκτήσει στρατηγικό πλεονέκτημα στην αγορά;</p>
Μαθησιακοί στόχοι	<ul style="list-style-type: none">• Να κατανοήσουν τη διαδικασία και τα διάφορα βήματα που απαιτούνται για τη διεξαγωγή ανάλυσης αγοράς.• Να εφαρμόσουν την ανάλυση SWOT για την αξιολόγηση εσωτερικών και εξωτερικών μεταβλητών που επηρεάζουν την κυκλοφορία ενός νέου προϊόντος.• Να χρησιμοποιήσουν το ΧΑΡΤΗ ΕΝΣΥΝΑΙΣΘΗΣΗΣ για την ανάλυση των προτιμήσεων και των τάσεων των καταναλωτών.• Να χρησιμοποιήσουν τα δεδομένα που προκύπτουν από την ανάλυση της αγοράς για τη λήψη αποφάσεων σχετικά με το νέο προϊόν/καινοτόμο σχέδιο που θα λανσαριστεί.
Κατηγορίες	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"><div style="text-align: center;"><p>Διαχείριση και μάρκετινγκ</p></div><div style="text-align: center;"><p>Σχεδιαστική διαδικασία</p></div><div style="text-align: center;"><p>Σχεδιασμός προϊόντος</p></div></div>
Βιβλιογραφία	<ul style="list-style-type: none">• Tools and resources. (n.d.). Regional Business Centre. Retrieved 2021, from https://regionalbusiness.ca/tools-and-resources/• Sammut-Bonnici, T. and Galea, D. (2015). SWOT Analysis. In Wiley Encyclopedia of Management (eds. C.L. Cooper, J. McGee and T. Sammut-Bonnici). https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom120103• Campbell, C. (2021, April 8). SWOT Analysis: A Simple Way to Find Your Competitive Edge. Shopify. Retrieved 2021, from https://www.shopify.com/blog/swot-analysis• Brown, J. L. (n.d.). Empathy Mapping: A Guide to Getting Inside a User's Head. UXbooth. Retrieved 2021, from https://www.uxbooth.com/articles/empathy-mapping-a-guide-to-getting-inside-a-users-head/
Υποστηρικτικό υλικό	<ul style="list-style-type: none">• Πίνακας τυπικής ερώτησης για διευκόλυνση της διαδικασίας καταιγισμού ιδεών (πρώτη υπό-δραστηριότητα)• Υποδείγματα χάρτη ενσυναίσθησης (δεύτερη υπό-δραστηριότητα)• OER• Summary presentation
Εξοπλισμός	Υπολογιστή

A.

Ανάλυση αδυναμιών και δυνατών σημείων μιας εταιρείας μέσω της ανάλυσης SWOT

1. Υπενθυμίστε τους κύριους σκοπούς μιας ανάλυσης SWOT και τις διαδικασίες που πρέπει να εφαρμοστούν (Μικρή παρουσίαση για την ανακεφαλαίωση του περιεχομένου που σχετίζεται με το OER)
2. Προτείνετε μια πραγματική μελέτη περίπτωσης μιας τεχνικής εταιρείας κλωστοϋφαντουργίας για ανάλυση
3. Χωρίστε τους μαθητές σε μικρές ομάδες (3-4 άτομα) και ζητήστε τους να λάβουν σχετικές πληροφορίες για το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της εταιρείας από ιστότοπους, μελέτες, ιστολόγια, άρθρα, στατιστικές βάσεις δεδομένων, περιοδικά κ.λπ.
4. Εάν είναι εφικτό, αφήστε κάθε ομάδα να έχει μια απευθείας συνέντευξη με την εταιρεία.
5. Διεξαγάγετε συνεδρίες brainstorming μέσα σε κάθε ομάδα για τη δημιουργία 4 διαφορετικών λιστών μία για κάθε μακροπεριβάλλον SWOT. Κατά τη διάρκεια των συνεδριών brainstorming προτείνετε στους μαθητές να χρησιμοποιήσουν τυπικές ερωτήσεις για να διευκολύνουν τη διαδικασία (βλ. διαφάνεια 12 του OER)
6. Ζητήστε από τις ομάδες να δώσουν προτεραιότητα στα διάφορα στοιχεία που προέκυψαν, για παράδειγμα ζητώντας από κάθε μέλος της ομάδας να υποδείξει τα 3 πιο σημαντικά στοιχεία από τις 4 λίστες που αναπτύχθηκαν.



Περίπου μισή μέρα



Ατομικό
Μικρή ομάδα



Αναπτύσσω &
Παραδίδω

B.

Πόστερ έννοιας ενός νέου προϊόντος/ σχεδίου

1. Ξεκινώντας από τις λίστες που αναπτύχθηκαν στην ανάλυση SWOT ζητήστε από τις ομάδες (οι μαθητές συνεχίζουν να εργάζονται στις ομάδες που καθορίστηκαν για την προηγούμενη υποδραστηριότητα) να καθορίσουν μια στρατηγική για κάθε στοιχείο, ώστε η εταιρεία να υπογραμμίσει ευκαιρίες, να εκμεταλλευτεί τα δυνατά σημεία και να αντιμετωπίσει απειλές και αδυναμίες
2. Σκεπτόμενοι τον κύριο στόχο της εταιρείας που αναλύθηκε, οι ομάδες θα αναπτύξουν έναν χάρτη ενσυναίσθησης για να μπουν μέσα στο μυαλό του πελάτη (χρησιμοποιήστε τα πρότυπα που αναφέρονται στο OER)
3. Κάθε ομάδα θα συνθέσει τις καθορισμένες στρατηγικές με τα ευρήματα του χάρτη ενσυναίσθησης και θα αναπτύξει μια αφίσσα e-concept με τα κύρια χαρακτηριστικά του νέου προϊόντος/σχεδίου
4. Κάθε ομάδα θα παρουσιάσει τη δουλειά της στις άλλες



Λιγότερο ή ίσο με μία ώρα
Περίπου μισή μέρα



Μικρή ομάδα
Συζήτηση



Αναπτύσσω
& Παραδίδω