

PRACOVNÍ LIST: KAPITOLA 1 – ZÁKLADNÍ TERMINOLOGIE

Jméno a příjmení:

Předmět a datum:

CVIČENÍ 1: POJMOVÁ ROZVIČKA (10 MINUT)

Instrukce: Určete u každého z 10 výroku, zda je PRAVDA (P) nebo NEPRAVDA (N). Napište P/N a pod výrok napište stručné zdůvodnění (1–2 věty).

Výrok a Vaše zdůvodnění	P/N
1. „Každé podnikání je zároveň obchodem.“ Zdůvodnění:	
2. „Prodej vlastnoručně upleteného svetru sousedce za peníze je podnikáním.“ Zdůvodnění:	
3. „Pojmy Internet a World Wide Web označují identickou technologii.“ Zdůvodnění:	
4. „Prodej použitého kočárku na internetovém bazaru je příkladem e-commerce podnikání.“ Zdůvodnění:	
5. „Každá transakce e-commerce je zároveň součástí e-businessu.“ Zdůvodnění:	
6. „Pokud firma poskytuje výhradně online vzdělávací kurzy, nejedná se o podnikání na internetu.“ Zdůvodnění:	
7. „Vztah C2C označuje obchodování mezi dvěma podnikatelskými subjekty.“ Zdůvodnění:	
8. „Pravidelný nákup zboží z velkoobchodu a jeho opakovaný prodej na vlastním e-shopu za účelem zisku je podnikáním.“ Zdůvodnění:	
9. „Omnichannel model využívají pouze firmy, které prodávají výhradně online bez kamenných prodejen.“ Zdůvodnění:	
10. „Služby jako elektronická pošta (e-mail) nebo přenos souborů (FTP) mohou fungovat i bez existence služby World Wide Web.“ Zdůvodnění:	

CVIČENÍ 2: KLASIFIKACE REÁLNÝCH SUBJEKTŮ (20 MINUT)

Instrukce: Přečtěte si profily 5 níže uvedených podnikatelských subjektů. V níže přiložené tabulce klasifikujte každý subjekt podle 4 dimenzí: 1. Typ vztahu (B2B/B2C/C2C/C2B), 2. Role subjektu (prodejce ve vlastním zastoupení vs. platforma), 3. Šíře sortimentu (úzce specializovaný / širokosortimentní / univerzální) a 4. Obchodní model (smíšený model =s fyzickou logistikou vs. čistě digitální).

1. Alza.cz – Velký internetový obchod nabízející elektroniku, hračky, drogerii i auto-moto. Zboží nakupuje na svůj sklad a prodává koncovým zákazníkům i firmám, zároveň však na svém webu umožňuje vybraným partnerům nabízet jejich vlastní zboží (Alza Marketplace).

2. Vinted.cz – Online platforma umožňující uživatelům prodávat, kupovat nebo měnit použité oblečení a doplňky. Sama platforma žádné oblečení nenakupuje, zisk generuje z poplatků za ochranu kupujících a z reklamy.

3. Jelení Šperky – Úzce zaměřená autorská dílna, která navrhuje a sama vyrábí ručně dělané brože a šperky. Prodává je přímo koncovým zákazníkům přes vlastní e-shop s doručením kurýrem/poštou.

4. Shutterstock – Fotobanka, kde fotografové a grafici nahrávají své snímky, ilustrace a videa. Komerční firmy či agentury si tyto fotografie licencují pro své marketingové kampaně. Platforma vyplácí tvůrcům honoráře.

5. Coursera – Vzdělávací platforma nabízející certifikované online kurzy a univerzity napříč desítkami oborů (IT, byznys, medicína, humanitní vědy). Zákazníci kupují přístup k digitálním videím a materiálům výhradně online.

Podnikatelský subjekt	1. Typ vztahu (B2B/B2C/C2C/C2B)	2. Role subjektu (Prodejce / Platforma)	3. Šíře sortimentu (Úzký/Široký/Univerzální)	4. Obchodní model (Fyzický / Čistě digitální)
1. Alza.cz				
2. Vinted.cz				
3. Jelení Šperky				
4. Shutterstock				
5. Coursera				

Poznámky:

CVIČENÍ 3: NÁVRH VLASTNÍHO PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU (25 MINUT)

Instrukce: Ve dvojici nebo individuálně navrhnete fiktivní internetový podnikatelský záměr. Postupujte dle otázek níže. Dbejte na přesné vymezení cílové skupiny a formulaci reálné konkurenční výhody.

1. **Název projektu & Krátká anotace.** Pojmenujte váš projekt a 2-3 větami popište jeho hlavní myšlenku.
2. **Produkt a přesně definovaná cílová skupina.** Co přesně prodáváte/poskytujete a komu (vyvarujte se definice „pro všechny“)?
3. **Klasifikace obchodního vztahu.** Jedná se o B2B, B2C, C2C, nebo C2B? Stručně zdůvodněte.
4. **Sortiment a obchodní (monetizační) model.** Šíře sortimentu, role (vlastní prodejce vs. platforma), způsob doručení a platby (předplatné, freemium, jednorázově, provize).
5. **Konkurenční výhoda.** Proč by si zákazník měl vybrat právě vás a ne stávající konkurenci na trhu?

CVIČENÍ 5: ZÁVĚREČNÁ REFLEXE A SHRnutí

Otázka 1: Které z probraných pojmů se v běžném jazyce a praxi nejčastěji zaměňují a proč?

Otázka 2: Napadá vás příklad subjektu, který se v průběhu své existence přesunul z jedné kategorie klasifikačního schématu do jiné (např. z C2C do B2C)?

Otázka 3: Jaké konkrétní důsledky a výzvy takový přesun z C2C do B2C pro podnik typicky přináší?