



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Škola:	Střední škola obchodní, České Budějovice, Husova 9
Projekt MŠMT ČR:	EU PENÍZE ŠKOLÁM
Číslo projektu:	CZ.1.07/1.5.00/34.0536
Název projektu školy:	Výuka s ICT na SŠ obchodní České Budějovice
Šablona III/2:	Inovace a zkvalitnění výuky prostřednictvím ICT
Číslo šablony:	VY_32_INOVACE_APS_100
Předmět:	Aplikovaná psychologie
Tematický okruh:	Psychologie práce a prodeje
Autor, spoluautor:	Mgr. Jana Šimánková
Název DUMu:	Souhrnné opakování
Pořadové číslo DUMu:	20
Stručná anotace:	Prezentace je zaměřena na procvičení učiva probraného tematického okruhu.
Ročník:	1
Obor vzdělání:	63-41-M/01 Ekonomika a podnikání
Metodický pokyn:	Žáci obdrží předtištěné formuláře, do kterých budou na základě prezentace doplňovat pojmy z probraného učiva. Ke každé úloze mají možnost využít nápovědu. Po vypracování úkolů bude následovat společné vyhodnocení úspěšnosti.
Výsledky vzdělávání:	Žák umí vysvětlit základní pojmy učiva probraného tematického okruhu.
Vytvořeno dne:	20. 6. 2013
Pokud není uvedeno jinak, uvedený materiál je z vlastních zdrojů autora.	

Psychologie



prodeje

20

Souhrnné opakování

Téma: psychologie prodeje

1. Zboží je



Nápověda 1



Nápověda 2



Řešení:



Téma: psychologie prodeje

1. Dostupnost opraven a náhradních dílů se nazývá

Nápověda 1

_____ a _____ s _____ o _____

Nápověda 2

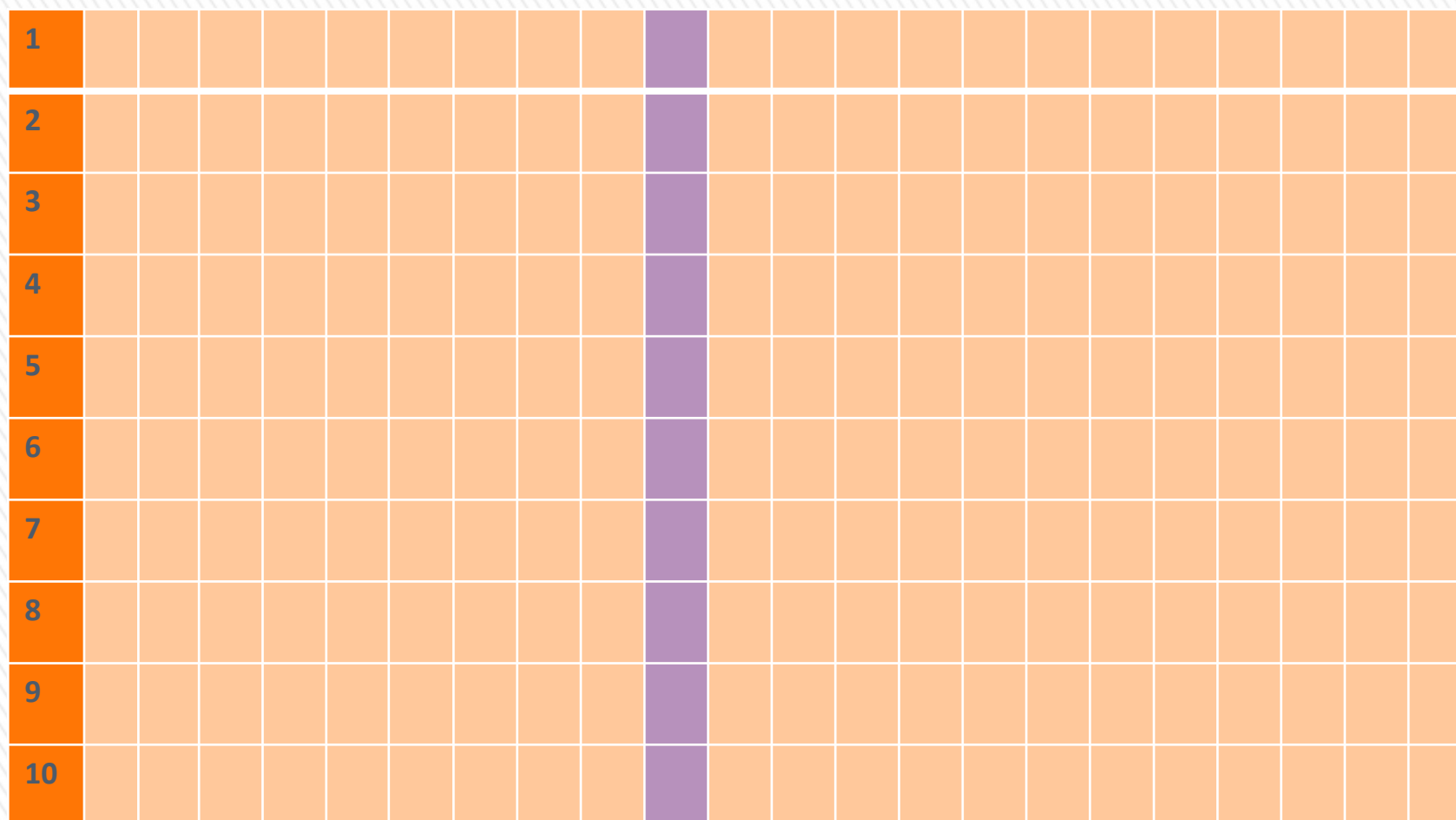
_____ z _____ a _____ o s _____ o _____ í

Řešení:

v z t a ž n o s t _____ z b o ŝ í



Vylušti následující křížovky a odpověz na otázku z tajenky:



- 1) Účinnost reklamy ovlivňuje
- 2) Místo, kde se setkává nabídka s poptávkou
- 3) Kupní motiv
- 4) Účastník výzkumu
- 5) Metoda výzkumu trhu

- 6) „povídavý zákazník“
- 7) Typ prodeje
- 8) Metoda výzkumu trhu (dvě slova)
- 9) základ spotřebního chování
- 10) prostředník mezi výrobcem a spotřebitelem



Nápověda :

1														D						
2																				
3																				
4						R							E							
5								A												
6						S							I	K						
7													O							N
8							O						V							
9			Z				V													
10				O				N												

- 1) Účinnost reklamy ovlivňuje
- 2) Místo, kde se setkává nabídka s poptávkou
- 3) Kupní motiv
- 4) Účastník výzkumu
- 5) Metoda výzkumu trhu
- 6) „povídavý zákazník“
- 7) Typ prodeje
- 8) Metoda výzkumu trhu (dvě slova)
- 9) základ spotřebního chování
- 10) prostředník mezi výrobcem a spotřebitelem



A															
B															
C															
D															
E															
F															
G															
H															
I															
J															

- A) Čtvrtá fáze společenského reprodukčního procesu zboží
- B) Soubor požadavků na určité zaměstnání
- C) „rozhodný zákazník“
- D) Kupní motiv
- E) Závazná pravidla chování
- F) Dokonalejší vnější výraz slušnosti
- G) Kupní motiv
- H) Odchylka od normy
- I) Trhovectví
- J) Ochrany zboží



Nápověda :

A								S									
B	P									M							
C								CH									
D									S								
E															A		
F							D										
G									E								
H											I	A			E		
I											T				G		
J							O										

- A) Čtvrtá fáze společenského reprodukčního procesu zboží
- B) Soubor požadavků na určité zaměstnání
- C) „rozhodný zákazník“
- D) Kupní motiv
- E) Závazná pravidla chování
- F) Dokonalejší vnější výraz slušnosti
- G) Kupní motiv
- H) Odchylka od normy
- I) Trhovectví
- J) Ochrany zboží



Řešení :

1									P	Ř	E	S	V	Ě	D	Č	I	V	O	S	T
2								T	R	H											
3								P	O	T	Ř	E	B	A							
4						R	E	S	P	O	N	D	E	N	T						
5						D	O	T	A	Z	N	Í	K								
6						S	A	N	G	V	I	N	I	K							
7								S	A	M	O	O	B	S	L	U	Ž	N	Ý		
8			N	E	D	O	K	O	N	Č	E	N	É	V	Ě	T	Y				
9	R	O	Z	H	O	D	O	V	Á	N	Í										
10				O	B	C	O	D	N	Í	K										
					H																

- 1) Účinnost reklamy ovlivňuje
- 2) Místo, kde se setkává nabídka s poptávkou
- 3) Kupní motiv
- 4) Účastník výzkumu
- 5) Metoda výzkumu trhu
- 6) „povídavý zákazník“
- 7) Typ prodeje
- 8) Metoda výzkumu trhu (dvě slova)
- 9) základ spotřebního chování
- 10) prostředník mezi výrobcem a spotřebitelem



A									S	P	O	T	Ř	E	B	A	
B		P	R	O	F	E	S	I	O	G	R	A	M				
C									CH	O	L	E	R	I	K		
D								P	O	S	T	O	J	E			
E									E	T	I	K	E	T	A		
F						Z	D	V	O	Ř	I	L	O	S	T		
G										E	M	O	C	E			
H										D	E	V	I	A	C	E	
I							M	A	R	K	E	T	I	N	G		
J							O	B	A	L	Y						

- A) Čtvrtá fáze společenského reprodukčního procesu zboží
- B) Soubor požadavků na určité zaměstnání
- C) „rozhodný zákazník“
- D) Kupní motiv
- E) Závazná pravidla chování
- F) Dokonalejší vnější výraz slušnosti
- G) Kupní motiv
- H) Odchylka od normy
- I) Trhovectví
- J) Ochrany zboží



Správná odpověď :

Propagační prostředky

placená reklama - masmédia, adresáře, billboardy,
plakátovací plochy

propagace poštou - osobní dopisy, letáky, ankety,
vzorky zboží

styk s veřejností - přednášky, rozhovory, semináře,
sponzorování, členství v klubech

telefonní marketing - oslovování zákazníků,
„zelené linky“

speciální propagace - reklamní předměty, plakáty,
balóny, chodící figuríny

reklama přímo v obchodě
výlohy, poutače, slevy

