

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

<b>Škola:</b>	<b>Střední škola obchodní, České Budějovice, Husova 9</b>
<b>Projekt MŠMT ČR:</b>	<b>EU PENÍZE ŠKOLÁM</b>
<b>Číslo projektu:</b>	<b>CZ.1.07/1.5.00/34.0536</b>
<b>Název projektu školy:</b>	<b>Výuka s ICT na SŠ obchodní České Budějovice</b>
<b>Šablona III/2:</b>	<b>Inovace a zkvalitnění výuky prostřednictvím ICT</b>
<b>Číslo šablony:</b>	VY_32_INOVACE_OBP_122
<b>Předmět:</b>	Obchodní provoz
<b>Tematický okruh:</b>	Prodejna
<b>Autor, spoluautor:</b>	Ing. Petr Mareš
<b>Název DUMu:</b>	Prodejna - vnější úprava
<b>Pořadové číslo DUMu:</b>	02
<b>Stručná anotace:</b>	
Prezentace obsahuje charakteristiku hlavních součástí vnější úpravy prodejny.	
<b>Ročník:</b>	2.
<b>Obor vzdělání:</b>	63-41-M/01 Ekonomika a podnikání
<b>Metodický pokyn:</b>	Prezentace v MS PowerPoint sloužící jako podpora výkladu nové látky, tento materiál lze využít i k samostudiu.
<b>Výsledky vzdělávání:</b>	Žák popíše vnější úpravu prodejny.
<b>Vytvořeno dne:</b>	12.7.2013
Pokud není uvedeno jinak, uvedený materiál je z vlastních zdrojů autora.	

# Prodejna – vnější úprava



# Vnější úprava prodejny

- Vnější úprava a vzhled plní několik funkcí, které souvisí s vytvářením nákupních podmínek pro zákazníka, nákupní atmosférou, prodejem a individuálními prožitky zákazníka.
- Upoutává pozornost kolemjdoucích, informuje o charakteru prodejny, sortimentu prodávaného zboží.
- Vnější úprava prodejny má vliv na vzhled ulice a celého okolí prodejny.



# Vnější úprava prodejny

- Součástí vnější úpravy je:
- Firemní štít
- Dveřní štítek
- Výkladní skříň
- Průčelí prodejny
- Vstupní prostor



# Firemní štít

- Upozorňuje na sortiment prodávaneého zboží a na firmu, které prodejna patří.
- Zpravidla je umístěn nad vchodem do prodejny nebo nad výkladní skříní.
- Může být vyroben z různých materiálů, např. skla, kovu nebo plastů.
- Vyčnívající vývěsní štíty jsou zpravidla dvoustranné, někdy i třístranné,
- Většina firemní štítů bývá osvětlená, písmena mohou být tvarována z neonových trubic.



# Dveřní štítek

- Poskytuje zákazníkům informaci o prodejní době.
- Je na něm uvedeno:
  - obchodní jméno firmy, sídlo, bydliště majitele, IČO
  - jméno osoby odpovědné za činnost prodejny
  - prodejní doba

# Výkladní skříň

- Nachází se především u prodejen specializovaných nebo v obchodních domech.
- Jsou nejmasovějším a nejlevnějším reklamním prostředkem.
- Má upoutat pozornost kolemjdoucích a vyvolat zájem o vystavené druhy zboží.
- Vypovídá o prodejně a její nabídce.
- Při vystavování zboží je třeba dbát na to, aby nedocházelo k poškození zboží.



# Průčelí prodejny

- Jsou velké prosklené plochy, které se využívají u supermarketů a hypermarketů.
- Nahrazují výkladní skříň.
- Umožňují průhled do prodejny.
- Někdy se využívají jako reklamní plocha (upozorňují na přechodné snížení ceny, výhodné ceny týdne, nové zboží apod.).





# Vstupní prostor

- Jeho umístění a technické řešení je dáno velikostí prodejny, frekvencí zákazníků, prodávaným zbožím.
- U větších prodejen je samostatný vchod a východ.
- Ve vstupním prostoru bývá umístěn dveřní štítek, informace o možnostech dorozumění v cizí řeči, o bezhotovostních platbách.
- Umožňují zákazníkům se sníženou pohyblivostí bezbariérový vstup a snadný pohyb i s invalidními vozíky.



# Cvičení

- Charakterizujte vnější úpravu prodejen nacházejících se v blízkém okolí Vašeho bydliště.

# Řešení

- Např. BILLA – firemní štít je umístěn na budově a je vytvořen z velkých písmen, vstup do prodejny bezbariérový, tvořený dveřmi na fotobuňku, s dveřním štítkem, zároveň se jedná i o východ z prodejny, prodejna nemá výkladní skříň.

## Použité zdroje:

NOVOTNÝ, M. *Obchodní provoz pro střední odborná učiliště*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2003. 223 s. ISBN: 80-7168-845-2.

KAPLOVÁ, K. *Obchodní provoz pro střední odborná učiliště obor PRODAVAČ*. 1. vyd. Olomouc: Nakladatelství Olomouc, 2001. 147 s. ISBN: 80-7182-131-4.