



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

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 V/2:	Inovace a zkvalitnění výuky směřující k rozvoji odborných kompetencí žáků středních škol
Číslo šablony:	VY_52_INOVACE_ODV_808
Předmět:	Odborný výcvik
Tematický okruh:	Prodej a manipulace se zbožím
Autor, spoluautor:	Věra Švagrová
Název DUMu:	Úloha textu při vystavování
Pořadové číslo DUMu:	28
Stručná anotace:	
Prezentace je zaměřena na základní znalosti o propagaci, vystavování a aranžování zboží	
Ročník:	1. – 4. ročník
Obor vzdělání:	66 -41-L/01 Obchodník
Metodický pokyn:	Výklad a praktická ukázka
Výsledky vzdělávání:	Žák vytvoří jednoduchou výstavku zboží podle zásad použití barev a barevných odstínů
Vytvořeno dne:	15. 8. 2013
Pokud není uvedeno jinak, uvedený materiál je z vlastních zdrojů autora.	



R

E

I

B

N

***Úloha textu při
vystavování zboží***

R

B

F

S

E

T

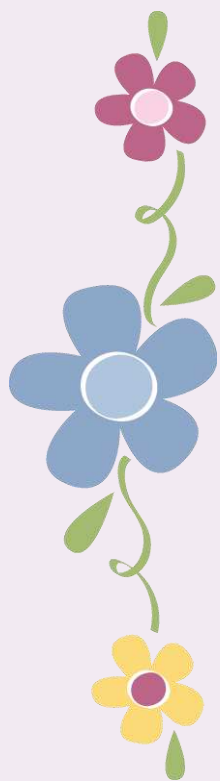
I

Součástí vystavování zboží je psaný text - písmo

text při vystavování působí jako:

- ☐ doplněk výstavky***
- ☐ vyjádření tématu výstavky***
- ☐ je základem pro zpracování poustačů***
- ☐ písmo musí souviset s výstavkou,
dekoracemi příp. použitými kresbami***

Nejčastěji používané psané prostředky při vystavování zboží jsou :



heslo



informace



technický popis



nabídka



popiska








cenovka

Druhy textových propagačních

prostředků

- ❑ **heslo** – je účinný prostředek pro získání zájmu spotřebitele
- ❑ **propagační nápis** – funguje jako nabídka a připomínka pro spotřebitele
- ❑ **popis** - informace o zboží, jeho funkci, použití a vlastnostech
- ❑ **cenovka** – informuje o ceně zboží
- ❑ **technický popis** – informuje o velikosti, objemu, váze, spotřebě apod.
- ❑ **orientační nápis** – pomáhá spotřebiteli v orientaci

Zásady pro tvorbu textů:

-  **snadná čitelnost písma**
-  **stručnost**
-  **srozumitelnost**
-  **vtipnost**
-  **text musí oslovit
spotřebitele a udržet jeho
zájem**

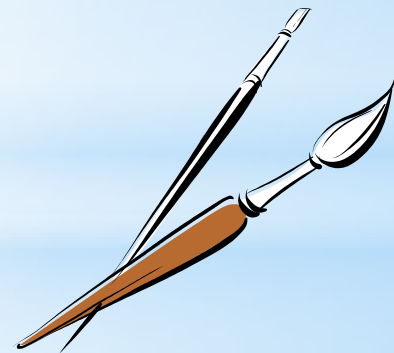
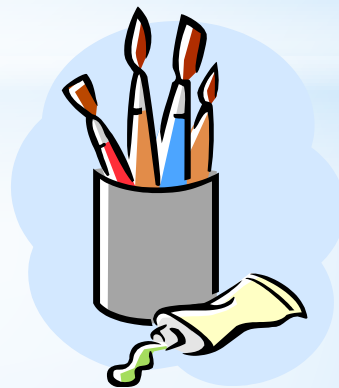
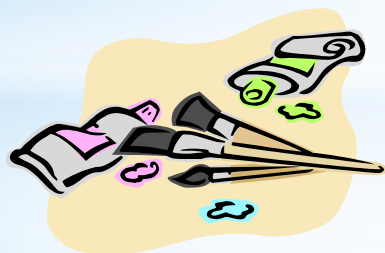
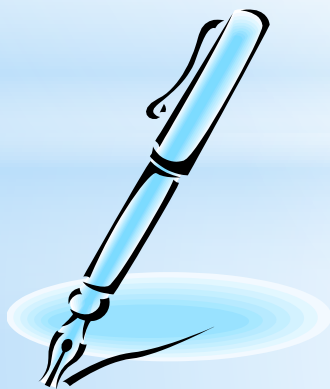
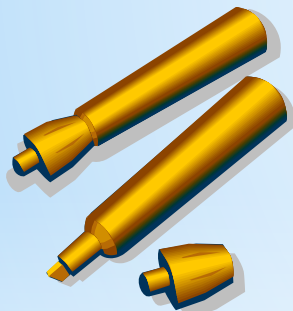




Základní pomůcky pro psaní textu:



- ❑ různé druhy psacích per
- ❑ ploché a kulaté štětce
- ❑ popisovače apod.





Úloha:

Vysvětlete jak působí psaný text při vystavování zboží?

Jaká je funkce propagačních prostředků

Vysvětlete zásady pro tvorbu textů

Vyjmenujte pomůcky pro psaní textu

Jmenujte druhy propagačních prostředků



Citace a použité materiály:

- ✧ **NOVOTNÝ, Mojmir a Irenka KUBITOVÁ. Základy výuky odborného výcviku v učebním oboru prodavač, prodavačka potravinářského zboží. Vyd. 1. Praha: Fortuna, 1995, 111 s. ISBN 80-716-8181-4.**
- ✧ **VYŠKOVSKÁ, Olga, Anna Marie SCHOVÁNKOVÁ a Jan LACKO. ARANŽOVÁNÍ PRO PRODAVAČE: UČEBNÍ TEXT PRO ODBORNÁ UČILIŠTĚ A UČŇOVSKÉ ŠKOLY UČEBNÍ OBORY PRODAVAČSKÉ - 1501 AŽ 1516. Vydání 2. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, n.p., Praha, 1972. publikace č.27-47-32.**
- ✧ **SZALAY, Július. Aranžování: pro I. - III. ročník odborných učilišť a učňovských škol učební obor 63-61-2, aranžér. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1972. 21 415/72-211.**
- ✧ **Klipart sady Microsoft Office**
- ✧ **Vlastní zkušenosti**