



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_804
Předmět:	Odborný výcvik
Tematický okruh:	Prodej a manipulace se zbožím
Autor, spoluautor:	Věra Švagrová
Název DUMu:	Vystavování zboží - zlatý řez ve výkladní skříni
Pořadové číslo DUMu:	24
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 vystavování
Vytvořeno dne:	5. 8. 2013
Pokud není uvedeno jinak, uvedený materiál je z vlastních zdrojů autora.	



Vystavování a aranžování zboží ve výkladní skříní – „Zlatý řez“

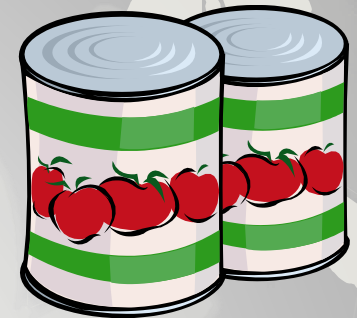




Funkce a význam výkladní skříně

- je součástí prodejny, vizitkou a prezentací firmy
- je velmi úspěšný propagační prostředek
- bezprostředně ovlivňuje nákup zboží
- vyvolává zájem a pozornost
- informuje, jaké zboží v prodejně prodáváme, je „prvním prodavačem“
- podněcuje k nákupu, oslovuje estetickou úpravou (barva, světlo, způsob aranžování)
- ukazuje zboží ve skutečném provedení (tvar, střih, materiál, barva, funkce)
- tvoří ozdobu ulic nebo budov, jejich prohlídku chápou spotřebitelé jako určitý druh zábavy

Kompozice výkladní skříně



- ☞ kompozici máme souměrnou nebo nesouměrnou
- ☞ kompozice získá a udržuje pozornost zákazníků
- ☞ kompozice zvyšuje srozumitelnost a poutavost
- ☞ kompozice vytváří rovnováhu jednotlivých kompozičních prvků



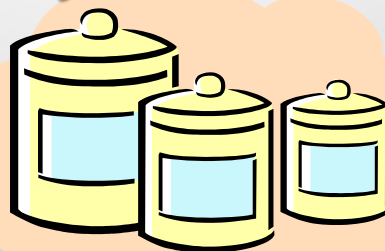
Zlatý řez

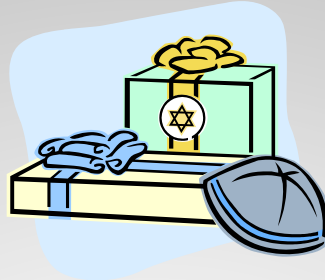
Vystavované zboží nevyniká v celém prostoru výkladní skříně stejně.

Jsou místa kde je zboží nejvíc nápadné a které přitahuje zrak zákazníků.

Je to tzv. „Zlatý řez“

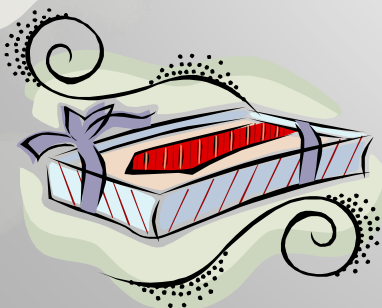
Jde o místo v prostoru výkladní skříně, kterého si zákazník nejdříve všimne, cca 175 cm počítáno od základny, na které zákazník před výkladem stojí.



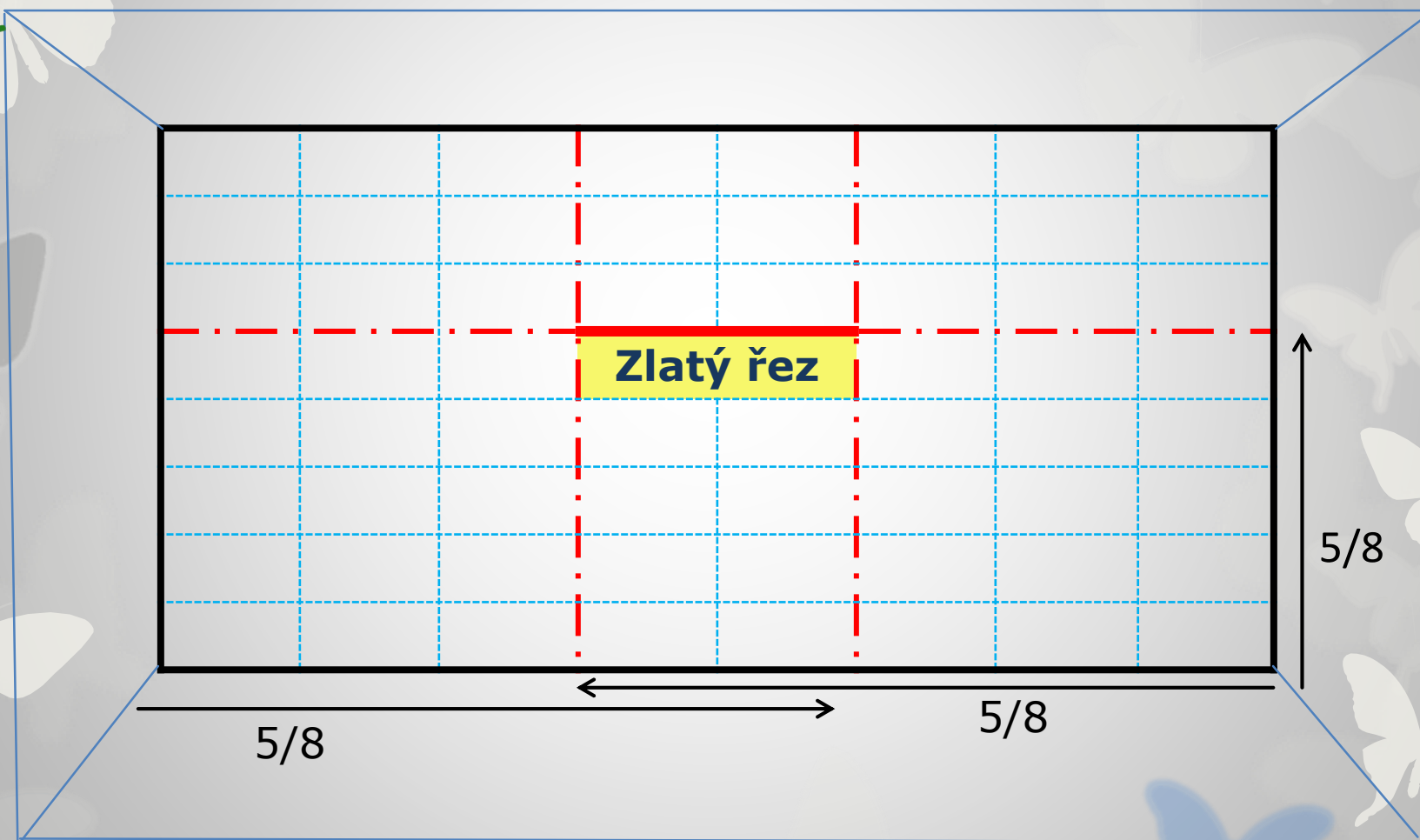


V prostoru zlatého řezu vystavujeme :

- ☞ zboží a výrobky, na které chceme zákazníky nejvíce upozornit**
- ☞ zboží a výrobky, které máme zrovna v akční nabídce**
- ☞ zboží a výrobky, které máme na skladě ve větším množství a chceme je co nejrychleji prodat**
- ☞ v tomto prostoru můžeme také umístit místo zboží poutač, plakát, fotografii, obraz nebo jinou grafickou úpravu doplněnou textem**



Určení zlatého řezu v prostoru výkladní skříně



Úloha:

Vysvětlete :

- ☞ **co je to co je „Zlatý řez“ ve výkladní skříni**
- ☞ **jakou má zlatý řez ve výkladní skříni funkci**
- ☞ **kompozici výkladní skříně**

Vyjmenujte :

- **zásady aranžování a vystavování**
- **pomůcky k vystavování**
- **stanovte na skice nebo maketě výkladní skříně zlatý řez**

Proved'te výstavku z libovolného materiálu s uplatněním zlatého řezu





Naším cílem je :

- * správným, vkusným a účelným vystavením zboží, zkrášlit prodejnu*
- * spolu s pravdivými informacemi o zboží získávat stále širší okruh spokojených zákazníků*
- * Dosáhnout toho, aby se zákazníci rádi a stále do naší prodejny vraceli*
- * zvýšit podstatně obrát prodejny*

Citace a použité materiály:

- ↪ **NOVOTNÝ, Mojmír 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.**
- ↪ **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**

