**Formální úprava seminární práce**

**Písmo:** Times New Roman, 12

**Řádkování:** 1

**Počet stran:** není stanoven, záleží na kvalitě

**Číslovat kapitoly!**

***Seminární práce musí odpovídat formálním požadavkům v rámci pokynu děkana č. 02/2020 Úpravy, zveřejňování a ukládání závěrečných prací*** *(pokyn je dostupný na webových stránkách školy). V tomto pokynu naleznete další požadavky na formální úpravu jak textu samotného, tak také tabulek, obrázků, či použitých literárních zdrojů.*

***Odevzdání:*** *odevzdat v IS – bude vytvořena odevzdávárna s názvem „Seminární práce“, kde odevzdá vždy jeden člen týmu SP (v názvu SP je třeba uvést příjmení všech autorů, například takto: SP\_Starzyczna\_Bauerova)*

**struktura práce (příkladem je projekt maloobchodní jednotky, reálný či fiktivní)**

**Titulní list**

**Obsah (čísla stran)**

**Úvod**

**(maloobchod a jeho význam, cíl práce – srovnání teorie s praxí)**

**1 Představení firmy**

**2 Exteriér prodejny**

 **2.1 Architektonické řešení a umístění**

 **2.2 Vstupní prostory**

 **2.3 Výkladní skříně (pokud jsou)**

 **2.4 Parkovací plochy a servisní zařízení**

**3 Interiér prodejny**

 **3.1 Dispoziční řešení (zakreslit a vysvětlit slovně)**

 **3.2 Vnitřní design (nákupní atmosféra, osvětlení, barvy, hudba, hluk, obchodní zařízení…)**

**4 Zboží**

 **4.1 Zboží jako obchodní sortiment a technologická skupina**

 **4.2 Zboží a způsoby prezentace na prodejní ploše**

**Závěr (vyhodnocení srovnání, vlastní názor)**

**Prameny a literatura**

**Přílohy (dispoziční řešení prodejny a prodejní plochy)**

**STRUKTURA PRÁCE (postavení maloobchodní či velkoobchodní firmy na trhu)**

**Titulní list**

**Obsah (čísla stran)**

**Úvod**

**1 Základní charakteristika firmy**

**2 Strategie**

**2 Obchodní sortiment**

**3 Typy prodejen (typy skladů)**

**4 Zajímavosti**

**Závěr**

**Použitá literatura**

**Přílohy**

**Podobně postupujte při výběru e-shopu.**

**Halina Starzyczná**

**Radka Bauerová**