

EKONOMIKA OBCHODU



**SILESIA
UNIVERSITY**
SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA

Ing. Radka Bauerová, Ph.D.

Seminář č. 1

21. a 22. 9. 2022

CÍLE SEMINÁŘE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

1. Seznámení se s požadavky na absolvování předmětu
2. Získání informací k vyhotovení seminární práce - požadavky, struktura, termíny odevzdání, formální úprava



ZÁKLADNÍ INFORMACE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Vyučující seminářů: Ing. Radka Bauerová, Ph.D.
Kancelář: B 301
E-mail: bauerova@opf.slu.cz
Konzultační hodiny: středa 9:45 – 11:20
čtvrtek 12:15 – 13:00



Konzultační hodiny mohou po předchozí domluvě (e-mail, chat v Teamsech) proběhnout také prostřednictvím MS Teams – tým „Bauerová – konzultace“
Kód pro přihlášení do týmu na konzultace: **ppfm7ar**

Jaký bude obsah seminářů?

Diskuze k případovým studiím a vypracovaným úkolům. Procvičování znalostí z přednášek pomocí testových cvičení. Prezentování zpracovaných seminárních prací s následnou diskuzí.

INFORMACE K HODNOCENÍ V PŘEDMĚTU



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Účast na seminářích: minimálně 60 % (je potřeba se zúčastnit 7 seminářů z 12!), možnost získání bodů za zpracované a oddiskutované případové studie a úkoly.

HODNOCNÍ: až 16 BODŮ

Zpracování úkolů z přednášky.

HODNOCNÍ: až 4 BODY

Zpracování a prezentace seminární práce, závěrečná diskuze.

HODNOCNÍ: 20 BODŮ

Písemná zkouška: probraná látka z přednášek a doporučené literatury.

HODNOCENÍ: 60 BODŮ

Celkově možnost získat 100 bodů, pro úspěšné absolvování předmětu nutno získat minimálně 60 bodů.



POVINNÁ A DOPORUČENÁ LITERATURA + DALŠÍ ZDROJE VYUŽITELNÉ PŘI STUDIU



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- STARZYCZNÁ, H. a R. BAUEROVÁ. *Ekonomika obchodu*. Karviná: SU OPF, 2021.
- STARZYCZNÁ, H. *Ekonomika obchodu*. Karviná: SU OPF, 2013.
- STARZYCZNÁ, H., STEINER, J. *Maloobchod v českých zemích v proměnách let 1918-2000*. Karviná: SU OPF, 2000.
- Aktuální data k obchodu www.socr.cz, www.retailnews.cz
- Měsíčník **Zboží a prodej**



SEMINÁRNÍ PRÁCE

Témata SP: Maloobchodní jednotka - jakýkoliv sortiment (*potravinářský/nepotravinářský*), vlastní projekt maloobchodní jednotky, projekt e-shopu, maloobchodní firma XY a její postavení na trhu, velkoobchodní firma XY a její postavení na trhu

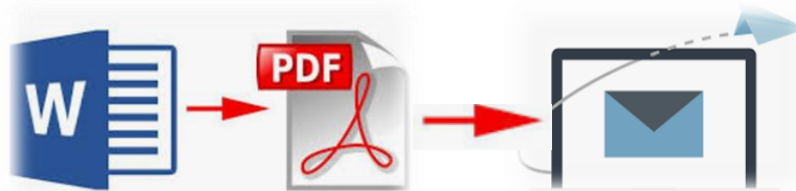
Tým: 3 studenti

Odevzdání: elektronicky v PDF do IS → odevzdávárna „Seminární práce“ – nachází se v interaktivní osnově od 9. výukového týdne. SP odevzdává pouze jeden člen z týmu!

Požadavky: formální úprava a struktura práce je upřesněna v dokumentu umístěném v IS v interaktivní osnově v prvním výukovém týdnu

Termín odevzdání: nejpozději tři dny před tím než půjdete na zkoušku

Na posledních dvou seminářích se bude konat závěrečná prezentace SP a **diskuze** v semináři.



Za neodevzdání SP ve stanoveném termínu bez vážného důvodu a omluvy: **sankce - 5 bodů.**

OBSAH SEMINÁRNÍ PRÁCE

Téma: maloobchodní jednotka



SLEZSKÁ
UNIVERZITA

Úvod

Uvést teoretické poznatky o maloobchodu a jeho významu (nezapomenout uvést citace u sekundárních zdrojů), definovat cíl práce (*Cílem práce je provést srovnání teoretických poznatků z oblasti obchodu s praxí v maloobchodní prodejně <název prodejny>.*), okomentovat, proč jste si vybrali zvolené téma/maloobchod, stručné představení obsahu kapitol.

1 Představení firmy

Popsat vznik firmy, historii, počet zaměstnanců, značku, uvést zdali se jedná o nezávislého maloobchodníka, nebo kooperaci v rámci integrace (uvést typ integrace), organizační strukturu.... (nezapomeňte vždy uvést zdroj informací).

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





EXTERIÉR PRODEJNY



OBSAH SEMINÁRNÍ PRÁCE

3 Interiér prodejny

3.1 Dispoziční řešení (zakreslit a vysvětlit slovně)

3.2 Vnitřní design (nákupní atmosféra, osvětlení, barvy, hudba, hluk, obchodní zařízení - spojit obchodně-provozní věci s poznatky z marketingu)

4 Zboží

4.1 Zboží jako obchodní sortiment a technologická skupina

4.2 Zboží a způsoby prezentace



Závěr

Vyhodnocení srovnání teorie s praxí, vlastní názor, jestli je v praxi řešeno něco lépe a co by se dalo převzít do teorie, uvést návrhy a doporučení na změny v interiéru, exteriéru, úpravě kategorií zboží, dispozičního řešení, či způsobu prezentace zboží.

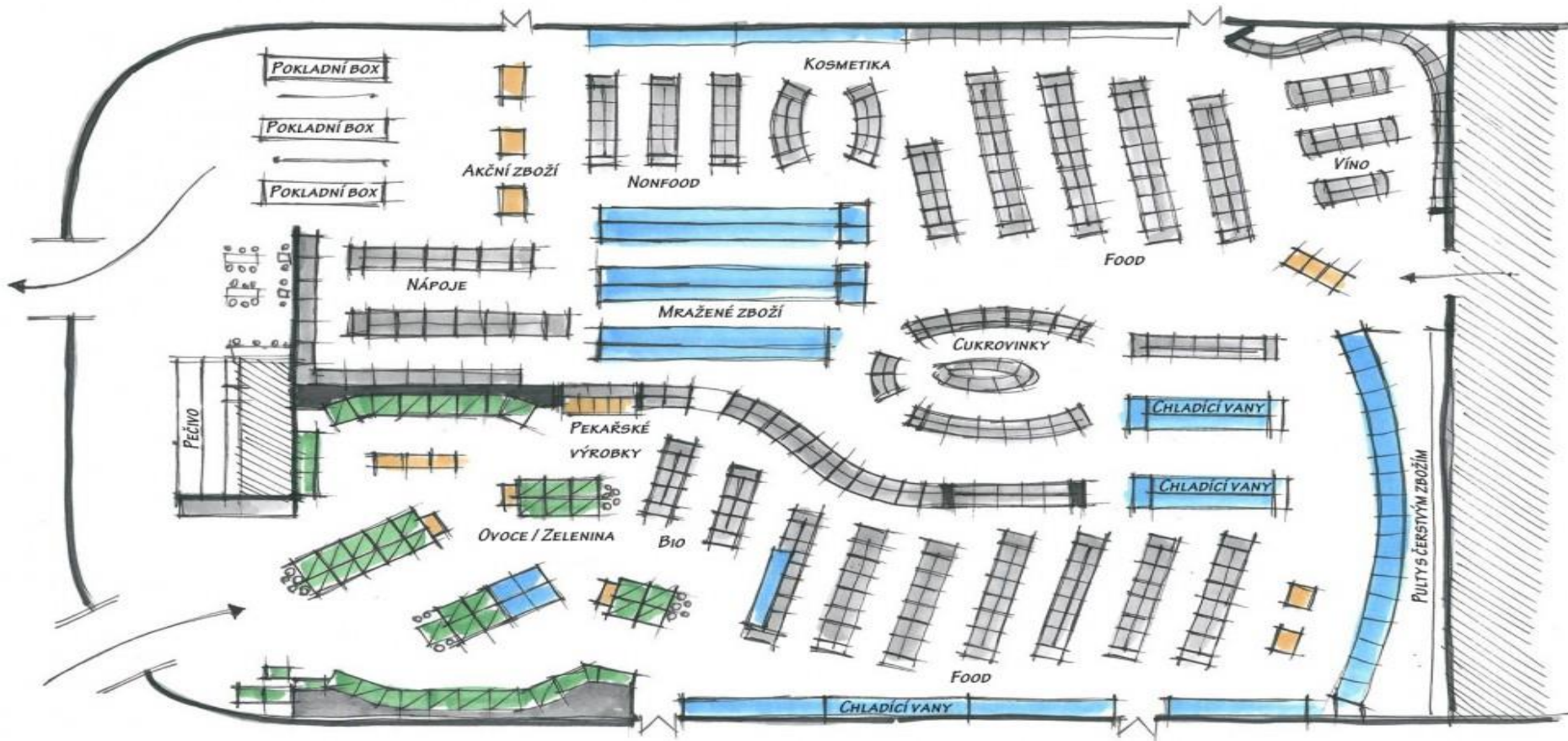
Seznam použitých pramenů a literatury

Přílohy (dispoziční řešení – pouze v případě, že je jiné než v podkapitole věnující se interiéru prodejny)

INTERIÉR PRODEJNY – PŘÍKLAD DISPOZIČNÍHO ŘEŠENÍ



SLEZSKÁ
UNIVERZITA



OBSAH SEMINÁRNÍ PRÁCE

Téma: vlastní projekt maloobchodní jednotky

Úvod

Uvést teoretické poznatky o maloobchodu a jeho významu (nezapomenout uvést citace u sekundárních zdrojů), definovat cíl práce, okomentovat, proč jste si vybrali zvolené téma, stručné představení obsahu kapitol.

1 Představení fiktivní firmy

Popsat fiktivní firmu, počet zaměstnanců, které budete potřebovat, vymyslet značku, uvést zdali byste byli nezávislým maloobchodníkem, nebo byste kooperovali v rámci integrace (uvést typ integrace) a odůvodnit výběr, popsat vhodnou organizační strukturu....

2 Exteriér prodejny (jedná se o fiktivní firmu, takže jak byste si představovali exteriér)

- 2.1 Architektonické řešení a umístění
- 2.2 Vstupní prostory
- 2.3 Výkladní skříně (pokud jsou)
- 2.4 Parkovací plochy a servisní zařízení



OBSAH SEMINÁRNÍ PRÁCE

Téma: vlastní projekt maloobchodní jednotky



SLEZSKÁ
UNIVERZITA

3 Interiér prodejny (jedná se o fiktivní firmu, takže jak byste si představovali interiér)

3.1 Dispoziční řešení (zakreslit a vysvětlit slovně)

3.2 Vnitřní design (nákupní atmosféra, osvětlení, barvy, hudba, hluk, obchodní zařízení - spojit obchodně-provozní věci s poznatky z marketingu)

4 Zboží (jedná se o fiktivní firmu, takže jaké zboží byste prodávali, jaký by byl způsob prezentace a proč)

4.1 Zboží jako obchodní sortiment a technologická skupina

4.2 Zboží a způsoby prezentace

Závěr

Shrnout na základě jakých teoretických východisek jste navrhovali jednotlivé části. Vyhodnotit možnosti realizace projektu v praxi. Jaká konkrétní rizika byste museli vzít v úvahu při realizaci projektu a proč? Uvést návrhy a doporučení pro realizaci zamýšleného projektu.

Seznam použitých pramenů a literatury

Přílohy (disp. řešení v případě, že je jiné než v podkapitole věnující se interiéru prodejny)

OBSAH SEMINÁRNÍ PRÁCE

Téma: projekt e-shopu



SLEZSKÁ
UNIVERZITA

Úvod

Uvést teoretické poznatky o maloobchodu a jeho významu (nezapomenout uvést citace u sekundárních zdrojů), definovat cíl práce, okomentovat, proč jste si vybrali zvolené téma/e-shop, stručné představení obsahu kapitol.

1 Představení e-shopu

Popsat vznik e-shopu, historii, počet zaměstnanců, značku, uvést zdali se jedná o nezávislého maloobchodníka, nebo kooperaci v rámci integrace (uvést typ integrace), organizační strukturu.... (nezapomeňte vždy uvést zdroj informací).

2 Nabídka sortimentu

2.1 Zboží jako obchodní sortiment a technologická skupina

3 Procesy

3.1 Popsat způsob a podmínky prodeje, kontaktování

3.2 Platební podmínky

3.3 Podmínky dodání



OBSAH SEMINÁRNÍ PRÁCE

Téma: projekt e-shopu

4 Design webové stránky

- 4.1 Popsat všechny prvky současného designu webové stránky + připojit obrázek úvodní webové stránky e-shopu
- 4.2 Vyhodnotit design webové stránky s použitím relevantních literárních zdrojů a rozhodnout zdali vychází z předpokládaných požadavků uživatelů (zákazníci) a je jim přizpůsoben (zaměřte se například na použité barvy, rozložení prvků na stránce, fonty textu, obrázky...)

Závěr

Vyhodnocení srovnání teorie s praxí, vlastní názor, jestli je v praxi řešeno něco lépe a co by se dalo převzít do teorie, uvést návrhy a doporučení na změny v sortimentu, procesech, či designu webové stránky.

Seznam použitých pramenů a literatury

Přílohy (pokud jsou potřebné)



OBSAH SEMINÁRNÍ PRÁCE

Téma: firma XY a její postavení na trhu

Další možná témata: **Maloobchodní firma XY a její postavení na trhu**
 Velkoobchodní firmy XY a její postavení na trhu

Pokud si vyberete jedno z těchto témat, tak jej zpracujte takto:

Úvod

- 1 **Představení firmy**
- 2 **Strategie**
- 3 **Obchodní sortiment**
- 4 **Typy prodejen (téma maloobchodní firmy) nebo typy skladů (téma velkoobchodní firmy)**
- 5 **Zajímavosti**

Závěr

Seznam použitých pramenů a literatury

Přílohy (například dispoziční řešení)



DŮLEŽITÉ TERMÍNY VZTAHUJÍCÍ SE K SEMINÁRNÍ PRÁCI



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

**Termín nahlášení týmů
a vybraných témat:**

na semináři nejpozději do **27. října**

Termín odevzdání SP:

**elektronicky nejpozději 3 dny před tím, než
půjdete na zkoušku vložení do příslušné
odevzdáárny v IS**

Termín obhajoby SP:

7. a 8. 12. + 14. a 15. 12. (studenti si nahlásí
konkrétní termín obhajoby své SP)



ÚKOLY NA PŘÍŠTÍ SEMINÁŘ



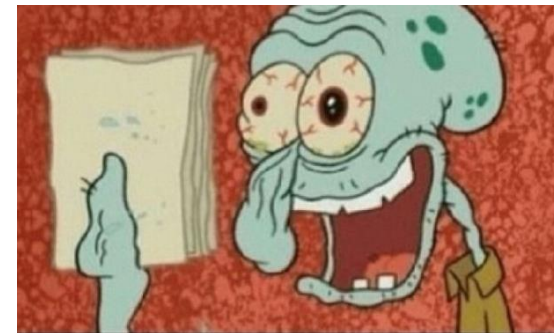
SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

V IS, ve složce „**Materiály na další seminář**“, mohou být po semináři připraveny materiály k prostudování na příští seminář – vždy bude specifikováno na semináři, zdali je na další seminář úkol.

Student je povinen do seminářů chodit připraven (mít prostudovanou problematiku z přednášky, vypracovaný DÚ – pokud bude zadán).

Na příští seminář si připravte následující:

1. Vyhledat na internetu současné trendy v maloobchodě v České republice (stačí cca 1-2 trendy)
2. Vyhledat na internetu současné trendy v maloobchodě v zahraničí (stačí cca 1-2 trendy)
3. Z přednášky si zopakovat fáze vývoje trhu, funkce obchodu, druh obchodu



**TEN POCIT, KDYŽ VE 3 RÁNO
KONEČNĚ DOKONČÍŠ ÚKOL.**



Děkuji za prostudování
a těším se na vás na
příštím semináři

