

# EKONOMIKA OBCHODU



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

**Ing. Radka Bauerová, Ph.D.**

Seminář č. 1

23. a 25. 2. 2021

# 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:** úterý 13:05 – 13:50  
čtvrtek 9:45 – 10:30 a 12:15-13:00  
Konzultační hodiny probíhají do odvolání online v MS Teams – tým „Bauerová – konzultace“  
Kód pro přihlášení do týmu na konzultace: **ppfm7ar**



## Průběh výuky

Výuka probíhá do odvolání online v MS Teams – tým „BPEKO – Ekonomika obchodu“  
Kód pro přihlášení do týmu na semináře: **lhltmrj**

## Jak bude vypadat online výuka?

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:** vzhledem k online výuce je účast na seminářích dobrovolná, avšak je podpořena možností získání bodů za zpracované a oddiskutované případové studie a úkoly.

**HODNOCNÍ: 16 BODŮ**

**Zpracování úkolů z přednášky.**

**HODNOCNÍ: 4 BODY**

**Zpracování a prezentace projektu MOJ, závěrečná diskuze.**

**HODNOCNÍ: 20 BODŮ**

**Písemná zkouška:** testové otázky a příklady, otevřené otázky (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. *Ekonomika obchodu*. Karviná: SU OPF, 2013.
- STARZYCZNÁ, H. *Ekonomika obchodu*. Distanční studijní opora. Karviná: SU OPF, 2005.
- STARZYCZNÁ, H., STEINER, J. *Maloobchod v českých zemích v proměnách let 1918-2000*. Karviná: SU OPF, 2000.
- Aktuální data k obchodu [www.socr.cz](http://www.socr.cz), [www.retailnews.cz](http://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

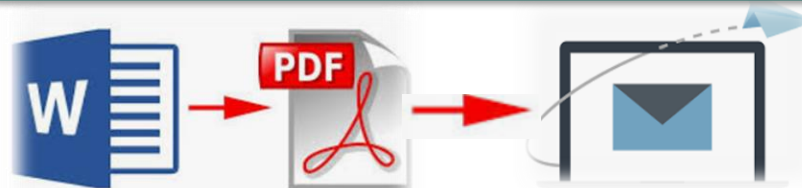
**Tým:** 3 studenti

**Odevzdání:** elektronicky v PDF do IS → odevzdávárna s názvem „Seminární práce“. SP odevzdává pouze jeden člen z týmu!

**Požadavky:** formální úprava a struktura práce je upřesněna v dokumentu umístěném v IS, ve složce „Organizační pokyny“.

**Termín odevzdání:** nejpozději do konce semestru, avšak vždy před tím než půjdete na zkoušku (3. ročník nejpozději 3 dny před zkouškou).

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







# 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.

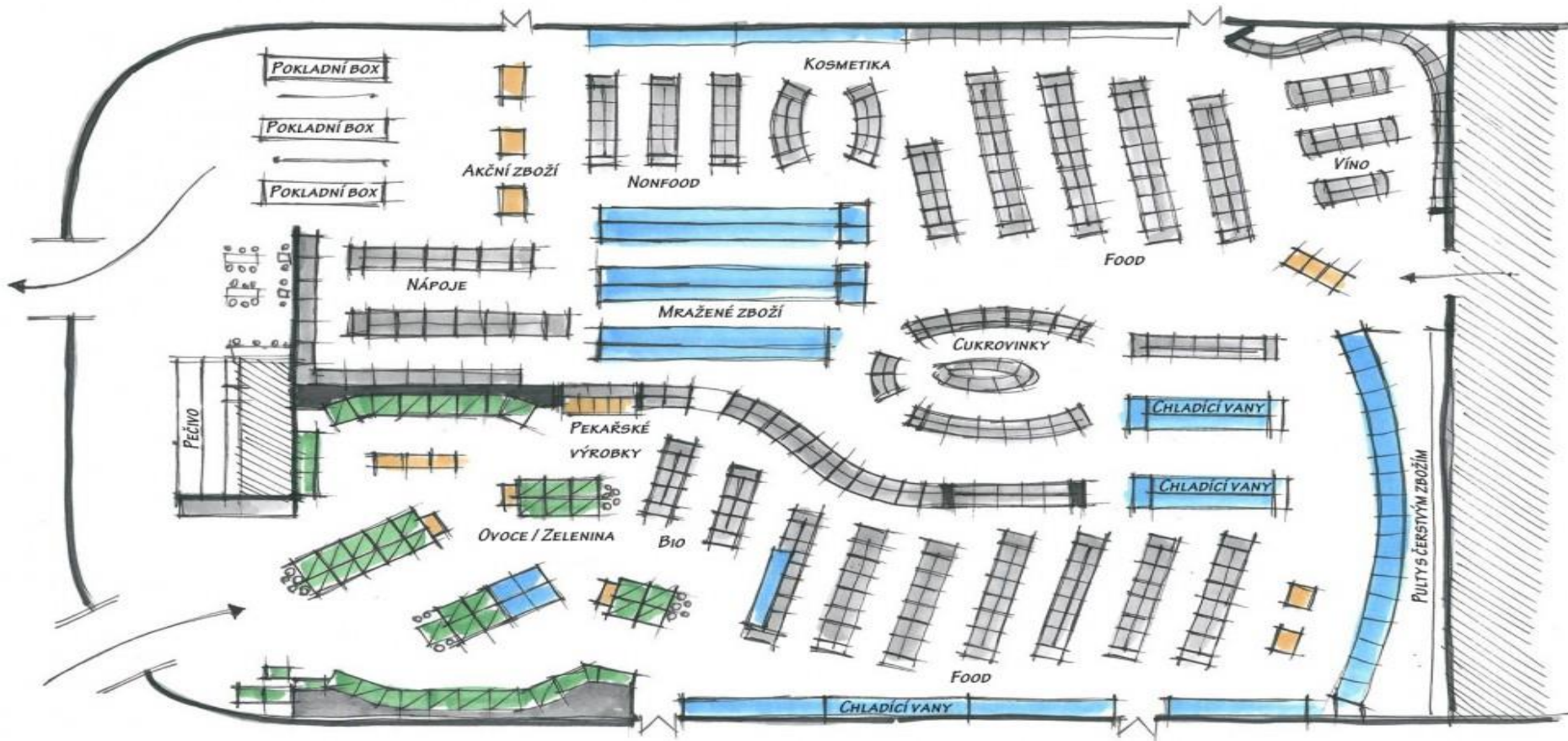
## Seznam použitých pramenů a literatury

**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

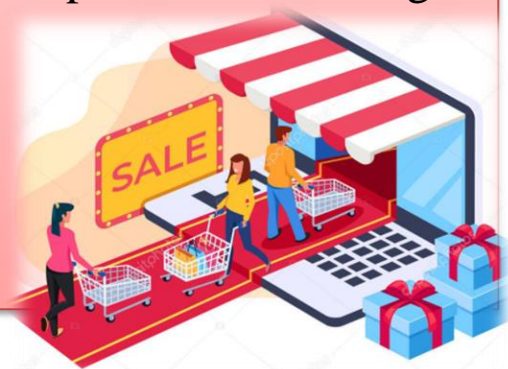
- 4.1 Popsat všechny prvky současného designu webové stránky + připojit obrázek úvodní webové stránky e-shopu
- 4.2 Vyhodnotit design webové stránky s použitím relevantních literárních zdrojů a rozhodnout zdali vychází z předpokládaných požadavků uživatelů (zákazníci) a je jim přizpůsoben (zaměřte se 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)





# DŮLEŽITÉ TERMÍNY VZTAHUJÍCÍ SE K SEMINÁRNÍ PRÁCI



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Termín nahlášení týmů a vybraných témat:  
**e-mailem, nebo na semináři do 18. března**
- Termín odevzdání SP:  
**elektronicky do konce semestru vložení do příslušné odevzdávací skříně v IS (3. ročník nejpozději 3 dny před zkouškou)**
- Termín obhajoby SP:  
**11. 5., 13. 5 a 18. 5., 20. 5.**
- Termín obhajoby SP pro studenty **3. ročníku:**  
**20. a 22. dubna** (zkušební období pro 3. ročník je od 26. 4.)





# ÚKOLY NA PŘÍŠTÍ SEMINÁŘ

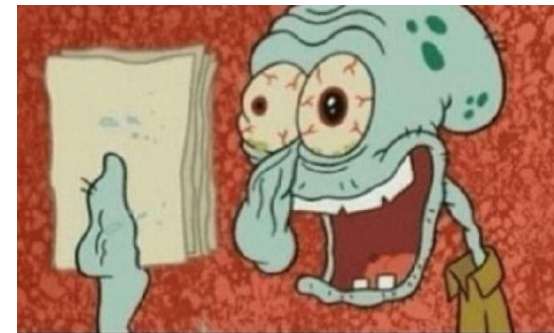


SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

V IS, ve složce „Materiály na další seminář“, budou každý týden po semináři připraveny materiály k prostudování na příští seminář.

**Student je povinen se přihlásit na online seminář připraven (mít zpracované zadání, popřípadě prostudovanou problematiku z přednášky).**

1. Přečíst si znění případové studie na téma sortimentní disproporce ve venkovském prostoru a v týmu (po 2 – 3 studentech) vypracovat otázky.
2. Vyhledat na internetu současné trendy v maloobchodě v České republice (stačí cca 2 trendy)
3. Vyhledat na internetu současné trendy v maloobchodě v zahraničí (stačí cca 2 trendy)
4. Z přednášky si zopakovat fáze vývoje trhu, funkce obchodu, druh obchodu



TEN POCIT, KDYŽ VE 3 RÁNO  
KONEČNĚ DOKONČÍŠ ÚKOL.



---

**OTÁZKY?**



**MÁ NĚKDO UŽ SVŮJ  
ZAVEDENÝ TÝM?**





SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

---

# Děkuji za pozornost

