

TEME ZA ZAVRŠNE RADOVE

Smjer: PRODAVAČ

Školska godina 2017. /2018.

TEME ZA ZAVRŠNI RAD IZ PREDMETA POZNAVANJE ROBE

1. Mlinski proizvodi, uvjeti prodaje i oglašavanje putem tiska
2. Pekarski proizvodi, poslovna etika i zaštita potrošača i uloga mjesta prodaje
3. Tjestenine i keksi, akcijska prodaja u prodavaonici "x" i ciljevi pospješivanja prodaje
4. Svježe voće i povrće, gubici na zalihama robe u prodavaonici "x" i najznačajnija obilježja prodajnog prostora
5. Prerađevine od voća i povrća, smještaj i izlaganje robe u prodavaonici "x" te djelovanje na pretkupovno i postkupovno raspoloženje kupaca
6. Čokolada, naručivanje robe od proizvođača u prodavaonici "x" i definiranje potreba kupaca
7. Kobasice, čuvanje u priručnom skladištu prodavaonice "x" i ciljevi degustacija
8. Svježe meso, način dopreme i lokacija prodajnog prostora
9. Mlijeko, ambalaža kao dio proizvodnog mix-a u prodavaonici "x" i ambalaža kao promocijski element
10. Sirevi, čuvanje i skladištenje i osobna prodaja
11. Kava, izbor dobavljača u prodavaonici "x" i oglašavanje putem televizije
12. Benzin, prodaja na benzinskoj crpki i lokacija prodajnog prostora
13. Električni aparati za kućanstvo, jamstvo i reklamacije i kako djelotvorno reagirati na prigovore kupaca
14. Osobna motorna vozila, leasing i usluge u trgovini
15. Staklena roba za kućanstvo i ugostiteljstvo, način pakiranja u prodavaonici "x" i aktivnosti pospješivanja prodaje usmjerene na prodajni prostor
16. Porculanska roba, način izlaganja u prodavaonici "x" i obilježja kupovnog ponašanja
17. Vezivni građevni materijali, vrste skladišta i utjecaj okoliša na mjesto prodaje
18. Umjetna gnojiva, vrste asortimana u prodavaonici "x" i sajmovi
19. Opeka i crijep, uporaba paleta u trgovačkom lancu i značajke osobne prodaje
20. Sredstva za njegu kože lica, kontrola roka uporabe u prodavaonici "x" i utjecaj publiciteta
21. Boje i toneri za kosu, kataloška prodaja i proces donošenja odluka o kupnji
22. Posebni tekstilni proizvodi, oprema prodavaonice "x" za izlaganje i imidž
23. Obuća, samoizbor kao metoda prodaje u prodavaonici "x" i uloga neosobnog komuniciranja

24. Autogume, dodatne usluge u prodavaonici "x" te činitelji privlačenja kupaca i povećanje prodaje
25. Muška konfekcija, dopunska ponuda u prodavaonici "x" i aktivnosti u izlogu
26. Namještaj za opremanje stana, konzultantske usluge i aktivnosti unapređivanja prodaje usmjerena na kupca
27. Papirna konfekcija, priprema robe za poznatog kupca i odlike dobrih prodavača
28. Nalivpera, prodajna prezentacija i obilježja kupaca i kupovno ponašanje 29. Vina, degustacije i odluke o kupnji

TEME ZA ZAVRŠNI RAD IZ PREDMETA **NABAVNO POSLOVANJE**

1. Gospodarska djelatnost promet robom u trgovini na malo prehrambenih proizvoda
2. Trgovina robom široke potrošnje u hipermarketu trgovačkog društva „X“
3. Zalihe trgovačke robe te upravljanje zalihama u trgovačkom lancu „Konzum“, Zagreb
4. Evidencija poslovnih procesa u prodavaonici „X“ s pretežito prehrambenom robom
5. Nabava i prodaja pekarskih proizvoda u prodavaonici „X“ te akcijske prodaje
6. Asortiman i čimbenici u izboru asortimana u prodavaonicama tipa supermarket trgovačkog društva „X“
7. Skladište i procesi poslovanja u regionalnom skladištu poljoprivrednih proizvoda
8. Kalkulacija cijena te utjecaj cijena na poslovni rezultat trgovačkog društva „X“ i prodavaonice kao poslovne jedinice
9. Naručivanje robe, zaključivanje nabave i sklapanje Ugovora o prodaji u trgovačkom društvu „X“
10. Trgovački centri – mjesto susreta ponude i potražnje na primjeru trgovačkog centra „X“
11. Oprema skladišta te načini skladištenja i evidencija skladišnog poslovanja u trgovačkom društvu „X“
12. Dokumentacija poslovanja prodavaonice „X“ robom te evidencija promotivnih aktivnosti u uvjetima sezonskih sniženja robe
13. Manipuliranje robom u hipermarketu te utjecaj metoda prodaje na uspješnost poslovanja
14. Politika prodaje i posebni uvjeti prodaje u prodavaonici „X“ s pretežito „X“ robom 15. Tema po izboru

TEME ZA ZAVRŠNI RAD IZ PREDMETA **OSNOVE MARKETINGA**

1. Ekološki marketing na primjeru ekološki prihvatljivog proizvoda „X“

2. Proizvod kao element marketing mixa u prodavaonici „X“
3. Cijena kao element marketing mixa na primjeru proizvoda „X“ prodavaonice „X“
4. Promocija kao element marketing mixa na primjeru prodavaonice „X“
5. Distribucija kao element marketing mixa na primjeru prodavaonice „X“
6. Istraživanje tržišta proizvoda „X“ i njegovo pozicioniranje na tržištu
7. Ekonomska propaganda kao oblik promocije prodavaonice „X“ i njihova komunikacija s kupcem
8. Marketinška komunikacija i načini promocije prodavaonice „X“
9. Odnosi s javnošću tvrtke „X“ i njezina reputacija na tržištu
10. Osobna prodaja kao važan dio promocijskog mixa u prodavaonici „X“
11. Pospješivanje prodaje u prodavaonici „X“
12. Poslovna etika u promidžbi prodavaonice „X“
13. Tema po izboru učenika

TEME ZA ZAVRŠNI RAD IZ PREDMETA POSLOVANJE PRODAVAONICE

1. Održavanje čistoće i higijene u prodavaonici „X“
2. Male prodavaonice vs. trgovački lanci
3. Trgovački obrt „X“ – prednosti i nedostaci
4. Tvornička prodavaonica „X“
5. Trgovački centar „X“ – ponuda i potražnja na jednom mjestu
6. Zaštita potrošača u Europskoj uniji
7. Tržnica „X“ kao oblik prodaje izvan prodavaonice
8. Internet trgovina kao suvremeni način kupovine
9. Zbrinjavanje otpada u prodavaonici „X“
10. Važnost ekologije u suvremenoj trgovini
11. Tema po izboru

TEME ZA ZAVRŠNI RAD IZ PREDMETA PREZENTACIJSKE VJEŠTINE

1. Verbalna komunikacija – kako govoriti uspješnije i bolje?

2. Neverbalna komunikacija – učinak neverbalnog znaka „X“ na ljusku komunikaciju
3. Tajne uspješne komunikacije
4. Timski rad
5. Vještine dobrog govornika
6. Odnosi s javnošću
7. Aktivno slušanje
8. Kako dobro prodati proizvod „X“
9. Uzroci straha od javnog nastupa
10. Uspostavljanje dobrog odnosa sa slušateljima
11. Tema po izboru učenika

TEME ZA ZAVRŠNI RAD IZ PREDMETA PRODAJNA KOMUNIKACIJA

1. Definiranje potreba kupaca i planiranje nabave dijetalne hrane u prodavaonici „X“
2. Utjecaj ambalaže na odluku o kupnji te izbor dobavljača pri nabavi parfema u prodavaonici „X“
3. Ponašanje kupaca prema spolu pri kupnji mobitela te negotovinski način plaćanja u prodavaonici „X“
4. Rješavanje reklamacija te politika kakvoće i usluga za kućanske aparate u prodavaonici „X“
5. Oglašavanje putem televizije i prodaja na leasing automobila u autokući „X“
6. Sezonske akcije i politika zaliha voća u prodavaonici „X“
7. Kupovno ponašanje prema dobi te prednosti elektronskog plaćanja POS EAN sustavom računala u prodavaonici „X“
8. Prodajna prezentacija na tržnici za prodaju meda
9. Vanjski i unutarnji elementi mjesta prodaje te vizualni identitet prodavaonice „X“
10. Degustacija i manipulacija mliječnim proizvodima u prodavaonici „X“
11. Demonstracija i izlaganje malih kućanskih aparata u prodavaonici „X“
12. Tema po izboru

TEME ZA ZAVRŠNI RAD IZ PREDMETA PRODAJNO POSLOVANJE

1. Faze i osobitosti prodajnog razgovora pri prodaji proizvoda „X“ u prodavaonici „Y“
2. Prodaja i naplaćivanje prodane robe „X“ u prodavaonici „Y“

3. Izlaganje i prodaja kozmetičke robe u prodavaonici „Y“
4. Blagajničko poslovanje u prodavaonici „Y“
5. Organizacija prodaje proizvoda „X“ u prodavaonici „Y“
6. Značaj robne marke u prodaji i trgovačke marke u prodavaonici „Y“
7. Posebni uvjeti prodaje i kalkulacija cijene proizvoda „X“ u prodavaonici „Y“
8. Mjerenje, obračun i naplata pri prodaji robe „X“ u prodavaonici „Y“
9. Evidencija i dokumentacija prodaje robe „X“ u prodavaonici „Y“
10. Franchising na primjeru gospodarskog subjekta „Y“
11. Leasing u poslovanju gospodarskog subjekta „Y“
12. Transport i otprema robe „X“ na primjeru gospodarskog subjekta „Y“
13. Mystery shopping u istraživanju kvalitete prodaje i pružanja usluga na primjeru gospodarskog subjekta „Y“
14. Tema po izboru

TEME ZA ZAVRŠNI RAD IZ PREDMETA UPRAVLJANJE PRODAVAONICOM

1. Organizacija poslovanja prodavaonice te organizacijski oblici obzirom na ciljeve trgovačkog društva „X“
2. Funkcije managementa te njegova primjena u maloprodajnoj mreži trgovačkog društva „X“
3. Ljudski potencijali, vještine planiranja organiziranja i upravljanja organizacijskim jedinicama u trgovačkom društvu Konzum, Zagreb
4. Motivacija, motivacijski ciklus i strategije motiviranja usmjerene na poslovni rezultat na primjeru trgovačkog društva „X“
5. Zalihe, postupci naručivanja i kontrole zaliha te pokazatelji obrtanja zaliha robe u prodavaonici „X“
6. Postupci preuzimanja robe te priprema robe za prodaju uz stalnu kontrolu stanja zaliha u prodavaonici „X“
7. Evidencija poslovanja prodavaonice u segmentu stanja zaliha i blagajničkog poslovanja kroz internu kontrolu u trgovačkom društvu „X“
8. Pokazatelji uspješnosti poslovanja kroz financijska izvješća i kontrola poslovnih knjiga 9. Tema po izboru

TEME ZA ZAVRŠNI RAD IZ PREDMETA ODNOSI S KUPCIMA

1. Važnost kvalitetne i uspješne komunikacije u ostvarivanju prodajnih ciljeva prodavača.
2. Komunikacija kao temeljni čimbenik uspješnog poslovanja.

3. Komunikacijske vještine i komunikacijske kompetencije u maloprodajnoj mreži.
4. Vrste komunikacija u kupovno prodajnom procesu maloprodajne mreže.
5. Usmena komunikacija kroz prodajni razgovor u suvremenim oblicima prodaje.
6. Neverbalna komunikacija i njene funkcije u području trgovine na malo.
7. Pogreške u prodajnoj komunikaciji i njihovo otklanjanje.
8. Komuniciranje i odnos prema kupcu.
9. Potrebe kupaca u suvremenom prodajnom procesu.
10. Komunikacija s kupcima u svrhu prikupljanja informacija.
11. Prodavač- izgled, nastup, odnos prema samome sebi i okolini.
12. Važnost prvog dojma i stvaranja ugodnog ozračja u prodajnom prostoru.
13. Prezentiranje- predstavljanje proizvoda putem prodajne demonstracije.
14. Pogreške u odnosu s kupcima.
15. Utjecaj emocija i emocionalna inteligencija u ostvarivanju prodajnih rezultata.
16. Poželjne osobine prodavača za uspješnu prodaju u prodavaonici s klasičnom metodom prodaje.
17. Vještine komuniciranja kao garancija uspješnog predstavljanja proizvoda u maloprodajnoj mreži.
18. Riješavanje prigovora te savladavanje gužve kao važnog čimbenika fizičkog okružja prodavaonice.
19. Prijenosnici poslovnih poruka, poslovni kanali u marketinškoj službi.
20. Tema po izboru kandidata.