

Cílem práce je napsání programu, který umožní navrhnout model obchodního domu (supermarketu). Do modelu postupně umístíme základní prvky – např. regály nebo pokladny, až vytvoříme funkční obchod. Poté diskretní simulací zkusíme co nejpřesněji napodobit chování skutečných zákazníků. Důraz byl kladen na možnost umístit do modelu akční nabídky zboží a sledovat jejich úspěšnost. Abych porovnal simulaci s realitou, namodeloval jsem skutečný supermarket. Zaměřil jsem se na pozorování průměrné délky nakupování a průměrné útraty. Tato data přibližně odpovídala těm reálně naměřeným. Dále uvedu běžné marketingové techniky, které ovlivňují chování zákazníků, a ověřím jejich účinnost v simulaci. Stručně také popíši komerční simulační software.