

Střední odborná škola Luhačovice

Název oboru vzdělávání: 63-41-M/01 – Ekonomika a podnikání
Název ŠVP: Management a marketingové komunikace
Forma vzdělávání: denní
Platnost: od 1. 9. 2018, aktualizace k 1. 9. 2020
Školní rok: 2024/2025

Témata pro ústní maturitní zkoušku z odborných předmětů

1. Základní funkce marketingu, marketingové strategie

- Definice a význam marketingu
- Vývoj podnikatelských koncepcí
- Marketingové strategické plánování
- Druhy marketingových strategií

2. Marketingové prostředí podniku

- Vnitřní prostředí podniku
- Vnější mikroprostředí podniku
- Vnější makroprostředí podniku
- SWOT analýza

3. Marketingový výzkum a cílený marketing

- Význam marketingového výzkumu
- Etapy marketingového výzkumu
- Metody sběru dat – typy primárního výzkumu
- Tržní segmentace, targeting a positioning

4. Výzkum spotřebitele

- Model chování spotřebitele
- Faktory ovlivňující chování spotřebitele
- Proces a typy nákupního rozhodování
- B2B trhy

5. Produkt

- Komplexní výrobek
- PLC křivka výrobku
- Odchytky od klasické PLC křivky
- Produktové portfolio BCG

6. Cena a distribuce

- Strategické cíle firmy, metody stanovení ceny
- Faktory ovlivňující cenu, srážky a slevy
- Distribuční cesty, distributoři
- Distribuční strategie

7. Základní ekonomické pojmy, trh a tržní ekonomika

- Potřeby, statky, služby
- Ekonomické problémy a systémy
- Výrobní faktory, hospodářský proces
- Trh, zboží, nabídka, poptávka, tržní mechanismus
- Konkurence a selhání trhu

8. Národní hospodářství, cíle a nástroje hospodářské politiky státu

- Subjekty NH
- Makroekonomické ukazatele
- Hospodářský cyklus
- Subjekty a nástroje hospodářské politiky

9. Podnik a podnikání

- Podnik, podnikání, podnikatel, obchodní jméno, obchodní rejstřík
- Jednání jménem podniku
- Možnosti podnikání jednotlivce, výhody a nevýhody
- Podnikání podle živnostenského zákona

10. Společné podnikání

- Obchodní společnosti
- Družstva
- Státní podniky
- Další formy podnikání

11. Dlouhodobý majetek podniku

- Členění dlouhodobého majetku
- Pořizování, oceňování a evidence
- Odepisování
- Vyřazení dlouhodobého majetku

12. Zásoby podniku

- Členění zásob
- Pořizování, oceňování a evidence
- Struktura a normování zásob podle metody ABC
- Skladování

13. Personální činnost

- Získávání zaměstnanců
- Vznik, změna a zánik pracovního poměru
- Dohody mimo pracovní poměr
- Povinnosti zaměstnance a zaměstnavatele

14. Odměňování zaměstnanců

- Druhy mezd, struktura mzdy
- Péče o zaměstnance, zaměstnanecké benefity
- Bezpečnost práce, pracovní doba a doba odpočinku
- Dovolená na zotavenou

15. Financování podniku

- Zdroje financování
- Krátkodobé financování
- Dlouhodobé financování, cenné papíry kapitálového trhu
- Cíle finančního řízení podniku

16. Pojišťovnictví

- Charakteristika pojišťovnictví, rozdělení pojištění
- Zdravotní a sociální pojištění
- Dávky poskytované ze sociálního pojištění
- Pojištění majetku, osob a odpovědnosti
- Životní pojištění a penzijní připojištění

17. Daňová soustava

- Funkce a struktura daňové soustavy
- Základní daňové pojmy
- Přímé daně – z příjmu a majetkové
- Nepřímé daně – DPH a spotřební daň

18. Bankovníctví

- Vývoj bankovníctví a bankovní systém v ČR
- Úloha a nástroj ČNB
- Obchodní banky
- Aktivní a pasivní úlohy bank, bankovní služby

19. Management

- Obsah a vývoj managementu, současné trendy
- Vznik a úroveň manažerské profese
- Osobnost, předpoklady a vlastnosti manažera
- Styly řídicí práce

20. Manažerské činnosti

- Rozhodování
- Plánování
- Organizování
- Vedení a motivace
- Kontrola

21. Nejstarší formy komunikace

- Epocha znamení a signálů
- Epocha mluvení a jazyka
- Epocha psaní, knihtisku
- Epocha masových médií
- Charakteristika jednotlivých etap v historickém kontextu

22. Marketingové komunikace

- Základní a rozšířená klasifikace komunikačních aktivit
- Stručná charakteristika jednotlivých aktivit
- Znaky určující cílovou skupinu
- Kulturní rozdíly ve vnímání komuniké

23. Propagační prostředky

- Členění a význam propagačních prostředků
- Taxonomie modelů fungování propagace
- Model komunikačního procesu v propagaci
- Podmínky propagační tvorby

24. Propagace

- Charakteristika propagace
- Propagace vers. propaganda – význam u nás i ve světě
- Vývoj propagačních prostředků a jejich trendy
- Interní, externí a elektronická forma propagace

25. Advertising

- Definice pojmu a historie reklamy
- Cíle, funkce a formy reklamy
- Významné organizace a asociace v oblasti reklamy
- Současné trendy v reklamě

26. Typy komunikačních agentur, profesní asociace v oblasti marketingových komunikací

- REKLUB – historie
- Typy a struktura jednotlivých agentur
- Profesní asociace a organizace v oblasti propagace
- Legislativa jako podpora samoregulace reklamy v ČR

27. Public relations a sponzoring

- Definice pojmů, významné osobnosti
- Cíle a druhy
- Sociální sponzoring
- Lobbying, fundraising

28. Podpora prodeje, přímý marketing, osobní prodej

- Možnosti jednotlivých komunikačních aktivit
- Definice, hlavní prostředky, nástroje
- Nové formy komunikace (guerilla-, virální-, WOM-, buzz-, art marketing apod.)

29. Realizace účinné propagace, Corporate identity

- Definice základních 5 „M“
- Definice, jednotlivé prvky CI
- Základní komunikační kategorie s aplikací na 4P, 4S, 4C apod.
- Nová média – účinnost propagace

30. Historie výstav a výstavnictví

- Generace veletrhů a výstav
- Přehled významných událostí u nás i ve světě (BVV, EXPO apod.)
- Veletrhy a výstavy jako součást marketingových komunikací v současnosti
- Rozdíly mezi výstavou, veletrhem, expozicí, vernisáží

Schváleno předmětovou komisí dne 27. 8. 2024

.....
PhDr. Klára Masařová, PhD.
vedoucí PK

.....
Ing. Jana Šuráňová
ředitelka školy