



Střední odborná škola Luhačovice
Masarykova 101, 763 26 Luhačovice, Zlínský kraj

RVP 63-41-M/01 Ekonomika a podnikání

ŠKOLNÍ VZDĚLÁVACÍ PROGRAM
MANAGEMENT UMĚNÍ A REKLAMY

(platný od 1. 9. 2009 počínaje 1. ročníkem)



Zpracoval: kolektiv pedagogických pracovníků SOŠ Luhačovice ve školním roce 2008/2009

PaedDr. Karel Milička
ředitel školy

OBSAH

Upozornění: do úplné verze ŠVP lze nahlédnout u ředitele školy

1. Úvodní identifikační údaje	3
2. Profil absolventa	4
3. Charakteristika ŠVP	12
4. Učební plán	17
5. Učební osnovy	21
6. Personální a materiální podmínky	228
7. Autorský kolektiv	231
8. Přílohy	232



1. ÚVODNÍ IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název školy:	Střední odborná škola Luhačovice
Adresa školy:	Masarykova 101, 763 26 Luhačovice
Zřizovatel:	Zlínský kraj
Název ŠVP:	Management umění a reklamy
Kód a název oboru vzdělání:	63-41-M/01 Ekonomika a podnikání (RVP vydalo MŠMT dne 28. 6. 2007, čj. 12 698/2007-23.)
Stupeň poskytovaného vzdělání:	střední vzdělání s maturitní zkouškou
Délka a forma vzdělávání:	čtyřleté denní studium
Jméno ředitele:	PaedDr. Karel Milička
Kontakty pro komunikaci se školou:	tel.: 577 131 067 – sekretariát, fax: 577 131 067 Tel. 577 131 197 – ředitelna e-mail: vedeni@sosluhac.cz , http://www.sosluhac.cz
Platnost ŠVP:	od 1. září 2009 počínaje 1. ročníkem

.....
podpis ředitele školy

Autorský kolektiv

PaedDr. Karel Milička – koordinátor ŠVP
Ing. Jana Šuráňová – vedoucí týmu ŠVP
Vedoucí a členové předmětových komisí SOŠ Luhačovice

Školní vzdělávací program Management **umění a reklamy** byl zpracován v období od září 2008 do června 2009.

2. PROFIL ABSOLVENTA

Název ŠVP:	Management umění a reklamy
Kód a název vzdělávacího programu:	63-41-M/01 Ekonomika a podnikání
Dosažený stupeň vzdělání:	střední vzdělání s maturitní zkouškou
Délka a forma vzdělání:	čtyřleté denní
Způsob ukončení:	maturitní zkouška
Certifikace:	vysvědčení o maturitní zkoušce
Platnost:	od 1. 9. 2009 počínaje 1. ročníkem

2. 1 Popis uplatnění absolventa

Absolvent studijního oboru je středoškolsky vzdělaný odborník, který se může uplatnit v odpovídajících funkcích v podnicích všech právních forem v souladu s odbornou profilací studijního oboru, především jako ekonom, finanční referent, referent marketingu, asistent, sekretář, obchodní zástupce, referent ve státní správě, bankovní a pojišťovací pracovník a v dalších ekonomicko-administrativních funkcích.

Je připraven na výkon různorodých činností, které souvisí s obchodně podnikatelskou a reklamní praxí. Je schopen vykonávat profesi managementu střední úrovně na pozici administrativních a organizačních pracovníků, především však ve specializovaných funkcích jako asistent marketingu a pracovník propagačních oddělení v komerčních subjektech v oblasti výroby, v reklamních agenturách, dále jako reklamní a propagační pracovník v kulturních institucích, nakladatelstvích, masmédiích apod. Má vytvořeny i předpoklady pro samostatné podnikání v marketingových, reklamních a komunikačních agenturách.

Absolvent připravovaný na základě tohoto ŠVP bude schopen posoudit výhody a nevýhody investice nebo obchodního kontraktu, vést obchodní jednání a prezentovat výrobek nebo službu odběratelům. Mezi jeho dovednosti patří i vedení účetnictví a zajišťování personální a administrativní agendy malé i velké organizace. Ve styku se zákazníkem bude jednat profesionálně a bude schopen používat dvou cizích jazyků.

Absolvent je připraven i pro vyšší odborné a vysokoškolské studium, zejména v oborech marketingové a sociální komunikace, mediálních studií, ekonomických oborech a také pro studium vysokých škol uměleckého zaměření.

2.2 Výsledky vzdělávání

Po ukončení studia a úspěšném vykonání maturitní zkoušky je absolvent schopen zvládnout samostatně a se znalostí příslušných technologických a manažerských procesů zabezpečení základní obchodně podnikatelské a propagační činnosti v podnicích všech úrovní, zejména však v malých a středních firmách, reklamních agenturách, kulturních institucích či médiích. Absolvent má předpoklady k tomu, aby prováděl příslušné ekonomické, obchodní, administrativní aktivity se znalostí charakteru a podmínek konkrétního odvětví umělecké a propagační činnosti. Má vytvořeny předpoklady pro to, aby byl připraven rozvíjet vlastní podnikatelské aktivity.

2.3 Kompetence absolventa

Vzdělávání v oboru směřuje v souladu s cíli středního odborného vzdělávání k tomu, aby si žáci vytvořili, v návaznosti na základní vzdělávání a na úrovni odpovídající jejich schopnostem a studijním předpokladům, následující klíčové a odborné kompetence.

2.3.1 Klíčové kompetence

a) Kompetence k učení

Vzdělávání směřuje k tomu, aby absolventi byli schopni efektivně se učit, vyhodnocovat dosažené výsledky a pokrok a reálně si stanovovat potřeby a cíle svého dalšího vzdělávání,¹ tzn. že absolventi by měli:

- mít pozitivní vztah k učení a vzdělávání;
- ovládat různé techniky učení, umět si vytvořit vhodný studijní režim a podmínky;
- uplatňovat různé způsoby práce s textem (zvl. studijní a analytické čtení), umět efektivně vyhledávat a zpracovávat informace; být čtenářsky gramotný;
- s porozuměním poslouchat mluvené projevy (např. výklad, přednášku, proslov aj.), pořizovat si poznámky;
- využívat ke svému učení různé informační zdroje včetně zkušeností svých i jiných lidí;
- sledovat a hodnotit pokrok při dosahování cílů svého učení, přijímat hodnocení výsledků svého učení od jiných lidí;
- znát možnosti svého dalšího vzdělávání, zejména v oboru a povolání.

b) Kompetence k řešení problémů

Vzdělávání směřuje k tomu, aby absolventi byli schopni samostatně řešit běžné pracovní i mimopracovní problémy, tzn., že absolventi by měli:

- porozumět zadání úkolu nebo určit jádro problému, získat informace potřebné k řešení problému, navrhnout způsob řešení, popř. varianty řešení, a zdůvodnit jej, vyhodnotit a ověřit správnost zvoleného postupu a dosažené výsledky;

¹ Prvořadým předpokladem učení je čtenářská gramotnost, ovládání psaní a početních úkonů.

- uplatňovat při řešení problémů různé metody myšlení (logické, matematické, empirické) a myšlenkové operace;
- volit prostředky a způsoby (pomůcky, studijní literaturu, metody a techniky) vhodné pro splnění jednotlivých aktivit, využívat zkušeností a vědomostí nabytých dříve;
- spolupracovat při řešení problémů s jinými lidmi (týmové řešení).

c) Komunikativní kompetence

Vzdělávání směřuje k tomu, aby absolventi byli schopni vyjadřovat se v písemné i ústní formě v různých učebních, životních i pracovních situacích, tzn. že absolventi by měli:

- vyjadřovat se přiměřeně účelu jednání a komunikační situaci v projevech mluvených i psaných a vhodně se prezentovat;
- formulovat své myšlenky srozumitelně a souvisle, v písemné podobě přehledně a jazykově správně;
- účastnit se aktivně diskusí, formulovat a obhajovat své názory a postoje;
- zpracovávat administrativní písemnosti, pracovní dokumenty i souvislé texty na běžná i odborná témata;
- dodržovat jazykové a stylistické normy i odbornou terminologii;
- zaznamenávat písemně podstatné myšlenky a údaje z textů a projevů jiných lidí (přednášek, diskusí, porad apod.);
- vyjadřovat se a vystupovat v souladu se zásadami kultury projevu a chování;
- dosáhnout jazykové způsobilosti potřebné pro komunikaci v cizojazyčném prostředí nejméně v jednom cizím jazyce;
- dosáhnout jazykové způsobilosti potřebné pro pracovní uplatnění dle potřeb a charakteru příslušné odborné kvalifikace (např. porozumět běžné odborné terminologii a pracovním pokynům v písemné i ústní formě);
- chápat výhody znalosti cizích jazyků pro životní i pracovní uplatnění, být motivováni k prohlubování svých jazykových dovedností v celoživotním učení.

d) Personální a sociální kompetence

Vzdělávání směřuje k tomu, aby absolventi byli připraveni stanovovat si na základě poznání své osobnosti přiměřené cíle osobního rozvoje v oblasti zájmové i pracovní, pečovat o své zdraví, spolupracovat s ostatními a přispívat k utváření vhodných mezilidských vztahů, tzn. že absolventi by měli:

- posuzovat reálně své fyzické a duševní možnosti, odhadovat důsledky svého jednání a chování v různých situacích;
- stanovovat si cíle a priority podle svých osobních schopností, zájmové a pracovní orientace a životních podmínek;
- reagovat adekvátně na hodnocení svého vystupování a způsobu jednání ze strany jiných lidí, přijímat radu i kritiku;
- ověřovat si získané poznatky, kriticky zvažovat názory, postoje a jednání jiných lidí;
- mít odpovědný vztah ke svému zdraví, pečovat o svůj fyzický i duševní rozvoj, být si vědomi důsledků nezdravého životního stylu a závislostí;
- adaptovat se na měnící se životní a pracovní podmínky a podle svých schopností a možností je pozitivně ovlivňovat, být připraveni řešit své sociální i ekonomické záležitosti, být finančně gramotní;

- pracovat v týmu a podílet se na realizaci společných pracovních a jiných činností;
- přijímat a odpovědně plnit svěřené úkoly;
- podněcovat práci týmu vlastními návrhy na zlepšení práce a řešení úkolů, nezaujatě zvažovat návrhy druhých;
- přispívat k vytváření vstřícných mezilidských vztahů a k předcházení osobním konfliktům, nepodléhat predsudkům a stereotypům v přístupu k druhým.

e) Občanské kompetence a kulturní povědomí

Vzdělávání směřuje k tomu, aby absolventi uznávali hodnoty a postoje podstatné pro život v demokratické společnosti a dodržovali je, jednali v souladu s udržitelným rozvojem a podporovali hodnoty národní, evropské i světové kultury, tzn. že absolventi by měli:

- jednat odpovědně, samostatně a iniciativně nejen ve vlastním zájmu, ale i ve veřejném zájmu;
- dodržovat zákony, respektovat práva a osobnost druhých lidí (popř. jejich kulturní specifika), vystupovat proti nesnášenlivosti, xenofobii a diskriminaci;
- jednat v souladu s morálními principy a zásadami společenského chování, přispívat k uplatňování hodnot demokracie;
- uvědomovat si – v rámci plurality a multikulturního soužití – vlastní kulturní, národní a osobnostní identitu, přistupovat s aktivní tolerancí k identitě druhých;
- zajímat se aktivně o politické a společenské dění u nás a ve světě;
- chápat význam životního prostředí pro člověka a jednat v duchu udržitelného rozvoje;
- uznávat hodnotu života, uvědomovat si odpovědnost za vlastní život a spoluodpovědnost při zabezpečování ochrany života a zdraví ostatních;
- uznávat tradice a hodnoty svého národa, chápat jeho minulost i současnost v evropském a světovém kontextu;
- podporovat hodnoty místní, národní, evropské i světové kultury a mít k nim vytvořen pozitivní vztah.

f) Kompetence k pracovnímu uplatnění a podnikatelským aktivitám

Vzdělávání směřuje k tomu, aby absolventi byli schopni optimálně využívat svých osobnostních a odborných předpokladů pro úspěšné uplatnění ve světě práce, pro budování a rozvoj své profesní kariéry a s tím související potřebu celoživotního učení, tzn. že absolventi by měli:

- mít odpovědný postoj k vlastní profesní budoucnosti, a tedy i vzdělávání; uvědomovat si význam celoživotního učení a být připraveni přizpůsobovat se měnícím se pracovním podmínkám;
- mít přehled o možnostech uplatnění na trhu práce v daném oboru; cílevědomě a zodpovědně rozhodovat o své budoucí profesní a vzdělávací dráze;
- mít reálnou představu o pracovních, platových a jiných podmínkách v oboru a o požadavcích zaměstnavatelů na pracovníky a umět je srovnávat se svými představami a předpoklady;
- umět získávat a vyhodnocovat informace o pracovních i vzdělávacích příležitostech, využívat poradenských a zprostředkovatelských služeb jak z oblasti světa práce, tak vzdělávání;
- vhodně komunikovat s potenciálními zaměstnavateli, prezentovat svůj odborný

potenciál a své profesní cíle;

- znát obecná práva a povinnosti zaměstnavatelů a pracovníků;
- rozumět podstatě a principům podnikání, mít představu o právních, ekonomických, administrativních, osobnostních a etických aspektech soukromého podnikání; dokázat vyhledávat a posuzovat podnikatelské příležitosti v souladu s realitou tržního prostředí, svými předpoklady a dalšími možnostmi.

g) Matematické kompetence

Vzdělávání směřuje k tomu, aby absolventi byli schopni funkčně využívat matematické dovednosti v různých životních situacích, tzn. že absolventi by měli:

- správně používat a převádět běžné jednotky;
- používat pojmy kvantifikujícího charakteru;
- provádět reálný odhad výsledku řešení dané úlohy;
- nacházet vztahy mezi jevy a předměty při řešení praktických úkolů, umět je vymezit, popsat a správně využít pro dané řešení;
- číst a vytvářet různé formy grafického znázornění (tabulky, diagramy, grafy, schémata apod.);
- aplikovat znalosti o základních tvarech předmětů a jejich vzájemné poloze v rovině i prostoru;
- efektivně aplikovat matematické postupy při řešení různých praktických úkolů v běžných situacích.

h) Kompetence využívat prostředky informačních a komunikačních technologií a pracovat s informacemi

Vzdělávání směřuje k tomu, aby absolventi pracovali s osobním počítačem a jeho základním a aplikačním programovým vybavením, ale i s dalšími prostředky ICT a využívali adekvátní zdroje informací a efektivně pracovali s informacemi, tzn. absolventi by měli:

- pracovat s osobním počítačem a dalšími prostředky informačních a komunikačních technologií;
- pracovat s běžným základním a aplikačním programovým vybavením;
- učit se používat nové aplikace;
- komunikovat elektronickou poštou a využívat další prostředky online a offline komunikace;
- získávat informace z otevřených zdrojů, zejména pak s využitím celosvětové sítě Internet;
- pracovat s informacemi z různých zdrojů nesenými na různých médiích (tištěných, elektronických, audiovizuálních), a to i s využitím prostředků informačních a komunikačních technologií;
- uvědomovat si nutnost posuzovat rozdílnou věrohodnost různých informačních zdrojů a kriticky přistupovat k získaným informacím, být mediálně gramotní.

2.3.2 Odborné kompetence

a) **Zajišťovat typické podnikové činnosti**, tzn. aby absolventi:

- zabezpečovali hlavní činnost oběžným a popř. dlouhodobým majetkem;
- zajišťovali zásobování;
- zpracovávali doklady související s evidencí zásob, dlouhodobého majetku, zaměstnanců, prodeje a hlavní činnosti;
- zjišťovali potřebu investic, hodnotili investiční příležitosti;
- zajišťovali základní personální činnosti;
- vedli podnikovou administrativu;
- uplatňovali obchodní přístup při jednání s klienty a obchodními partnery.

b) **Efektivně hospodařit s finančními prostředky**, tzn. aby absolventi:

- orientovali se v subjektech finančního trhu, činnosti bank a v obchodování s cennými papíry;
- prováděli platební styk a zpracovávali doklady související s hotovostním a bezhotovostním platebním stykem;
- sestavovali kalkulace výrobků a služeb, znali principy tvorby cen;
- orientovali se v daňovém systému a uměli vypočítat daňovou povinnost;
- vypočítávali a odváděli zákonné odvody;
- sestavovali platební kalendář;
- účtovali pohledávky, závazky, náklady, výnosy;
- prováděli účetní závěrku a uzávěrku.

c) **Zajišťovat obchodní činnost podniku**, tzn. aby absolventi:

- orientovali se v obchodně podnikatelských aktivitách tržních subjektů;
- vedli obchodní jednání a připravovali podklady pro smluvní zajištění nákupu a prodeje výrobků a služeb;
- prováděli a zajišťovali nákup a prodej zboží;
- vyhotovovali typické písemnosti v normalizované úpravě;
- organizovali průzkum trhu a vyhodnocovali výsledky;
- využívali marketingové nástroje k prezentaci podniku a jeho produktů;
- ovládali propagaci výrobku nebo služby;
- znali i po praktické stránce technologie využívané v marketingu a reklamě, zejména z hlediska jejich vhodnosti a možnosti použití s ohledem na kvalitu a cenu výrobku;
- získali profesní návyky z oblasti uměleckých, technických a řemeslných dovedností a dovedli je prakticky využívat;
- znali hlavní výtvarné techniky, orientovali se v hlavních kompozičních postupech;
- měli vypěstovaný výtvarný cit pro realizaci projektů i rozvinutou schopnost řešení výtvarného náhledu, pomocí něhož zvládnou dílčí i kompletní propagační činnost;
- prostřednictvím získané výtvarné erudice řešili vlastní nápady a představy a přetvářeli je do jednotné koncepce;
- v uceleném duchu pak dokázali realizovat všechny dílčí marketingové operace a

uplatnit je v systému vytváření reklamního projektu a celého řízení propagačních akcí (výtvarné zpracování strategie nabídky, vytvoření designu výrobku, jeho distribuce na trhu);

- orientovali se v dějinách umění, především v dějinách výtvarné kultury a uměli své znalosti kulturního vývoje aktivně promítnout do práce na moderních projektech;
- měli přehled o dějinách a možnostech reklamy i o současném dění a progresivních tendencích v oblasti multimedií a designu;
- vedli reklamační řízení a dodržovali práva spotřebitele;
- uplatňovali poznatky psychologie prodeje;
- poskytovali následnou zákaznickou podporu, pečovali o zákazníka;
- komunikovali se zahraničními partnery ústně a písemně ve dvou cizích jazycích;
- vhodným způsobem reprezentovali firmu a spoluvytvářeli image firmy na veřejnosti;
- znali základní výrobní technologie a parametry výrobků nebo služeb a dovedli je prezentovat zákazníkovi;
- znali suroviny a materiály potřebné k výrobě zboží a dovedli posoudit jejich kvalitu;
- upozorňovali kupující na zásady bezpečnosti práce s prodávanými výrobky.

d) Dbát na bezpečnost práce a ochranu zdraví při práci, tzn. aby absolventi:

- chápali bezpečnost práce jako nedílnou součást péče o zdraví své i spolupracovníků (i dalších osob vyskytujících se na pracovištích, např. klientů, zákazníků, návštěvníků) i jako součást řízení jakosti a jednu z podmínek získání či udržení certifikátu jakosti podle příslušných norem;
- znali a dodržovali základní právní předpisy týkající se bezpečnosti a ochrany zdraví při práci a požární prevence;
- osvojili si zásady a návyky bezpečné a zdravé neohrožující pracovní činnosti včetně zásad ochrany zdraví při práci u zařízení se zobrazovacími jednotkami (monitory, displeje apod.), rozpoznali možnost nebezpečí úrazu nebo ohrožení zdraví a byli schopni zajistit odstranění závad a možných rizik;
- znali systém péče o zdraví pracujících (včetně preventivní péče, uměli uplatňovat nároky na ochranu zdraví v souvislosti s prací, nároky vzniklé úrazem nebo poškozením zdraví v souvislosti s vykonáváním práce);
- byli vybaveni vědomostmi o zásadách poskytování první pomoci při náhlém onemocnění nebo úrazu a dokázali první pomoc sami poskytnout.

e) Usilovat o nejvyšší kvalitu své práce, výrobků nebo služeb, tzn. aby absolventi:

- chápali kvalitu jako významný nástroj konkurenceschopnosti a dobrého jména podniku;
- dodržovali stanovené normy (standardy) a předpisy související se systémem řízení jakosti zavedeným na pracovišti;
- dbali na zabezpečování parametrů (standardů) kvality procesů, výrobků nebo služeb, zohledňovali požadavky klienta (zákazníka, občana).

f) Jednat ekonomicky a v souladu se strategií udržitelného rozvoje, tzn. aby absolventi:

- znali význam, účel a užitečnost vykonávané práce, její finanční, popř. společenské

ohodnocení;

- zvažovali při plánování a posuzování určité činnosti (v pracovním procesu i v běžném životě) možné náklady, výnosy a zisk, vliv na životní prostředí, sociální dopady;
- efektivně hospodařili s finančními prostředky;
- nakládali s materiály, energiemi, odpady, vodou a jinými látkami ekonomicky a s ohledem na životní prostředí.

2.4 Způsob ukončování studia

Studium oboru **Management umění a reklamy** je ukončeno maturitní zkouškou podle § 77 až 82 zákona č. 317/2008 Sb. (Úplné znění zákona č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školský zákon), jak vyplývá z pozdějších změn) a vyhlášky č. 177/2009 Sb. ze dne 10. června 2009 o bližších podmínkách ukončování vzdělávání ve středních školách maturitní zkouškou.

Škola připravuje žáka tak, aby si v rámci společné části maturitní zkoušky mohl vybrat jednu ze tří zkoušek: matematiku, občanský a společenskovední základ nebo informatiku. V rámci povinných zkoušek profilové části maturitní zkoušky bude žák konat ústní zkoušky z ekonomiky a marketingu. Dále bude skládat praktickou maturitní zkoušku formou písemní práce (projektu) s obhajobou. Žák může vykonat nepovinnou maturitní zkoušku maximálně ze tří nepovinných předmětů z nabídky MŠMT (další cizí jazyk, matematika, informatika, občanský a společenskovední základ, biologie, fyzika, chemie, dějepis, zeměpis, dějiny umění) a maximálně 2 nepovinných předmětů z nabídky stanovené ředitelem školy. Absolvent obdrží vysvědčení o maturitní zkoušce.

3. CHARAKTERISTIKA ŠKOLNÍHO VZDĚLÁVACÍHO PROGRAMU

Název ŠVP:	Management umění a reklamy
Kód a název oboru vzdělání:	63-41-M/01 Ekonomika a podnikání
Délka a formy studia	čtyřleté denní
Stupeň vzdělání:	střední vzdělání s maturitní zkouškou
Platnost:	od 1. 9. 2009 počínaje 1. ročníkem

3.1 Podmínky pro přijetí ke studiu

Přijímání ke studiu je v souladu s § 60, 62 až 64 zákona č. 561/2004 Sb. v platném znění a s vyhláškou č. 394/2008 Sb. v platném znění. Podmínkou je absolvování základního vzdělání a splnění podmínek přijímacího řízení podle pravidel stanovených na příslušný školní rok. Zdravotní způsobilost uchazeče není požadována.

Přesné informace o přijímacím řízení uchazeč získá na internetových stránkách školy www.sosluhac.cz, kde jsou kritéria přijímacího řízení aktualizována pro každý školní rok.

3.2 Celkové pojetí vzdělávání v daném programu

Cíle vzdělávacích programů studijního oboru jsou koncipovány tak, aby zabezpečily požadovanou úroveň všeobecného vzdělávání a takové odborné vzdělání, aby byl absolvent schopen zvládnout samostatně a se znalostí příslušných technologických a manažerských procesů základní obchodně podnikatelské působení v podnicích všech úrovní, zejména v malých a středních firmách, reklamních agenturách, kulturních institucích či mediích. Dále by měl vykonávat odpovídající základní ekonomické, obchodní, administrativní, ale zejména propagační činnosti. Podstatná je i obecná příprava v oblasti přenositelných klíčových dovedností, umožňující flexibilně a s dostatečnou adaptabilitou další vzdělávání jak ve školské sféře, tak v různých specializačních či rekvalifikačních kurzech.

Záměrem vzdělávání v oboru Management umění a reklamy je připravit žáka na úspěšný, smysluplný a odpovědný osobní, občanský i pracovní život v podmínkách měnícího se světa. Vzdělávání směřuje k tomu, aby žák v přiměřené míře naplnil čtyři základní cíle vzdělávání, tj. učit se poznávat, učit se pracovat a jednat, učit se být a učit se žít společně. Metody výuky, které naplňují základní cíle, jsou různorodé. Převažují metody aktivizující, kterými je žák nucen při získávání vědomostí a dovedností vyvinout vlastní úsilí. Metody pasivní, kdy žák pouze přejímá hotové poznatky, jsou chápány jako doplňkové.

Velký důraz je v průběhu celého studia věnován jazykovému vzdělávání. Po celé čtyři roky žáci rozvíjejí své kompetence v oblasti mateřského jazyka a dvou jazyků cizích. Od 4. ročníku mají možnost zdokonalovat své jazykové kompetence ve volitelném předmětu konverzace v příslušném jazyce. To vytváří dostatečný prostor pro zvládnutí cizího jazyka, resp. cizích jazyků na úrovni odpovídající požadavkům maturitní zkoušky.

Vzdělávání je v průběhu studia masivně podporováno prostředky informačních a komunikačních technologií. Kromě výuky předmětů informační a komunikační technologie, obchodní korespondence, informační technologie a masmedia, výtvarná a grafická příprava, jejichž náplň s počítači bezprostředně souvisí, je řada dalších předmětů s prací na počítačích spojena, např. klub reklamy a managementu, aplikovaná ekonomie a účetnictví. Dále je řada předmětů podporována různými multimediálními programy nebo prací na internetu. Cílem

výuky v těchto předmětech je mimo jiné prohloubit dovednost pracovat s počítači, vyhledávat, třídit a zpracovávat informace z moderních zdrojů.

Velký význam pro rozvoj žáků mají předměty, ve kterých se prakticky procvičují teoretické poznatky získané v průběhu studia, např. aplikovaná ekonomika, klub reklamy a managementu (studentská společnost – činnost firmy od začátku činnosti až po její ukončení, účast na nejrůznějších marketingových, společenských a prezentačních akcích).

Výuka je přiměřeně doplňována samostatnými pracemi žáků formou referátů, ve vyšších ročnících formou projektů. V průběhu studia jsou sestavovány žákovské týmy pro zajištění konkrétních akcí, jako je např. prezentace školy na veřejnosti, Literární Luhačovice, Divadelní Luhačovice, účast v týmových soutěžích studentské firmy, účast na přehlídkách středních škol, dnech otevřených dveří, významných akcích luhačovických podniků a Města Luhačovic.

Výchova k občanským a klíčovým kompetencím je realizována ve výuce jednotlivých předmětů tak, aby byla v souladu s obsahem vzdělávání a na žáky působila přirozeně, odstupňovaně podle jejich věku a navazovala na předchozí stupeň rozvoje.

Podobným způsobem jsou začleněna i všechna průřezová témata (Občan v demokratické společnosti, Člověk a životní prostředí, Člověk a svět práce, Informační a komunikační technologie), která se vážou k obsahu jednotlivých předmětů a přirozeným způsobem ho rozvíjejí.

V oblasti sociálně patologických jevů ve škole pracuje preventista sociálně patologických jevů. Součástí programu je úzká spolupráce se specializovanými pracovišti a využívání odborníků zabývajících se danou problematikou. Metody a postupy výuky se vyvíjejí v závislosti na úrovni žáků, zkušenostech pedagogů, nových poznatcích pedagogické vědy a reakci sociálních partnerů. Je kladen důraz na vytváření pozitivního klima třídy a na rozvíjení dobré komunikace mezi žáky a učiteli.

3.3 Organizace výuky

Studium je organizováno jako čtyřleté denní pro žáky, kteří úspěšně ukončili 9. ročník základní školy, poskytuje úplné střední odborné vzdělání.

Dosažený stupeň vzdělávání: střední vzdělání s maturitní zkouškou.

Délka ŠVP je 4 roky a délka školního vyučování ve školním roce je 40 týdnů (ve 4. ročníku 37 týdnů). Výuka probíhá podle měsíčních rozvrhů.

Výuka některých všeobecně vzdělávacích i odborných předmětů (např. cizích jazyků, výtvarné a grafické přípravy, obchodní korespondence) probíhá ve speciálně vybavených učebnách, kdy jsou žáci děleni na skupiny.

Žáci jsou děleni do skupin při zachování nezbytných zásad hygieny a bezpečnosti práce.

Součástí předmětu klub reklamy a managementu (praxe) je odborná dvoutýdenní praxe v každém ročníku v reálném prostředí fyzických a právnických osob na základě smluv uzavřených mezi školou a pracovištěm. Náplň dvoutýdenní praxe navazuje na problematiku probíranou v předmětu klub reklamy a managementu a v dalších odborných předmětech

v daném ročníku. Na závěr praxe žák zpracuje úkoly, jejichž obsah a rozsah je mu předán před nástupem na odbornou praxi. Součástí zprávy je rovněž hodnocení odpovědným pracovníkem organizace, kde žák vykonával praxi. Zpráva z praxe je součástí klasifikace předmětu klub reklamy a managementu.

V průběhu studia mají žáci možnost realizovat ve 2. ročníku lyžařský výcvikový kurz a ve 3. ročníku sportovní nebo jazykový kurz.

Škola organizuje odborné exkurze žáků v rámci České republiky i do zahraničí, které zprostředkovávají poznávání reality a odborné i umělecké zážitky žáků, což vede k lepšímu naplnění vzdělávacích cílů. V oblasti estetické výchovy je to systém poznávacích exkurzí do kulturně významných míst České republiky, zejména do Prahy. Exkurze jsou zaměřeny na poznávání architektonicky, kulturně a historicky významných památek. V oblasti ekonomického vzdělávání se jedná o exkurze do peněžních ústavů a místních firem, které žákům umožní lépe poznat systém řízení a financování.

Škola organizuje besedy s odborníky pořádané především ve školním přednáškovém sále, výstavy prací žáků, workshopy. V průběhu školního roku se žáci účastní různých olympiád a soutěží.

Škola klade důraz na jazykovou výuku, proto se aktivně zapojuje do mezinárodních projektů – projekty mobility Leonardo da Vinci, kterých mají možnost se zúčastnit vybraní žáci.

3.4 Vzdělávání žáků se speciálními vzdělávacími potřebami, se zdravotním postižením a zdravotním znevýhodněním, žáků mimořádně nadaných, žáků se sociálním znevýhodněním

Vzdělávání žáků se speciálními vzdělávacími potřebami zajišťují ve spolupráci s pedagogicko-psychologickou poradnou a výchovným poradcem pedagogové v rámci svého odborného vzdělání. Jde převážně o žáky se specifickými vývojovými poruchami učení, pro které jsou upraveny vyučovací metody a metody prověřování.

Žáci s tělesným postižením nebo znevýhodněním jsou vzděláváni stejně jako ostatní žáci, jen v oblasti tělesné výchovy se přihlíží ke stanovisku odborného lékaře. V každém případě je uplatňován individuální přístup k žákům, který respektuje jejich individuální vloh a potřeby a snaží se o jejich rozvoj. Přístup do budov školy, vstupy, prostory a jednotlivé učebny jsou upraveny tak, aby úpravy vedly k maximální samostatnosti jednotlivých žáků při dodržení požadavků na bezpečnost a ochranu zdraví.

Ve výuce žáků mimořádně nadaných je využíván individuální přístup, náročnější metody a postupy, samostudium, projektové vyučování apod. Je možné využít individuálního vzdělávacího plánu.

Žáci z odlišného sociálně kulturního prostředí mohou spolupracovat s výchovným poradcem, který pomáhá učitelům i žákům při výuce a vzájemné komunikaci a zejména při komunikaci s rodinami těchto žáků. Žákům je umožněno půjčování knih a studijních materiálů pořízených z fondu školy.

3. 5 Metodické přístupy

Pojetí výuky vychází jak z výchovně vzdělávacích cílů, obsahových okruhů a cílů definovaných v profilu absolventa vzdělávacího programu. Je orientováno zejména na:

- vhodnou motivaci žáka vedoucí k zájmu o probírané učivo
- zdůraznění výběru učiva, které odpovídá praktickým potřebám v osobním i profesním životě
- upřednostňování aktivizujících metod práce žáka, přičemž důraz je kladem na intelektuální dovednosti žáka, na ovlivňování jeho postojů
- vhodný výběr příkladů s ohledem na žákovy životní zkušenosti, což je předpokladem lepšího porozumění probírané problematice
- důslednou zpětnou vazbu ve všech všeobecně vzdělávacích předmětech, tedy neustálé sledování míry naplňování stanovených cílů

Specifikou osvojování učiva v odborné složce je propojení ekonomických, uměleckých a propagačních přístupů, směřujících ke komplexnímu chápání pracovních činností. Jednotlivé přístupy nelze oddělovat, protože pouze jejich propojením lze u žáků dosáhnout profesních dovedností a postojů, přispívá to také k formování osobnosti žáka.

Výchovně vzdělávací cíle klíčových dovedností jsou aplikovány v jednotlivých předmětech formou diskusních metod, řešením problémových příkladů a situací apod. Vhodným způsobem realizace klíčových dovedností je především projektové **vyučování**, které spočívá v zadání a řešení komplexních praktických úloh - žákovských projektů.

3. 6 Hodnocení žáků a diagnostika

Hodnocení žáků musí splňovat především motivační, informativní a výchovné funkce. Pravidla hodnocení výsledků vzdělávání žáků jsou dána školním řádem (část II. Zásady hodnocení výsledků vzdělávání), který vychází ze Zákona č. 561/2004 Sb. o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školský zákon). Pravidla pro hodnocení výsledků vzdělávání žáků obsahují i opatření k posílení kázně. Při vyšší absenci žáka během pololetí nebo nedostatečném počtu známek je žák přezkoušen. Konkretizace forem hodnocení je uvedena v učebních osnovách u každého předmětu a vychází z pravidel hodnocení výsledků vzdělávání žáků ve škole.

Žáci jsou hodnoceni průběžně v celém klasifikačním období. Celkové hodnocení spočívá v kombinaci individuálního zkoušení, klasifikovaných testů, čtvrtletních či pololetních písemných prací a hodnocení praktických činností. Při sdělení výsledku hodnocení žákovi vyučující využívají motivačního aspektu hodnocení.

V odborných předmětech vyučující využívají hodnocení typu skupinového hodnocení a sebehodnocení. Výstupem z odborné praxe je zpráva žáka a hodnocení pracovníka z praxe. U seminárních prací a žákovských projektů se hodnotí formální a obsahová úroveň zpracování a vlastní prezentace.

Bližší podrobnosti a specifika hodnocení uvádí učební osnovy jednotlivých předmětů.

3. 7 Charakteristika spolupráce se sociálními partnery při realizaci ŠVP

Spolupráce se sociálními partnery je nedílnou součástí chodu školy. Zástupci sociálních partnerů se podíleli na tvorbě ŠVP a jeho ověřování a pravidelnými konzultacemi se podílejí na jeho inovaci. Mezi hlavní sociální partnery patří především firmy a instituce, ve kterých probíhají praxe žáků a ve kterých pracují absolventi školy. Spolupráce s významnými sociálními partnery probíhá na základě dlouhodobých rámcových smluv, které se týkají také dalších oborů vzdělávání a dalších aktivit. Jedná se např. o firmy Zálesí Luhačovice, a.s., Lázně Luhačovice, a.s., Léčebné Lázně Luhačovice.

Sociální partneři pomáhají vytvořit podmínky pro co nejlepší naplnění hlavních vzdělávacích cílů zejména tím, že zprostředkovávají nejnovější praktické informace a zkušenosti jak pro učitele, tak přímo pro žáky, zúčastňují se významných akcí školy, umožňují tematické exkurze v jejich podnicích, besedy s odborníky, konání workshopů, výstav apod.

4. UČEBNÍ PLÁN

Škola:	Střední odborná škola Luhačovice			
Kód a název oboru vzdělání	63-41-M/01 Ekonomika a podnikání			
Název ŠVP:	Management umění a reklamy			
RVP		ŠVP		
Vzdělávací oblasti a obsahové okruhy	Min. počet týdenních vyuč. hodin celkem	Vyučovací předmět	Počet týdenních vyuč. hodin celkem	Využití disponibilních hodin
Jazykové vzdělávání: Český jazyk 2 cizí jazyky	5	Český jazyk a literatura	8	3
		1. cizí jazyk	13	4
	16	2. cizí jazyk	9	2
		Občanská nauka	3	1
Společenskovední vzdělávání	5	Dějepis	2	1
		Právo	1	1
		Zeměpis	2	0
Přírodovědné vzdělávání	4	Základy přírodních věd	4	0
Matematické vzdělávání	8	Matematika	10	2
Estetické vzdělávání	5	Český jazyk a literatura	4	0
		Dějiny umění a výtvarné kultury	4	3
		Výtvarná a grafická příprava	4	4
		Dějiny propagace	1	1
Vzdělávání pro zdraví	8	Tělesná výchova	8	0
Vzdělávání v informačních a komunikačních technologiích	4	Informační a komunikační technologie	4	0
		Informační technologie a masmedia	3	3
		Výtvarná a grafická příprava	4	4
Ekonomika	9	Podniková ekonomika	6	0
		Aplikovaná ekonomika	2	0
		Klub reklamy a managementu (Praxe)	3	3
		Management	2	1

Účetnictví a daně	6	Účetnictví	6	0
		Právo	1	1
		Klub reklamy a managementu (Praxe)	3	3
Obchodní činnost	6	Právo	2	0
		Klub reklamy a managementu (Praxe)	3	3
		Teorie propagace	4	3
		Informační technologie a masmedia	1	0
		Marketing	2	0
Komunikace	6	Psychologie	3	0
		Anglická/německá konverzace	4	4
		Obchodní korespondence	4	1
Disponibilní hodiny	46	Maturitní seminář	2	2
Celkem dle RVP	128		128	46
Navýšení hodin dle legislativy	4		4	4
Celkem	132		132	50

UČEBNÍ PLÁN

Kód a název oboru vzdělání: **63-41-M/01 Ekonomika a podnikání**

Název ŠVP: **Management umění a reklamy**

Délka a forma vzdělávání: 4 roky, denní

Stupeň poskytovaného vzdělání: střední vzdělání s maturitní zkouškou

Platnost ŠVP: od 1. 9. 2009 počínaje 1. ročníkem

Vyučovací předměty	Počet týdenních vyučovacích hodin rozdělených do ročníků				
	1.	2.	3.	4.	Celkem
Povinné vyučovací předměty					
Český jazyk a literatura	3	3	3	3	12
1. cizí jazyk	3	3	3	4	13
2. cizí jazyk	3	2	2	2	9
Občanská nauka	1	1	1		3
Dějepis	2				2
Zeměpis	2				2
Matematika	3	3	2	2	10
Základy přírodních věd	2	2			4
Tělesná výchova	2	2	2	2	8
Informační a komunikační technologie	2	2			4
Podniková ekonomika	2	2	2		6
Účetnictví		2	2	2	6
Právo		2	2		4
Psychologie	1	2			3
Marketing			2		2
Management				2	2
Obchodní korespondence	2	2			4
Klub reklamy a managementu	3	2	2	2	9
Informační technologie a masmedia			2	2	4
Aplikovaná ekonomika				2	2
Dějiny umění a výtvarné kultury			2	2	4
Dějiny propagace		1			1
Teorie propagace			2	2	4
Výtvarná a grafická příprava	2	2	2	2	8
Anglická/německá konverzace			2	2	4
Maturitní seminář (3. prof. předmět)				2	2
Celkem týdenních vyučovacích hodin	33	33	33	33	132

Přehled využití týdnů v období září - červen školního roku

Činnost	1. ročník	2. ročník	3. ročník	4. ročník
Vyučování dle rozpisu učiva	34	34	34	30
Lyžařský výcvikový kurz	0	1	0	0
Odborná praxe	2	2	2	2
Sportovní nebo jazykový kurz	0	0	1	0
Maturitní zkouška	0	0	0	2
Časová rezerva	4	3	3	3
Celkem týdnů	40	40	40	37