

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

RVP 63-41-M/01 Ekonomika a podnikání

ŠKOLNÍ VZDĚLÁVACÍ PROGRAM
MANAGEMENT A MARKETINGOVÉ
KOMUNIKACE

(platný od 1. 9. 2016, počínaje 1. ročníkem), poslední aktualizace k 1. 9. 2018



Zpracoval: kolektiv pedagogických pracovníků SOŠ Luhačovice ve školním roce 2014/2015
PaedDr. Karel Milička, ředitel školy

1. Úvodní identifikační údaje	4
2. Profil absolventa	6
3. Charakteristika školního vzdělávacího programu	13
4. Učební plán	21
5. Učební osnovy předmětů	26
6. Autoevaluace školy.....	262
7. Personální a materiální podmínky realizace ŠVP	266
8. Autorský kolektiv	269
9. Přílohy	270

1. ÚVODNÍ IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název školy:	Střední odborná škola Luhačovice
Adresa školy:	Masarykova 101, 763 26 Luhačovice
Zřizovatel:	Zlínský kraj
Název ŠVP:	Management a marketingové komunikace
Kód a název oboru vzdělání:	63-41-M/01 Ekonomika a podnikání (RVP vydalo Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy dne 28. 6. 2007, č. j. 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 1197 – ředitelna e-mail: vedeni@sosluhac.cz , http://www.sosluhac.cz
Platnost ŠVP:	od 1. září 2016 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 a marketingové komunikace** byl zpracován v období září 2014 – červen 2015.

2. PROFIL ABSOLVENTA

Název ŠVP:	Management a marketingové komunikace
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. 2016 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 neziskových 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, neziskových 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.

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

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

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;
- 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 předsudkům 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 vymežit, 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.

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 multimédií 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, displeji 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 (standarty) 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 ukončení vzdělávání

Studium oboru **Management a marketingové komunikace** je ukončeno maturitní zkouškou podle § 77 až 82 zákona č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školský zákon), v platném znění a vyhlášky č. 177/2009 Sb. ze dne 10. června 2009 o bližších podmínkách ukončování vzdělávání ve středních školách maturitní zkouškou v platném znění.

Maturitní zkouška se skládá z profilové a společné části. Žák získá střední vzdělání s maturitní zkouškou, jestliže úspěšně vykoná obě části maturitní zkoušky.

V rámci povinných zkoušek profilové části maturitní zkoušky bude žák konat ústní zkoušky z odborných předmětů. Dále bude maturitní práci s ústní obhajobou před zkušební maturitní komisí. Žák může vykonat nepovinnou maturitní zkoušku maximálně ze 2 nepovinných předmětů z nabídky MŠMT a maximálně 2 nepovinných předmětů z nabídky stanovené ředitelem školy.

Absolvent obdrží vysvědčení o maturitní zkoušce.

3. CHARAKTERISTIKA ŠVP

Název ŠVP:	Management a marketingové komunikace
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. 2016 počínaje 1. ročníkem

3.1. Podmínky pro přijetí ke vzdělávání

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

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, neziskových 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 a marketingové komunikace** 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 masmédiá, 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 (např. Literární 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 vzdělávání

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, jejíž 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 Erasmus+, 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

Způsob zajišťování vzdělávání žáků se speciálními vzdělávacími potřebami a žáků mimořádně nadaných vychází z vyhlášky č. 227/2007 Sb., kterou se mění vyhláška č. 73/2005 Sb. o vzdělávání žáků, dětí a studentů se speciálními vzdělávacími potřebami a dětí, žáků a studentů mimořádně nadaných.

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 vlohy 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.

Práce se **žáky mimořádně nadanými** spočívá v individuálním přístupu k těmto žákům. Učitelé podle zájmu žáka a jeho nadání připraví individuální (dle možností i skupinové) zadání úkolů či projektů, při jejichž řešení jsou žákovi nápomocni. Žáci se zvýšeným zájmem o obor jsou také připravováni a vysíláni do různých soutěží odborného charakteru, jejich úspěchy jsou motivací pro ostatní žáky. Žákům je také umožněna stáž – mobilita v rámci programu Erasmus+ v zahraničí, kde mohou získat cenné zkušenosti v oboru a v cizím jazyce.

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

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 odborné 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.

3.7 Charakteristika spolupráce se sociálními partnery při realizaci ŠVP

Základními sociálními partnery školy jsou **rodiny žáků** jako rozhodující a kulturní prostředí, které je určující pro vzdělávací předpoklady žáků a volbu jejich vzdělávací cesty, a **zaměstnavatelé** jako klíčoví představitelé světa práce, kteří ovlivňují vzdělávací nabídku školy i poptávku po kvalifikovaných pracovnících. Dalšími významnými sociálními partnery jsou **absolventi naší školy** (bývalí žáci), **zřizovatel školy a školská rada, město Luhačovice** a další města a obce v regionu a **základní školy** v blízkém okolí.

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. 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 a marketingové komunikace			
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	5	Český jazyk a literatura	8	3
2 cizí jazyky	16	1. cizí jazyk	13	4
		2. cizí jazyk	9	2
Společenskovědní vzdělávání	5	Občanská nauka	3	1
		Dějepis	2	1
		Právní nauka	1	1
		Zeměpis	2	0
Přírodovědné vzdělávání	4	Základy přírodních věd	4	0
Matematické vzdělávání	10	Matematika	12	2
		Seminář z matematiky	2	2
Estetické vzdělávání	5	Český jazyk a literatura	4	0
		Dějiny umění	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 masmédia	3	3
		Výtvarná a grafická příprava	4	4

Ekonomika	9	Podniková ekonomika	6	0
		Aplikovaná ekonomika	2	0
		Klub reklamy a managementu	3	3
		Management	2	1
Účetnictví a daně	6	Účetnictví	6	0
		Právní nauka	1	1
		Klub reklamy a managementu	3	3
Obchodní činnost	6	Právní nauka	2	0
		Klub reklamy a managementu	2	2
		Teorie propagace	4	3
		Informační technologie a masmédia	1	0
		Marketing	2	0
Komunikace	6	Psychologie	2	0
		Anglická/německá konverzace	4	4
		Obchodní korespondence	4	0
Disponibilní hodiny	44			
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 a marketingové komunikace

Délka a forma vzdělávání:

4 roky, denní

Stupeň poskytovaného vzdělání:

střední vzdělání s maturitní zkouškou

Platnost ŠVP:

od 1. 9. 2016 počínaje 1. ročníkem, akt. od 1.9.2018

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	3	3	12
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
Právní nauka		2	2		4
Psychologie	1	1			2
Marketing			2		2
Management				2	2
Obchodní korespondence	2	2			4
Klub reklamy a managementu	2	2	2	2	8
Informační technologie a masmédiá			2	2	4
Aplikovaná ekonomika				2	2
Dějiny umění			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
Seminář z matematiky				2	2
Celkem týdenních vyuč. hodin	32	32	34	34	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