

## Střední odborná škola Luhačovice

**Obor:** 63-41-M/01 – Ekonomika a podnikání, ŠVP Management umění a reklamy

**Školní rok:** 2018/2019

### 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
- Dovolena 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 úrovně 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 předmetovou komisí 29. 8. 2018**

.....  
**Ing. Jana Šuránová**  
vedoucí PK

.....  
**PaedDr. Karel Milička**  
ředitel školy