|  |  |
| --- | --- |
| Logo | STŘední ODBORNÁ ŠKOLA pODNIKATELSKá MOST, s. r. o.,Most, Topolová 584, PSČ 434 47  |

**Maturitní témata z marketingu pro školní rok 2018/2019**

**Obor: Ekonomika a podnikání 63-41-M/01**

Zaměření: 01 – Řízení firem

1. **Management jako proces** (definice, faktory ovlivňující kvalitu managementu, historický vývoj managementu – charakteristika vývojových etap, představitelé, přístupy)
2. **Osobnost manažera a manažerské styly vedení** (charakteristika manažera, proces profesionalizace managementu, současná hierarchie managementu a manažerské dovednosti; autorita a její druhy, jednotlivé styly vedení)
3. **Interpersonální komunikace a konflikty** (složky neverbální komunikace, asertivní naslouchání a sdělování; dělení konfliktů, základní typy, příčiny a způsoby řešení, schopnosti manažera pro zvládání konfliktů)
4. **Plánování** (členění, tvorba podnikatelského plánu, charakteristika jednotlivých kroků, SWOT analýza, matice BCG)
5. **Rozhodování a metody na podporu rozhodování** (etapy rozhodovacího procesu, základní typy rozhodovacích problémů, rozhodování za jistoty, rizika a nejistoty; metody využívané v jednotlivých etapách rozhodovacího procesu)
6. **Organizování a organizační struktury** (charakteristika organizování, základní typy organizačních struktur, schématické znázornění jednotlivých typů)
7. **Personální management a metody vedení spolupracovníků** (obsahová náplň personálního managementu; metody vedení dle cílů, výjimečnosti, pověřením a pomocí motivace)
8. **Motivace a komunikace** (motivační nástroje, Maslowova pyramida potřeb; proces komunikace, faktory ovlivňující komunikaci, komunikační systémy)
9. **Kontrola a společenská odpovědnost firem** (fáze kontrolního procesu, chyby zjišťované při kontrole, druhy kontroly; 3 sféry CSR, podnikatelská etika a etika v podnikání, nástroje podnikatelské etiky, korupce a protikorupční pravidla)
10. **Delegování a porady jako nástroj řízení** (postupy při delegování, bariéry při delegování; klasifikace a organizace porad, příprava, průběh, dokumentace)
11. **Marketing a jeho prostředí** (vznik marketingu a jeho současná definice, základní podnikatelské koncepce, marketingový trojúhelník; vlivy vnitřní a vnější – rozdělení a charakteristika)
12. **Marketingový výzkum a techniky sběru dat** (definice marketingového výzkumu, charakteristika jednotlivých kroků, kvantitativní a kvalitativní výzkum; pozorování, dotazování, experiment)
13. **Trh a cílový marketing** (trh z marketingového hlediska a jeho členění, tržně diferencovaný a nediferencovaný marketing; segmentace trhu, tržní zacílení a umístění)
14. **Chování zákazníka na spotřebitelském trhu** (faktory ovlivňující nákupní rozhodování, proces nákupního chování, typy nákupního chování)
15. **Nákupní chování organizovaných kupců** (typy domácností a jejich nákupní chování; vlivy působící na nákupní chování organizace, proces nákupního rozhodování v organizaci, typy nákupního chování organizací)
16. **Výrobek a životní cyklus** (definice a složení výrobku, dělení výrobků, výrobní sortiment, značka, obal, služby, schéma a popis jednotlivých fází životního cyklu, odchylky v životním cyklu)
17. **Cena a cenová politika** (základní vztahy v cenové politice – poptávka a cena, poptávka a tržby, bod zvratu; cena, cíle cenové politiky a omezující faktory, metody stanovení ceny, stanovení cen nových výrobků, cenové změny, slevy a srážky z ceny)
18. **Marketingová komunikace** (základní kroky marketingové komunikace, jednotlivé formy marketingové komunikace – reklama, podpora prodeje, publicita, přímý marketing, sponzoring, osobní prodej)
19. **Distribuce a distribuční systémy** (charakteristika distribuce, prodejní cesty – definice, typy a funkce, formy prodeje; tradiční, vertikální a horizontální distribuční systém)
20. **Internetový marketing a vyhledávače** (historie Internetu, základní pojmy, výhody a proces Internetového marketingu; základní pojmy pro vyhledávání, činnost robota, technologie vyhledávání, univerzální a lokální vyhledávání, výsledky vyhledávání, příklady vyhledávačů)
21. **WWW stránky a jejich optimalizace, reklama na internetu** (přístup k webovým stránkám, konverze, tvorba obsahu na webu, proces optimalizace webových stránek, zpětné odkazy; vstupní strana, typy plošné reklamy)
22. **Marketing v sociálních médiích, virální a guerillový marketing** (sociální média a jejich uživatelé, sociální marketing, blogy, sociální sítě, diskusní fóra, wiki; charakteristika a kategorie virálního marketingu, princip guerillového marketingu, příklady kampaní)
23. **Bankovní soustava a centrální banka, vkladové služby** (bankovní soustava v ČR, úkoly centrální banky, nástroje monetární politiky, regulace obchodních bank; úročení vkladů, vkladní knížky a termínované vklady, stavební spoření, dluhopisy)
24. **Tuzemský a zahraniční platební styk** (bankovní účet, provádění tuzemského platebního styku, šeky, bankovní platební karty, elektronické bankovnictví, charakteristika zahraničního platebního styku, hladké platby, dokumentární inkaso, dokumentární akreditiv, bankovní záruky)
25. **Úvěrové operace a ostatní služby bank** (úvěrové produkty, úvěrový proces, návratnost a výnosnost úvěrů, čerpání a splácení úvěrů, členění úvěrů; factoring, forfaiting, operace se směnkami, leasing)

V Mostě dne 01. 09. 2018

 **Ing. Lucie Machuldová**

 ředitelka školy