**Maturitní témata z marketingu pro školní rok 2019/2020**

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

Zaměření: 01 – Řízení firem

1. **Význam a vývoj managementu** (definice a různá pojetí managementu; faktory ovlivňující kvalitu managementu; vývojové etapy managementu a jejich významní představitelé)
2. **Profil a osobnost managera** (definice managera; rozdělení managerů podle úrovně řízení a podle stylu řízení; managerské funkce; managerské – rysy, vlastnosti, dovednosti a znalosti; autorita managera)
3. **Interpersonální komunikace a konflikty** (charakteristika interpersonální komunikace, zásady úspěšné komunikace, neverbální komunikace, asertivní sdělování a naslouchání;dělení konfliktů, příčiny konfliktů a jejich řešení, schopnosti manažera pro zvládání konfliktů)
4. **Plánování** (smysl plánování, členění plánů z různých hledisek a jejich charakteristika, plánovací faktory, postup při sestavování plánů, podoby plánů)
5. **Organizování** (podstata a význam organizování, typy organizačních struktur a jejich charakteristika, faktory ovlivňující výběr organizační struktury)
6. **Personální management** (význam a úkoly personálního managemetu; plánování, získávání, výběr, hodnocení a odměňování zaměstnanců; pracovně právní vztahy)
7. **Vedení a delegování** (charakteristika vedení, vůdcovství, motivace a stimulace, typy řídích pracovníků, techniky vedení, styly vedení; delegování – význam, kroky, bariéry, výhody)
8. **Kontrola** (význam kontroly, fáze kontroly, dělení kontroly, důsledky kontroly, chyby zjišťované při kontrole a jejich prevence, kontrolní systém)
9. **Komunikace** (podstata a význam komunikace, komunikační schéma, komunikační kanály, formy komunikace, druhy a typy komunikace, způsoby komunikace)
10. **Rozhodování a společenská odpovědnost firem (SCR)** (fáze rozhodovacího procesu, typy rozhodovacích problémů, typy rozhodovacích procesů, metody pro podporu rozhodování, rozhodovací modely; význam SCR, sféry SCR, rysy a výhody SCR, podnikatelská etika, korupce)
11. **Marketing a jeho prostředí** (vznik marketingu a jeho současná definice, základní podnikatelské koncepce, marketingový trojúhelník, cíle marketingu, marketingové prostředí)
12. **Marketingové řízení** (cíle a fáze marketingového řízení, marketingové plánování, marketingové strategie, SWOT analýza, BCG matice)
13. **Marketingový výzkum**(definice marketingového výzkumu, marketingový informační systém, fáze marketingového výzkumu, techniky marketingového výzkumu)
14. **Marketing a trh** (trh z marketingového hlediska a jeho členění, poptávka a nabídka, tržně diferencovaný a nediferencovaný marketing, segmentace trhu, tržní zacílení a umístění)
15. **Chování zákazníka a organizovaných kupců na spotřebitelském trhu** (faktory ovlivňující nákupní rozhodování zákazníka, proces nákupního chování zákazníka, typy nákupního chování zákazníka; charakteristika jednotlivých skupin organizovaných kupců a faktory ovlivňující jejich nákupní chování)
16. **Výrobek a životní cyklus** (charakteristika a členění výrobků, obchodní a výrobní sortiment, komplexní výrobek, obal, značka, ochranná známka, životní cyklus výrobku a jeho odchylky)
17. **Cena a cenová politika** (charakteristika ceny, základní vztahy v cenové politice – poptávka a cena, poptávka a tržby, bod zvratu; cíle při stanovování ceny, metody stanovování ceny, cenové strategie, psychologie ceny a cenové triky)
18. **Distribuce a distribuční systémy** (charakteristika distribuce, prodejní cesty – definice, typy a funkce, formy prodeje, tradiční, vertikální a horizontální distribuční systém, velkoobchod, maloobchod, maloobchodní mix a obchodnické triky)
19. **Marketingová propagace a komunikace** (základní kroky marketingové komunikace, prvky komunikačního mixu – reklama, podpora prodeje, publicita, přímý marketing, osobní prodej, propagační strategie)
20. **Internetový marketing** (definice, historie, základní pojmy, výhody a nevýhody internetového marketingu, proces internetového marketingu, prvky marketingového mixu na internetu, komunikační mix na internetu)
21. **Marketing v sociálních médiích, virální a guerillový marketing** (sociální média a jejich charakteristika, uživatelé, rozdělení z různých hledisek, sociální marketing, charakteristika a kategorie virálního marketingu, princip guerillového marketingu a příklady kampaní)
22. **Banky a bankovní soustava** (vznik bankovnictví ve světě a na našem území, peníze –původ, podstata, funkce a formy, bankovní soustava v ČR, centrální bankovnictví – ČNB a její postavení, cíle, úkoly a nástroje, obchodní bankovnictví – obchodní banky a jejich funkce, zisk banky, bankovní produkty, bankovní operace, bankovní rizika)
23. **Úvěrové bankovní produkty** (charakteristika úvěrových bankovních produktů, bankovní úvěr – definice, principy, způsoby úročení, čerpání, splácení, zajištění, členění, charakteristika jednotlivých druhů bankovních úvěrů, ostatní bankovní produkty úvěrového charakteru – faktoring, forfaiting, leasing)
24. **Vkladové bankovní produkty** (charakteristika vkladových bankovních produktů, rozdělení vkladových produktů, vklady – charakteristika, pojištění, úročení, emise bankovních dluhopisů, směnky – charakteristika, dělení, náležitosti, speciální vkladové produkty – stavební spoření, doplňkové penzijní spoření)
25. **Platebně zúčtovací bankovní produkty** (charakteristika platebně zúčtovacích bankovních produktů, platební styk – subjekty, rozdělení z různých hledisek, bankovní účet, tuzemský platební styk – hotovostní a bezhotovostní; zahraniční platební styk – rozdělení, nástroje)

V Mostě dne 01.09.2019

 **Ing. Lucie Machuldová**

 ředitelka školy