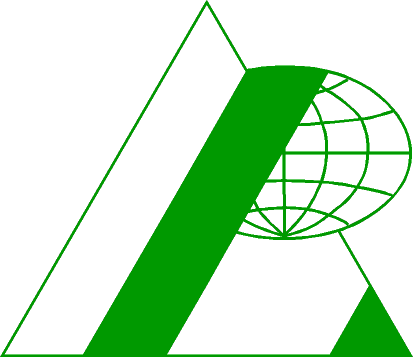
**STŘední ODBORNÁ ŠKOLA pODNIKATELSKá MOST, s. r. o**.,

Topolová 584, 434 47 Most

**Maturitní témata z marketingu pro školní rok 2020/2021**

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

Zaměření: 01 – Řízení firem

1. **Význam a vývoj managementu** (definice a různá pojetí managementu, rozdělení managementu, faktory ovlivňující kvalitu managementu, vývojové etapy managementu a jejich významní představitelé)
2. **Profil a osobnost managera** (definice managera, kompetence managera, managerské dovednosti, role a funkce managerů, autorita managera)
3. **Interpersonální komunikace a konflikty** (charakteristika interpersonální komunikace, zásady úspěšné komunikace, neverbální komunikace, komunikační role, asertivní sdělování a naslouchání, komunikační styly,dělení konfliktů, příčiny konfliktů a jejich řešení, schopnosti manažera pro zvládání konfliktů)
4. **Plánování** (charakteristika plánování, smysl plánování, prognózy a vize, členění plánů z různých hledisek a jejich charakteristika, plánovací faktory, postup při sestavování plánů, podoby plánů, finanční plánování)
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, techniky vedení, motivace a stimulace, styly vedení, delegování – význam, výhody, bariéry, kroky a dělení)
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, zásady úspěšné komunikace, formy komunikace, druhy a typy komunikace, funkce komunikace, bariéry v komunikaci)
10. **Rozhodování a společenská odpovědnost firem (CSR)** (základní charakteristika rozhodování, fáze rozhodovacího procesu, typy rozhodovacích problémů, rozhodovací situace, metody pro podporu rozhodování, význam CSR, sféry CSR, rysy a výhody CSR, podnikatelská etika, korupce)
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 cílený marketing** (trh z marketingového hlediska a jeho členění, tržně diferencovaný a nediferencovaný marketing; segmentace trhu, tržní zacílení a umístění)
14. **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)
15. **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)
16. **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)
17. **Marketingová komunikace** (základní kroky marketingové komunikace, jednotlivé formy marketingové komunikace – reklama, podpora prodeje, publicita, přímý marketing, sponzoring, osobní prodej)
18. **Reklama** (charakteristika, význam a funkce reklamy, právní legislativa a etický kodex reklamy, cíle reklamy, druhy reklamy, teorie reklamy, reklamní sdělení, reklamní média, klamavá reklama, skrytá reklama, podprahová reklama)
19. **Distribuce a distribuční systémy** (charakteristika distribuce, prodejní cesty – definice, typy a funkce, formy prodeje; tradiční, vertikální a horizontální distribuční systém)
20. **Internetový marketing** (definice, rozdělení, historie a současnost, nástroje, marketingový mix na internetu, komunikační mix pro internet, výhody a nevýhody internetového marketingu, proces internetového marketingu)
21. **Marketing v sociálních médiích, virální a guerillový marketing** (charakteristika sociálních médií a jejich rozdělení z různých hledisek, uživatelé sociálních médií, 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 01.09.2020

**Ing. Lucie Machuldová**

ředitelka školy