

Střední odborná škola Josefa Soušedíka Vsetín	
TÉMATÁ K ÚSTNÍ MATURITNÍ ZKOUŠCE Z MANAGEMENTU A MARKETINGU	
Školní rok:	2020/2021
Kód a obor vzdělání:	64-41-L/51 Podnikání
Ve Vsetíně dne:	4. února 2021

Téma č. 1

Styly vedení lidí

- typy stylů podle Lewina - autokratický styl, konzultativní styl, participativní styl, liberální styl
- koučování, mentoring, týmová práce

Bezpečnost a ochrana zdraví při práci, povinnosti zaměstnance a zaměstnavatele

- zákon č.262/2006Sb., ZP všeobecné zásady, povinnosti zaměstnavatele, práva a povinnosti zaměstnance, ochranné pracovní pomůcky

Téma č. 2

Manažerské činnosti: Organizování

- vysvětlíte pojem organizace, charakteristika vnějšího a vnitřního prostředí organizace
- kultura organizace, základní prvky, znaky organizace

Výběr zaměstnanců

- získávání pracovníků, vnitřní a vnější zdroje, cesty při získávání pracovníků, Assessment centrum

Téma č. 3

Organizační struktura

- charakteristika liniové (funkční) struktury, charakteristika divizní struktury, (projekční) struktury, výhody a nevýhody struktur

Péče o zaměstnance

- povinnost zaměstnavatele k vytváření pracovních podmínek pro výkon práce, obsah pracovní, odborný, stravovací, zvláštní

Téma č. 4

Konflikty a jejich řešení

- charakteristika konfliktu, konflikt způsobený osobnostními vlastnostmi člověka
- konflikty v oblasti pracovní činnosti, dopady konfliktů na pracovišti, způsoby řešení manažerem

Personalistika, pracovní místo

- význam personalistiky, personalista a jeho činnosti, vysvětlíte pojem lidské zdroje a řízení lidských zdrojů
- jaké jsou možnosti firemní nabídky volného pracovního místa

Téma č. 5

Delegování

- co je to delegování, plánování delegování
- možnosti výběru pracovníků, způsoby delegování, problémy které s delegováním souvisí

Obchodní jednání a vyjednávání

- jak se připravit na obchodní jednání, průběh rozhovoru a následný výsledek obchodního vyjednávání

Téma č. 6

Kontrola

- co zajišťuje kontrola, druhy kontrol, schopnosti a vlastnosti toho, kdo kontroluje
- způsoby sdělování výsledků kontroly, pochvala, uznání, oprava práce

Time management

- význam plánování času, historie managementu času, matice plánování času podle Coveyho, pravidla plánování času

Téma č. 7

Porada

- charakteristika porady, druhy porad, příprava vedoucího před poradou, zahájení porady a následný průběh, úloha vedoucího při diskusi, zajištění zápisu z porady

Podnikové písemnosti

- strukturovaný životopis a jeho náležitosti, Europass životopis a jeho využití v rámci práce v EU

Téma č. 8

Motivace

- motivace a motivační nástroje, participace zaměstnanců, sebemotivace manažerů, demotivace pracovníků
- teorie zaměřená na pracovníka dle Maslowa, teorie zaměřená na pracovní proces z pohledu Vroma – T. očekávání

Reklama podniku

- význam reklamy pro podnik, jak ovlivňuje reklama koncového zákazníka, klamavá reklama

Téma č. 9

Marketing, historie

- vznik a vývoj marketingu, co zahrnuje marketing
- významní představitelé marketingu H. Ford (Fordismus), T. Baťa, P. Kotler a jeho tvorba

Projektové techniky

- popište skupinové sezení Brainstorming, význam SWOT analýza jako projektové techniky, význam zpětné vazby

Téma č. 10

Podnikatelské koncepce

- koncepce – výrobní, výrobní, prodejní, marketingová, společenská

Workoholismus, syndrom vyhoření

- projevy závislosti na práci, typy závislých na práci
- charakteristika syndromu vyhoření, fáze, jak se vyhnout syndromu vyhoření

Téma č. 11

Marketing a trh

- význam a charakteristika trhu, rozdělení trhu, faktory ovlivňující nabídku a poptávku
- ekonomické systémy trhu – tradiční (zvykový), příkazový, čistě tržní systém a sociálně tržní systém

Finanční produkty - spoření

- popište druhy finančních produktů nabízených bankovními i nebankovními institucemi při spoření

Téma č. 12

Marketingové řízení

- úroveň managementu z pohledu řízení, poslání firmy, vize firmy, firemní cíle a jejich příklady

Prezentační dovednosti, typy projevů

- projevy politické, naučné a příležitostné
- osobní příprava na projev, řečnické zlozvyky, výtky směrem k řečníkům, jak přesvědčivě vstupovat

Téma č. 13

Marketingové plánování

- význam a výhody marketingového plánování
- druhy plánů, fáze marketingového plánování - analýza, plánování, realizace, kontrola

Segmentace trhu

- kritéria, výhody, hlediska segmentace, hlediska segmentace
- marketingové prostředí – mikroprostředí, makroprostředí

Téma č. 14

Marketingový mix: Výrobek

- vyjmenujte, co zahrnuje marketingový mix, charakteristika a členění výrobku, komplexní výrobek
- funkce obalu, rozdíl mezi značkou výrobku a ochrannou známkou, popište 4 fáze životního cyklu výrobku

Analýzy - BCG, SWOT

- strategie BCG analýzy a její význam při tempu růstu podniku
- SWOTT analýza a její využití v manažerské praxi

Téma č. 15

Marketingový mix: Cena

- cena jako pojem a nejvýznamnější marketingový nástroj
- interní a externí faktor ceny, vysvětlíte pojem - cena pevná, stanovení ceny, psychologie ceny a její triky

Finanční gramotnost - ručitel, exekuce

- finanční závazky a negativa z nich vyplývající, vymáhání pohledávek prostřednictvím exekuce

Téma č. 16

Marketingový mix: Distribuce

- popište distribuci jako činnost společnosti, distribuce přímá a nepřímá
- funkce distribučních cest – obchodní, logistická, podpůrná, charakteristika velkoobchodu a maloobchodu

Bankovní účet

- hotovost a bezhotovost, zřízení účtu v bance
- produkty bank ke zřízenému účtu, karta debetní a kreditní

Téma č. 17

Marketingový mix: Propagace, reklama, podpora prodeje

- význam propagace, reklama její druhy a styly, reklamní média, reklamní sdělení, úspěch reklamy
- způsoby podpory prodeje

Zvládání obtížných situací při prezentaci

- zvládání obtížných situací při prezentaci - reakce na otázky, obtížní tazatelé, neočekávané události

Téma č. 18

Marketingový mix: Public relations, osobní prodej, přímý marketing

- press relations, firemní akce, sponzoring, lobování, firemní identita, firemní kultura, činnost spojená se sociální odpovědností
- osobní prodej, přímý marketing – prodej poštou, telemarketing, TV shop

Finanční produkty - úvěry

- úvěry od bankovních a nebankovních institucí, rizika, výhody, druhy

Téma č. 19

Marketingový výzkum - kvantitativní

- fáze kvantitativního výzkumu, dotazník a jeho tvorba, pozorování, průzkum, experiment

Rétorika, stavba projevu

- charakteristika a historický vývoj rétoriky
- projev a stanovení cílů, struktura, časový rámec, vyhodnocení projevu, osobní příprava

Téma č. 20

Marketingový výzkum – kvalitativní

- kvalitativní výzkum a jeho charakteristika
- hloubkový rozhovor, skupinový rozhovor – brainstorming, speciální projekční techniky

Podnikatelský záměr

- identifikace s projektem, příprava, posouzení, jednání o financování, realizace, monitoring, hodnocení

Schválil: Mgr. Marek Wandrol
ředitel školy

Zodpovídá: Ing. Věra Holíková
předsedkyně metodické komise
pro ekonomické obory