

Maturitní témata – management a marketing: obor Ekonomické lyceum 2019/2020

1. Podstata marketingu

Historie vzniku marketingu, definice marketingu, koncepce řízení firem, význam marketingu, kritika marketingu, stručná charakteristika jednotlivých částí marketingového mixu.

2. Marketingové prostředí

Definice marketingového prostředí, rozdělení marketingového prostředí, charakteristika jednotlivých složek marketingového prostředí.

3. Marketingový informační systém, marketingový výzkum

Definice MIS, zdroje informací, kroky marketingového výzkumu, charakteristika metod marketingového výzkumu, postup sestavení dotazníku, zásady pro sestavení dotazníků, druhy otázek používaných v dotazníku a jejich objasnění na konkrétním příkladě.

4. Chování kupujících, vlivy působící na chování kupujících

Kategorie kupujících, role kupujících, etapy nákupního rozhodovacího procesu, typy nákupního chování, vlivy působící na chování kupujícího.

5. Trh a tržně nediferencovaný marketing, cílený marketing

Subjekty trhu, definice trhu, rozdělení trhů, tržně nediferencovaný marketing – vysvětlení pojmu a dělení. Charakteristika cíleného marketingu a jeho jednotlivých etap.

6. Výrobek a jeho životní cyklus

Definice výrobku, komplexní výrobek, výrobní sortiment, výrobní řady, hloubka a šířka výrobního sortimentu, členění výrobků. Životní cyklus výrobku a jeho etapy, značka výrobku, ochranná známka, obal, služby, vývoj výrobku.

7. Cena a cenová politika

Definice ceny, charakteristika ceny jako součásti marketingového mixu, strategie stanovení ceny, důvody pro změnu ceny, formy slev, metody stanovení ceny, cenové triky.

8. Metody stanovení ceny

Charakteristika jednotlivých metod stanovení ceny. Výpočty ceny dle jednotlivých metod, bod zvratu a jeho výpočet a grafické znázornění.

9. Reklama jako forma komunikace se zákazníkem

Marketingová komunikace, komunikační model AIDA, definice, historie a funkce reklamy, charakteristika etap reklamního plánu, výhody a nevýhody jednotlivých reklamních médií.

10. Formy komunikace

Charakteristika komunikačního procesu, komunikační model, charakteristika jednotlivých forem komunikace. Návrh vhodných forem komunikace pro konkrétní produkty.

11. Distribuce výrobků

Definice distribuce a prodejních cest, distribuční strategie, velkoobchod, funkce VO, typy VO, maloobchod, typy MO.

12. Marketingové strategické plánování

Charakteristika marketingového strategického plánování a jednotlivých etap, zakreslení výrobků do matice BCG.

13. Management a manažerské funkce

Vymezení managementu, významy pojmu management, vývoj managementu jako vědy, manažerské funkce a jejich stručná charakteristika, definice manažera, vlastnosti manažera.

14. Rozhodování

Definice rozhodování, rozhodovací problémy podle složitosti, problémy podle míry informací, etapy rozhodovacího problému, metody pro podporu rozhodování a jejich demonstrace na konkrétním příkladu.

15. Plánování

Definice plánování, druhy plánů podle času, druhy plánů podle úrovně rozhodovacího procesu, poslání, cíle, druhy cílů, požadavky na stanovení cílů, SWOT analýza, analýza portfolia a jejich konkrétní použití.

16. Vedení a motivace, kontrola

Definice vedení a motivace, charakteristika motivačních koncepcí, Maslowova pyramida potřeb, motivační nástroje jejich charakteristika a rozdělení.. Definice kontroly, funkce kontroly, základní rozdělení kontroly, fáze kontroly, kontrola podle úrovně řízení, druhy a formy kontrol z různých hledisek, charakteristika controllingu a auditu jako speciálních forem kontroly.

17. Personální management

Charakteristika personálního managementu, vznik a zánik pracovního poměru, plánování lidských zdrojů, získávání a výběr zaměstnanců, hodnocení a odměňování zaměstnanců, organizace vzdělávání, zabezpečení pracovních podmínek, personální agenda, strukturovaný životopis, motivační dopis.

18. Organizování

Definice organizování, jednotlivé typy organizačních struktur a jejich grafické znázornění na konkrétních příkladech, hlavní organizační dokumenty ve firmě.

19. Komunikace při řízení podniku

Definice komunikace, komunikační proces, základní rozdělení komunikace ve firmě, formy komunikace a jejich charakteristika, komunikační kanály, nedostatky v komunikaci, neverbální komunikace a její jednotlivé druhy.

20. Profil manažera

Definice manažera, formální a neformální autorita, vznik profese manažera, stupně manažerů, rysy manažerské práce, obecné zásady práce manažera, styly řídicí práce.

Vypracoval: Ing. Jan Sršeň

