

MATURITNÍ OKRUHY K ÚSTNÍ MATURITNÍ ZKOUŠCE

TEORETICKÁ ZKOUŠKA Z ODBORNÝCH PŘEDMĚTŮ
(management, marketing, právo)

Obor: 64-41-L/51 Podnikání – školní rok 2021/2022

Forma: denní

1. Pojetí managementu (vymezení managementu, management a podnikání, postavení manažera v organizaci, obsahová náplň současného managementu)
2. Trh práce (pojem trhu práce, nabídka a poptávka na trhu práce, hlavní vývojové trendy trhu práce, úskalí trhu práce, aktuální situace na trhu práce v ČR a v regionu)
3. Profesní dráha (pracovní kariéra, nástroje a faktory pro vznik první kariéry, vývojová stádia pracovní kariéry, rozvoj a stupně kariéry, kritéria a zaměření kariéry, problémy spojené s ukončením pracovní kariéry)
4. Umění prezentovat se na trhu práce (vytváření prvního dojmu na potenciálního zaměstnavatele, psaní žádosti o zaměstnání a životopisu, uplatňování asertivních prvků v komunikaci)
5. Rozhodování (rozhodování a princip volby, rozhodovací proces a jeho členění do etap, základní typy rozhodovacích problémů, přehled metod pro podporu rozhodování)
6. Plánování (plánování jako manažerská funkce, komplexní strategické plánování, SWOT analýza, rozpracování strategických plánů do kratších období, základní podnikatelské strategie)
7. Vedení (motivace, moderní přístupy k vedení lidí, obsahová náplň řízení lidských zdrojů)
8. Organizování (vytváření organizačních struktur, základní typy organizačních struktur, firemní dokumentace, vrcholové vedení firem)
9. Komunikace (komunikační proces, vnitřní a vnější komunikační systémy, praktická komunikace – umění telefonovat)
10. Kontrola (fáze kontrolního procesu, druhy a formy kontrolních procesů, kontrola, controlling, audit)
11. Profil manažera (obecné zásady práce manažera, styly řídicí práce, příprava porady, nedostatky v komunikaci)
12. Chování při výběrových řízeních (příjímání pohovor, příprava na pohovor, průběh pohovoru, chování při pohovoru a po pohovoru)

13. Podstata a prostředí marketingu (základní podnikatelské koncepce, význam marketingu, obsah marketingu, vlivy vnější, vlivy vnitřní)
14. Marketingový výzkum (definování problému, plán výzkumu, zjišťování údajů, analýza údajů a závěry)
15. Chování kupujících (proces rozhodování, typy nákupního chování, vlivy působící na chování kupujícího, chování domácnosti, chování organizace)
16. Výrobek a jeho životní cyklus (výrobek a jeho charakteristika, výrobní sortiment, značka výrobku, obal, služby, vývoj výrobku, životní cyklus výrobku)
17. Cena a cenová politika (cíle podniku při stanovení ceny, metody stanovení ceny, strategie stanovení ceny, změna ceny)
18. Komunikace a stimulování prodeje (principy marketingové komunikace, reklama, podpora prodeje, publicita, přímý marketing, osobní prodej)
19. Distribuce výrobků (prodejní cesty, velkoobchod, maloobchod)
20. Živnostenské podnikání (zákon o živnostenském podnikání, subjekty živnostenského podnikání, živnost, rozdělení živností, podmínky provozování živností, živnostenské oprávnění, živnostenský rejstřík, povinnosti podnikatele, zánik živnostenského oprávnění)

Zpracovaly:

Ing. Ludmila Kintrová, Ing. Kristýna Rohárová

V Letovicích dne 1. 12. 2021