

Maturitní témata: **Marketing a management**

Třída: H4A, P2A

Školní rok: 2022/2023

Vypracovala: Ing. Zuzana Hořínková Kawanová

1. Pojetí marketingu – marketingový mix, podnikatelské koncepce
2. Marketing a trh – podstata trhu, nabídka a poptávka, tržně diferencovaný a nediferencovaný marketing
3. Marketingové prostředí – mikroprostředí a makroprostředí
4. Marketingové řízení – poslání, vize firmy
5. Marketingové plánování a marketingové strategie – charakteristika, druhy plánů, jednotlivé fáze plánování, strategie
6. Marketingový výzkum – definice, fáze, marketingový informační systém, marketingové zpravodajství, fáze a základní metody výzkumu – techniky sběru dat
7. Produkt – charakteristika, sortiment, komplexní výrobek
8. Životní cyklus výrobku – charakteristika jednotlivých etap
9. Cena – charakteristika a metody stanovování, cenová strategie
10. Distribuce – charakteristika, distribuční kanály a cesty
11. Velkoobchod, maloobchod – charakteristika, funkce a typy
12. Propagace – charakteristika, propagační mix, strategie, fáze komunikačního modelu
13. Podpora prodeje – charakteristika, nástroje, osobní prodej, public relations, přímý marketing
14. Reklama – druhy, teorie, funkce, druhy reklamních médií, exteriérová média
15. Pojetí managementu – základní pojmy, funkce, cíle, vývojové etapy včetně nejvýznamnějších představitelů
16. Profil manažera – osobnost manažera, potřebné vlastnosti a dovednosti, úspěšný manažer, time management
17. Manažerské funkce, styly řízení – funkce řízení, styly řízení
18. Rozhodování – etapy rozhodovacího procesu, typy rozhodovacích problémů
19. Plánování – podstata, rozdělení a charakteristika cílů, členění plánů, druhy plánů
20. Organizování – základní pojmy, organizační struktury
21. Vedení – vysvětlení pojmu, řízení kolektivu, moderní přístupy k vedení lidí, řízení lidských zdrojů, hodnocení pracovníků, odměňování
22. Komunikace – vnitřní a vnější komunikační systémy
23. Motivace – základní pojmy, vývoj motivačních teorií, motivační nástroje
24. Kontrola – funkce, fáze kontrolního procesu, druhy a formy
25. Krizový management – úpadek, sankce a zánik podniku, řízení rizik, hlavní fáze

V Žatci dne 30. 9. 2022