



Maturitní okruhy z marketingu a managementu

Školní rok 2014/2015

1. Marketing a marketingové prostředí

- charakteristika, podstata, obsah, význam
- oddělení marketingu ve firmě, funkce, vnitřní a vnější vlivy

2. Podnikatelské koncepce marketingu

- vysvětlení podstaty jednotlivých koncepcí, názorné příklady, použití v praxi

3. Marketingový informační systém a marketingový výzkum

- pojem, struktura, vnitřní a vnější zdroje, způsoby zjišťování informací
- popis, charakteristika a obsah jednotlivých kroků, důležitost a význam

4. Chování kupujících

- skupiny kupujících, proces rozhodování, typy nákupního chování, vlivy působící na chování kupujících

5. Chování domácností

- druhy domácností, typy nákupního chování jednotlivých skupin

6. Chování organizace

- typy nákupního chování, vlivy působící na chování organizací, proces rozhodování

7. Trh a cílený marketing

- pojem trhu, jeho členění, tržní formy, cílený a tržně diferencovaný marketing, segmentace trhu, tržní zacílení, tržní umístění

8. Výrobek a značka výrobku

- charakteristika, spotřební zboží a kapitálové statky, výrobní sortiment
- pojem, význam, kmenová a individuální značka, věrnost značce

9. Okolí výrobku a vývoj výrobku

- obal, služby – charakteristika, funkce
- proces, charakteristika jednotlivých kroků vývoje

10. Životní cyklus výrobku

- charakteristika, fáze životního cyklu výrobku, odchylky od životního cyklu výrobku

11. Cena a cenová politika

- cena zboží z hlediska marketingu, cíle podniku při stanovení ceny, metody stanovení ceny, strategie stanovení ceny

12. Marketingová komunikace, reklama



- význam, komunikační proces, základní formy komunikace, stimulace, stimulační mix
- funkce reklamy, cíle, reklamní sdělení, styl reklamy, efektivnost, reklamní média a jejich výhody a nevýhody

13. Přímý marketing, podpora prodeje, publicita, osobní prodej

- obsah, charakteristika, nástroje, výhody a nevýhody, osobnost prodávajícího a zákazníka

14. Marketingové cesty – distribuce

- úkoly, charakteristika prodejních cest, organizace, výhody a nevýhody, systémy distribuce, odbytové metody – přímé, nepřímé, velkoobchod, maloobchod

15. Komplexní analýzy – portfoliová analýza, SWOT analýza

- charakteristika a podstata jednotlivých analýz, využití analýz v oblasti cestovního ruchu

16. Management

- charakteristika a vymezení managementu, jeho funkce a cíle, vývojové etapy managementu včetně nejvýznamnějších představitelů

17. Profil manažera

- osobnost manažera, potřebné vlastnosti a dovednosti, obecné zásady práce manažera, postavení v organizaci – stupně řízení

18. Manažerské funkce, styly řídicí práce

- manažerské funkce, styly řídicí práce, významní čeští a světoví manažeři

19. Plánování

- podstata, význam pro management, druhy plánů podle různých hledisek (strategické, taktické, operativní plány)

20. Komplexní strategické plánování

- postup tvorby komplexních strategických plánů a jejich význam pro podnik

21. Rozhodování – etapy rozhodovacího procesu

- rozhodovací proces a jeho členění do etap, podstata jednotlivých etap

22. Rozhodování – typy rozhodovacích problémů

- základní typy rozhodovacích problémů, rozhodovací procesy, metody na podporu rozhodování

23. Organizování

- náplň, druhy organizačních struktur a jejich charakteristika, pružné organizační struktury

24. Pracovní skupiny

- pracovní skupiny a jejich význam, charakteristické znaky pracovních skupin a jejich složení, výhody a nevýhody pracovních skupin, role v pracovních skupinách

25. Vedení lidí – motivace a motivační teorie

- vymezení základních pojmů a jejich význam, neznámější motivační teorie a jejich autoři,



26. Vedení lidí – motivační nástroje

- motivační nástroje, moderní přístupy k vedení lidí, monotonie práce, humanizace práce

27. Personální management I

- náplň a jeho úloha ve firmě, personální zajištění – plánování, získávání a výběr zaměstnanců

28. Personální management II

- personální zajištění – zvyšování kvalifikace zaměstnanců, rekvalifikace, rozmisťování zaměstnanců, hodnocení a odměňování, sociální klima

29. Komunikace

- význam, formy komunikace, komunikační kanály, nedostatky v komunikaci

30. Kontrola

- význam a funkce kontrolní činnosti, fáze kontrolního procesu, druhy kontrol, controlling, audit