

Maturitní témata profilové části maturitní zkoušky z ekonomických předmětů

Forma zkoušky: ústní před zkušební maturitní komisí

Třída 2. N

Obor: 64-41-L/51 Podnikání

školní rok 2024 - 2025

- 1. Základní ekonomické pojmy**
Potřeby, statky a služby, spotřeba konečná a výrobní, výrobní faktory, hospodářský proces a jeho prvky
- 2. Podnikání**
Podnik – obchodní závod, jeho znaky a cíle, fyzická a právnická osoba, podnikatel, obchodní firma, prokura, obchodní rejstřík
- 3. Podnikatelský záměr**
Motivace pro zahájení podnikání, zákony upravující podnikání, podnikatelský záměr jako odpověď na základní otázky týkající se podnikání, přínos podnikatelského záměru a jeho struktura
- 4. Živnosti**
Živnostenské podnikání, podmínky provozování živnosti, rozdělení živností, živnostenský rejstřík
- 5. Obchodní společnosti osobní, obchodní společnosti kapitálové**
Obchodní společnost, společností osobní a kapitálové, jejich podstata, majetkové otázky a orgány
- 6. Výroba, ekologie výroby**
Výroba jako fáze hospodářského procesu, příprava výroby, stupně rozpracovanosti, průběh výroby, jakost a ekologie výroby
- 7. Zásobování**
Členění oběžného majetku a jeho charakteristika, koloběh oběžného majetku, členění zásob, rychlost obratu, plán zásobování, normování zásob, logistika
- 8. Personální práce**
Lidský činitel v procesu výroby, pracovní právní vztah, vznik a zánik pracovního poměru, mzda a její formy, bezpečnost a ochrana zdraví při práci
- 9. Finanční trh, bankovníctví**
Finanční trh a jeho subjekty, dvoustupňová bankovní soustava, komerční banky, aktivní, pasivní a neutrální bankovní operace
- 10. Daně a daňová soustava**
Daňová soustava – její funkce a struktura, základní pojmy – poplatník, plátce, daň, základ daně, sazba daně
- 11. Management, historie managementu**
Management – vysvětlení pojmu, vědecké řízení, lidské vztahy, správní řízení, byrokratické řízení, současná etapa vývoje managementu

12. Manažer

Manažer podle úrovně řízení, vlastnosti manažera, styl řídicí práce – autokratický, demokratický, liberální a týmový

13. Manažerské funkce postupné a průběžné

Manažerské funkce – podstata, rozdělení na funkce postupné a průběžné, plánování, organizování, vedení, kontrola

14. Podstata marketingu, marketingový mix

Definování marketingu, marketingový mix, jeho základní prvky – výrobek, cena, distribuce a komunikace, nové prvky marketingového mixu

15. Historický vývoj marketingu – podnikatelské koncepce

Podnikatelské koncepce – výrobní, výrobní, prodejní, marketingová a společenská – charakteristika, představitelé, kritika marketingu

16. Marketing a trh, průzkum trhu

Podstata trhu, nabídka, poptávka, fungování tržního mechanismu, metody průzkumu trhu – kvantitativní a kvalitativní

17. Výrobek

Výrobek jako prvek marketingového mixu, komplexní výrobek, jádro výrobku, vlastní a rozšířený výrobek, značka a ochranná známka, životní cyklus výrobku

18. Cena

Cena jako prvek marketingového mixu, faktory ovlivňující výši ceny, cíle a metody stanovování ceny

19. Propagace

Propagace jako prvek marketingového mixu, propagační mix – reklama, podpora prodeje, public relations, přímý marketing, osobní prodej

20. Distribuce

Distribuce jako prvek marketingového mixu, distribuce přímá a nepřímá, velkoobchod a jeho funkce, maloobchod a typy maloobchodní jednotek

Předkládá: Ing. Marie Brhelová

Schválil dne 20. 9. 2024

RNDr. Petr Koiš, PhD.
ředitel školy