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 2025 - 2026

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, pracovně právní vztah, vznik a zánik pracovního poměru, mzda a její formy, bezpečnost a ochrana zdraví při práci

9. **Finanční trh, bankovnictví**
   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 řídící 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, výrobková, 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 19. 9. 2025

RNDr. Petr Koiš, PhD.
ředitel školy