

MATURITNÍ OKRUHY 2017/2018

PRÁVO A MARKETING A MANAGEMENT

1/ Právo

(právo a stát, právní řád, druhy právních norem, právní úkony)

2/ Živnostenský zákon

(podmínky zahájení podnikání, druhy živností, podmínky provozování živnosti)

3/ Systém práva v ČR (právní odvětví – stručná charakteristika, Ústava ČR - rozdělení moci ve státě, moc výkonná, soudní a zákonodárná)

4/ Obchodní právo

(zákon o korporátních společnostech, jednání podnikatele, prokura, plná moc)

5/ Zahájení podnikání právnických osob

(obchodní jmění, obchodní jméno, obchodní rejstřík, nekalá soutěž, ochrana spotřebitele)

6/ Ukončení podnikání

(zrušení a zánik, přeměna společnosti – fúze, převod jmění, rozdělení, změna právní formy, insolvenční zákon)

7/ Akciová společnost

(akcie, dividendy, orgány akciové společnosti, valná hromada)

8/ Společnost s ručením omezeným

(společníci, základní kapitál, ručení, rozdělování zisku)

9/ Veřejná obchodní společnost a komanditní společnost

(založení, řízení společnosti, komanditisté a komplementáři, rozdělování zisku)

10/ Družstva

(spotřební, výrobní, zemědělská, orgány, majetek, členské podíly)

11/ Obchodní závazkové vztahy

(obecná ustanovení o obchodních smlouvách, společné závazky, změny a zánik vztahů, charakteristika základních druhů obchodních smluv)

12/ Pracovně právní vztahy

(vznik, změny a skončení pracovního poměru, pracovní doba a doba odpočinku v pracovním poměru, překážky v práci, bezpečnost a ochrana zdraví při práci, odpovědnost za škodu v pracovněprávních vztazích)

13/ Občanské právo

(základní pojmy podle nového občanského zákoníku, smlouva, závazek, dlužník, věřitel, proces uzavření smlouvy, plnění smlouvy, výpověď smlouvy)

14/ Historie marketingu

(pojem marketing, definice marketingu, základní podnikatelské koncepce - výrobní, výrobková, prodejní, marketingová)

Vojenská střední škola a Vyšší odborná škola Ministerstva obrany v Moravské Třebové

15/ Marketing a trh, marketingové prostředí (základní veličiny trhu, diferencovaný a nediferencovaný marketing, segmentace trhu, charakteristika mikroprostředí a makroprostředí))

16/ Techniky marketingového výzkumu

(kvantitativní výzkum – pozorování, experiment, průzkum a kvalitativní výzkum – hloubkový rozhovor, skupinový rozhovor brainstorming, projekční techniky)

17/ Marketingové řízení

(poslání a cíle firmy, druhy marketingových plánů, analýza, plánování, realizace, kontrola)

18/ Marketingové strategie

(charakteristika a rozdělení marketingových strategií, SWOT analýza, BCG analýza)

19/ Marketingový výzkum

(marketingový informační systém, fáze marketingového výzkumu, definování problému, plán výzkumu, sběr informací, analýza údajů, závěrečná zpráva)

20/ Produkt – základ marketingového mixu

(charakteristika a členění výrobků, čtyři úrovně produktu z hlediska marketingu, výrobní a obchodní sortiment, obal, značka, ochranná známka)

21/ Cena z marketingového pohledu

(význam ceny v marketingu, metody stanovení ceny, cenové strategie, cenové slevy a sračky)

22/ Distribuce přímá a nepřímá

(charakteristika distribuce, velkoobchod a maloobchod – funkce, typy, distribuční kanály)

23/ Propagace, reklama

(marketingová komunikace, propagační mix, reklama, podpora prodeje, public relation, přímý marketing, osobní prodej, sponzoring)

24/ Postavení manažera ve firmě, styl řídicí práce

(význam a pozice manažera v organizaci, členění manažerů, čtyři základní styly práce manažera)

25/ Manažerské činnosti

(manažerské funkce a činnosti - plánování, organizování, výběr a rozmisťování pracovníků, vedení lidí, motivace a stimulace podřízených, kontrola)