

Maturitní témata z předmětu MARKETING A MANAGEMENT

Hotelová škola – obor Podnikání

školní rok 2024/2025

1. Marketing a trh (podoby trhu S a D, konkurenční prostředí, přístup marketingu k trhu); management – pojem, význam, vývoj a současné přístupy k managementu
2. Marketing (podstata, předmět, potřeby, vývoj, marketingový mix); manažer – pojem, druhy, osobnostní předpoklady, význam manažera pro firmu
3. Nediferencovaný a cílený marketing, segmentace trhu; manažerské funkce a role
4. Marketingové prostředí (makroprostředí a mikroprostředí, jeho vliv na firmu, analýza); manažerské plánování
5. Nástroje marketingového řízení (poslání, vize, cíle firmy, plánování a strategie); komunikační dovednosti manažera, manažerské předpoklady, osobnost
6. Marketingové strategie (popsat Ansoffovy i generické strategie, jejich využití v praxi); manažerské organizování, organizační struktury
7. Analýzy využívané v marketingovém řízení; motivace lidských zdrojů (odměňování a motivace, péče o zaměstnance)
8. Marketingový výzkum (fáze, rozdělení, techniky, MIS); rozhodování (rozhodovací proces, kreativní manažerské metody k nalezení příčin problému, druhy problémů)
9. Konkurenční prostředí v tržní ekonomice, monopolizace trhu význam konkurence pro zákazníky a podniky; manažerská kontrola a audit
10. Výrobek (charakteristika, členění, sortiment, komplexní výrobek, obal, životní cyklus); personální řízení v managementu
11. Cena jako jeden z nástrojů marketingového mixu; manažerské plánování, výběr a rozmísťování lidských potřeb v managementu, adaptace pracovníků v zaměstnání (mentoring, leadership)
12. Distribuce (formy, funkce, intenzita prodeje, voo, moo); pracovní vztahy, vedení, motivace, pracovně-právní vztahy, formální a neformální skupiny)

13. Propagace jako jeden z nástrojů marketingového mixu; osobnost manažera (požadavky na osobnost, manažerské role a funkce)
14. Marketingová komunikace (komunikační model AIDA, fáze sdělení a faktory ovlivňující chování zákazníka); organizační struktury v managementu
15. Marketingové koncepce; manažerské řízení lidských zdrojů (význam lidských zdrojů, plánování, získávání, výběr, rozvoj a hodnocení pracovníků)
16. Nákupní chování spotřebitele (faktory ovlivňující chování spotřebitele, černá skříňka, AIDA); současné manažerské trendy, stádia vývoje managementu
17. Životní cyklus výrobku, strategie volené pro danou fázi životního cyklu a analýza portfolia výrobků; typy manažerů a rozhodovací proces
18. Marketingové triky používané v maloobchodě, rozhodování spotřebitele o koupi; klasický management – představitelé, řízení podniku, způsoby vedení a organizování
19. Velkoobchod a maloobchod, funkce a typy velkoobchodů, druhy maloobchodů, distribuční mezičlánky, druhy distribučních cest; management 40-70, současné trendy
20. Segmentace trhu a trh, význam segmentace pro marketing; pružné organizační struktury