



Témata profilové části maturitní zkoušky – Blok obchodních činností
(předměty Biologické základy zemědělské výroby a Marketing a management)

Třídy: 4.VE (obor Ekonomika a podnikání)

Školní rok: 2020/2021

Vypracovaly: Ing. Martina Iblová a Ing. Jitka Holcmanová

Schváleno předmětovými komisemi: 27.9.2020

Schváleno ředitelem školy: 30. 9. 2020

1. **Zemědělství jako součást národního hospodářství, ekologické zemědělství**

- význam a funkce zemědělství
- stav zemědělství v ČR
- spotřeba potravin v ČR
- ekologické zemědělství

2. **Vegetační činitelé ovlivňující rostlinou produkci**

- sluneční záření, teplota, voda, živiny
- půda – její oceňování, jednotky BPEJ, způsoby úpravy půdy

3. **Hnojiva a jejich rozdělení**

- význam hnojiv a živin pro rostliny
- rozdělení hnojiv
- rozdíl mezi konvenčním a ekologickým zemědělstvím

4. **Pěstování obilovin**

- zástupci a význam pěstované skupiny
- výnosy
- základní úkony při pěstování obilovin (od přípravy půdy po sklizeň)
- náklady a požadavky na pěstování obilovin

5. **Pěstování okopanin**

- zástupci a význam pěstované skupiny
- výnosy
- základní úkony při pěstování okopanin (od přípravy půdy po sklizeň)
- náklady a požadavky na pěstování okopanin

6. **Domestikace, exteriér, třídění plemen a welfare**

- důvody a podmínky domestikace
- posuzování exteriéru, metody
- třídění plemen dle různých ukazatelů
- pojem welfare

7. Produkce masa

- význam produkce masa
- vlivy působící na masnou užitkovost
- zpracování jatečného masa
- výkup a zpeněžování masa (SEUROP)

8. Produkce mléka

- význam produkce mléka
- vlivy působící na mléčnou užitkovost
- laktační křivka
- požadavky na kvalitu syrového mléka, výkup mléka

9. Podstata marketingu

- definice marketingu
- marketingové cíle
- druhy marketingu
- vznik a historický vývoj podnikatelských koncepcí
- segmentace trhu
- konkurence

10. Marketingový informační systém

- marketingový výzkum
- primární a sekundární data
- vnější a vnitřní zdroje
- proces výzkumu
- metody výzkumu (výhody, nevýhody)
- tvorba dotazníku

11. Produkt

- pojem komplexní výrobek
- životní cyklus výrobku
- produktová politika
- značka výrobku

12. Cena

- cíle cenové politiky
- zákonitosti trhu spojené s tvorbou ceny
- metody stanovení ceny
- změny ceny

13. Distribuce

- obchod a jeho rozdělení
- distribuční cesty zboží
- velkoobchod
- maloobchod

14. Marketingová komunikace

- charakteristika
- komunikační mix
- rozpočet na marketingové komunikace

15. Media a jejich využití v marketigu

- členění medií
- charakteristika nejdůležitějších medií
- mediální ukazatele
- společenská odpovědnost

16. Chování zákazníka

- členění kupujících
- rozhodování kupujících
- role kupujících
- zákon na ochranu spotřebitele
- reklamace

17. Management a manažer

- definice managementu
- osobnost manažera
- manažerské role podle úrovně řízení
- obecné principy manažerské práce
- styly řídicí práce manažera "

18. Management ve vývoji

- management v historii
- osobnost T. Bati a H. Forda
- současné trendy v managementu

19. Manažerské funkce

- plánování – význam, obsah, druhy, SWOT analýza
- organizování – základní rozdělení organizací, organizační struktury
- výběr zaměstnanců – specifikace pracovní pozice a osobnostní profil zaměstnance, výběrové řízení

20. Manažerské funkce

- vedení a motivování zaměstnanců – hierarchie lidských potřeb, pozitivní a negativní motivace, McGregorova teorie X a teorie Y
- kontrolování – základní formy kontroly, fáze kontrolního procesu
- rozhodování – za relativní jistoty, za nejistoty