

PRAKTICKÁ MATURITNÍ ZKUŠKA

2021/2022

OBOR OBCHODNÍK

TÉMATA Z OBCHODNÍ PRAXE

1. Obchod

Obsahová část:

Význam a úkoly obchodu
Moderní trendy v obchodě
Velkoobchodní činnost
Maloobchodní činnost

Praktická část:

Význam mezičlánku v distribučním řetězci (grafika)
Daňová povinnost obchodníka – plátce versus neplátce DPH (výpočet)

2. Zaměstnanci

Obsahová část:

Struktura zaměstnanců a jejich povinnosti
Pracovní řád a pracovní klima firmy
Organizace práce, pracovní doba
Odpovědnost za škody

Praktická část:

Plánování zaměstnanců výpočtem (dle výkonové normy)
Online mzdová kalkulačka (internet)

3. Logistika

Obsahová část:

Vývoj logistiky, moderní trendy
Logistické systémy
Obchodní logistika
Praktické uplatnění logistiky

Praktická část:

Význam mezičlánku v distribučním řetězci (grafika)

Porovnání nabídek rozvážkových služeb (online)

4. Velkoobchod

Obsahová část:

Význam a funkce velkoobchodní činnosti

Členění velkoobchodních skladů

Pracovní operace ve velkoobchodě

Automatizace a robotizace v logistice

Praktická část:

Robotizace velkoskladů (ukázka)

Daňová povinnost prodejny – plátce vs. neplátce DPH (výpočet)

5. Dodavatelско- odběratelské vztahy

Obsahová část:

Požadavky na nákup a prodej zboží

Uplatnění informační technologie při nákupu a prodeji

Dodací podmínky, INCOTERMS

Reklamace, kontrolní orgány

Praktická část:

Rozbor vybrané obchodní smlouvy

Rozbor Zákona o ochraně spotřebitele – Část II. (internet)

6. Bezpečnost a ochrana zdraví při práci

Obsahová část:

Pracovně- právní problematika v oblasti BOZP

Povinnosti podnikatele a vybavení prodejny

Moderní postupy v oblasti BOZP a PO

Aktuální požadavky na bezpečnost a hygienu

Praktická část:

Rozbor Zákoníku práce – Část. V. (internet)
Bezpečnostní značení a signály (grafika)

7. Prodejní/administrativní prostory firmy

Obsahová část:

Charakteristika a úloha firemních prostor
Dispoziční řešení
Vybavenost prostor
Estetika, hygiena, ergonomie

Praktická část:

Dispoziční řešení vybrané/fiktivní prodejny
Logo firmy, firemní štít v Zoner Callisto

8. Majetek podniku

Obsahová část:

Pojem, význam a formy majetku
Vybavenost podniku majetkem
Optimalizace a řízení zásob
Moderní trendy v evidenci majetku

Praktická část:

Tabulka odpisů
Graf vývoje stavu zásob

9. Hospodaření a financování firmy

Obsahová část:

Charakteristika hlavní činnosti firmy
Analýza hospodaření firmy – náklady, výnosy, výsledek hospodaření

Praktická část:

Analýza bodu zvratu
Graf bodu zvratu

10. Pojišťovnictví

Obsahová část:

Význam a charakteristika pojišťovací činnosti
Druhy pojištění, likvidační činnost pojišťoven
Produktová nabídka vybrané pojišťovny
Moderní trendy v pojišťovnictví

Praktická část:

Rozbor vybrané pojistné smlouvy
Online pojistná kalkulačka

11. Bankovníctví

Obsahová část:

Význam bank, bankovní soustava
Hospodaření obchodní banky
Produktová nabídka vybrané banky
Moderní trendy v bankovníctví

Praktická část:

Jednoduché úrokování v MS Excel
Úroková kalkulačka v MS Excel/online

12. Živnostenské podnikání

Obsahová část:

Charakteristika a dělení živností
Podmínky pro získání živnostenského oprávnění
Ukončení a zánik živnosti

Praktická část:

Postup při získání živnostenského oprávnění (infografika)
Vyplnění Jednotného registračního formuláře pro začínajícího (fiktivního) podnikatele

13. Právní firmy upravující podnikání

Obsahová část:

Charakteristika právních norem

Vybrané kapitoly z NOZ
Vybrané kapitoly z ZOK
Vybrané kapitoly ze Zákoníku práce

Praktická část:

Práce s vybranými právními dokumenty
Vyhledávání podnikatelského subjektu na internetu

14. Národní hospodářství vybrané země

Obsahová část:

Koloběh statků a služeb v ekonomice
Sektorová analýza
Hospodářský cyklus (HDP)
Hospodářská integrace

Praktická část:

Koloběh statků a služeb v ekonomice (diagram)
Hospodářský cyklus v MS Excel (tabulka, graf).

15. Daňová soustava vybrané země

Obsahová část:

Charakteristika a dělení daní
Daně jako příjem státního rozpočtu
Daňová povinnost podnikatele
Problematika a placení daní DPH

Praktická část:

Online daňová kalkulačka (DPFO/DPPO)
Postup při dodání daňového přiznání online

16. Makroekonomická analýza vybrané země

Obsahová část:

Sektorová analýza vybrané ekonomiky
Hrubý domácí produkt
Inflace a nezaměstnanost
Vnější ekonomické vztahy

Praktická část:

Práce s vybranými ukazateli pomocí statistik OECD

Časový vývoj vybraných ukazatelů v MS Excel (tabulka, graf)

17. Marketingové prostředí

Obsahová část:

Mikroprostředí

Makroprostředí

Praktická část:

Rozbor mikroprostředí konkrétní firmy

Rozbor makroprostředí konkrétní firmy

Vlivy působící na rozhodování firmy

18. Spotřební trh

Obsahová část:

Spotřební trh

Znaky spotřebního trhu

Praktická část:

Chování a rozhodování kupujících

Vlivy působící na rozhodování kupujících

19. Marketingový mix

Obsahová část:

Marketingový mix

Strategie marketingového mixu

Praktická část:

Popis marketingového mixu u konkrétní společnosti

Porovnání konkrétních výrobků

20. SWOT analýza

Obsahová část:

Charakteristika a využití SWOT analýzy

Vznik SWOT analýzy

Části SWOT analýzy

Praktická část:

Zpracování vlastní SWOT analýzy pro konkrétní firmu

Výstupy SWOT analýzy

Návrhy pro strategii dalšího rozvoje

21. Marketinková komunikace

Obsahová část:

Teorie komunikace

Komunikační proces

Psychologie marketingové komunikace

Praktická část:

Marketing a komunikace konkrétní společnosti

Komunikační mix

Využití modelu AIDA v praxi

22. Plánování marketingové komunikace

Obsahová část:

Stanovení cílů

Stanovení plánů a strategie

Integrace komunikačních aktivit firmy

Praktická část:

Rozpočet a účinnost

Etické otázky

Důvěryhodnost marketingové komunikace

23. Komunikační mix

Obsahová část:

Produktová politika

Tvorba cen

Distribuční cesty

Praktická část:

Využití druhy reklamy v konkrétní firmě

Účinnost médií

Podpora prodeje

Sponzoring

24. Marketingová komunikace na internetu

Obsahová část:

Online reklama
Display reklama
Intextová reklama

Praktická část:

Reklama ve vyhledávačích
Reklama na sociálních sítích
SEO
Praktické návrhy na reklamu

25. Marketingová komunikace na trzích B2B

Obsahová část:

Specifika trhů B2B
Reklama
Podpory prodeje
Public relations

Praktická část:

Porovnání reklama na trhu B2B a B2C
Návrh vlastní reklamy
Návrh vlastní podpory prodeje

26. Strategické řízení firem a organizací

Obsahová část:

Podstata podnikání
Definování poslání podniku
Podstata strategického marketingového procesu

Praktická část:

Globální a firemní cíle konkrétní firmy
Mise, vize, poslání

27. Komunikační mix

Obsahová část:

Public relations

Vztahy public relations a reklamy

Cílové skupiny

Praktická část:

Externí a interní PR

Vztahy s médii

Výroční zpráva

Tiskový mluvčí

28. Komunikační mix

Obsahová část:

Veletrhy a výstavy

Komerční a nekomerční výstavy a veletrhy

Online veletrhy

Praktická část:

Cíle účasti a kritéria výběru

Příprava a realizace účasti

Účinnost veletrhů

29. Copywriting

Obsahová část:

Podstata copywrittingu

Blog

SEO

Praktická část:

Vytvoření vlastních návrhů textů

Hledání klíčových slov pro firmu

Tvorba obsahu

30. Marketing pro bankovní sektor

Obsahová část:

Význam bank

Produktová nabídka banky

Specifika marketingu pro bankovní sektor

Praktická část:

Studie marketingové strategie konkrétní banky
Marketingová podpora vybraných produktů
Vlastní návrhy

31. Vybavení nové prodejny

Obsahová část:

Charakteristika prodejny
Dispoziční řešení
Nové trendy v prodejnách

Praktická část:

In store marketing
3 D plánování prodejní plochy
Prodejní a neprodejní sektor

32. Podstata a důležitost strategického řízení

Obsahová část:

Charakteristika strategického řízení
Strategické cíle
Význam strategického řízení marketingu

Praktická část:

Strategické cíle konkrétní firmy
Časový horizont strategie
Analýza prostředí
Formulace strategie
Implementace strategie

33. Marketingová podpora prodeje

Obsahová část:

Nástroje podpory prodeje
Podpora prodeje vůči spotřebitelům
Podpora prodeje vůči obchodníkům
Účinnost prodeje vůči distributorům

Praktická část:

Návrhy reklamních předmětů
3 D grafika

34. In store marketing, tvorba webových stránek pro e-shop

Obsahová část:

Charakteristika webových stránek

Funkčnost webu

Charakteristika In store marketingu

Praktická část:

Tvorba webových stránek pro e-shop

Analýza webových stránek konkrétní firmy

Návrh In store marketing pro konkrétní firmu