

Marketing a management – maturitní okruhy 2025/2026

Podstata marketingu: definování, předmět mrk, 4P, 4C, historie mrk, podnikatelské koncepce

Marketing a trh: podstata a členění trhu, nabídka, poptávka, tržní rovnováha, monopoly, tržně diferencovaný a nediferencovaný mrk, segmentace trhu

Marketingové mikro a makroprostředí

Marketingové řízení: marketingové plánování, marketingové strategie, analýza SWOT, analýza BCG

Marketingový výzkum: MIS, fáze výzkumu, techniky výzkumu, dotazník

Výrobek: členění zboží, sortiment, komplexní výrobek, obal, značka, ochranné známky, vývoj výrobku, životní cyklus výrobku

Cena: charakteristika ceny, cíle při stanovení ceny, metody stanovování ceny, cenové strategie, cenové triky

Distribuce: distribuční cesty, přímá distribuce, velkoobchod, maloobchod, maloobchodní mix, typy maloobchodních jednotek, obchodnické triky

Propagace: komunikační mix, marketingová komunikace, podpora prodeje, osobní prodej

PR, reklama – funkce reklamy, reklamní média

Podstata managementu, manažer, diferenciací manažerů, vlastnosti a dovednosti manažerů

Plánování: Druhy a typy plánů, komplexní strategický plán, postup tvorby KSP, marketingové plánování

Organizování: základní prvky organizování, organizační struktury

Vedení lidí: teoretické a praktické přístupy k vedení lidí

Motivace: motivační teorie

Komunikace, formy komunikace – ústní, telefonická, písemná, elektronická, komunikační kanály

Rozhodování: rozhodovací procesy a rozhodovací problémy, struktura rozhodovacích problémů, typy rozhodovacích problémů, modely rozhodování, metody na podporu rozhodování

Kontrola: fáze kontrolního procesu, druhy a formy kontrolních procesů, audit, controlling

Krizový management: úpadek, sanace a zánik podniku, řízení rizik, hlavní fáze a činnosti krizového managementu