**Maturitní témata z ekonomických předmětů 2024/2025**

Studijního oboru: 64-41-L/51 Podnikání „DENNÍ A DÁLKOVÁ FORMA“

***Ekonomika:***

* Potřeby a zdroje jejich uspokojování, základní výrobní činitelé a jejich charakteristika.
* Přímé a nepřímé daně – podstata, druhy, sazby, osvobození
* Daňová soustava ČR, důchodové daně – základní pojmy, daňové principy, zálohy.
* Personální management a personální činnost podniku – úloha personálního útvaru, pracovní poměr – vznik a zánik, nástroje výběru pracovníků.
* Oběžný majetek podniku a zásobování – členění a koloběh OM, členění zásob a zásady racionálního zásobování.
* Cíle a nástroje hospodářské politiky, úloha státu v tržní ekonomice.
* Dlouhodobý majetek – způsoby pořízení, opotřebení majetku, odpisy, metody odepisování.
* Bankovní soustava ČR – ČNB a její funkce, obchodní banky.
* Náklady, výnosy a hospodářský výsledek – podstata, členění, druhy HV.
* Podstata podnikání, vznik a zánik podnikatelského subjektu.
* Živnostenské podnikání a obchodní korporace.
* Peníze v ekonomice a úvěrové služby bank – vývoj a funkce peněz, druhy úvěrů, úvěrová politika bank.
* Inflace a nezaměstnanost – druhy, ukazatele, důsledky, typy nezaměstnanosti, ohrožené skupiny.
* Financování podniku – vlastní a cizí kapitál, rozvaha.
* Jednání jménem podniku – statutární orgány, plná moc, prokura.

***Marketing:***

* Marketing a marketingové prostředí – charakteristika a pojetí marketingu, druhy a vlivy prostředí. SWOT analýza – charakteristika, zdroje informací, použití.
* Pojetí marketingu jako podnikatelské filozofie - základní koncepce - vývoj, charakteristika.
* Marketingový informační systém – charakteristika, součásti. Marketingový výzkum – metody, dotazník, jeho části, typy otázek.
* Trh, tržní mechanismus, tržní rovnováha, nabídka, poptávka – definice, grafy, zákonitosti trhu, ovlivňující faktory.
* Marketingový mix – charakteristika, nástroje, strategie a taktika.
* Výrobek – charakteristika, životní cyklus výrobku, koncepce totálního produktu.
* Cena a cenová politika – druhy cen, metody stanovení cen, kalkulace ceny, význam ceny, cíle při stanovení ceny.
* Distribuce a logistika – pojem, distribuční kanály, strategie.
* Propagace – charakteristika; jednotlivé nástroje komunikačního mixu.
* Management – pojem, členění, vývoj, manažerské funkce.
* Etapy vývoje teorie managementu a současné přístupy řízení.
* Plánování – charakteristika, postup, druhy plánu.
* Vedení – typy vedení a jejich charakteristika.
* Rozhodování – charakteristika jednotlivých fází, výsledek rozhodování.
* Řízení lidských zdrojů – základní personální činnosti, způsoby zajištění pracovníků.
* Komunikace – charakteristika, formy, neverbální komunikace, komunikační šumy.