

Maturitné témy na zverejnenie

Študijný odbor 6405 K pracovník marketingu

Predmet: Teoretická časť odbornej zložky

Školský rok 2022/23

Okruh 1

1. Trh a trhový mechanizmus, subjekty, ktoré sa na trhu nachádzajú.
2. Typy trhov, procesy trhového mechanizmu,
3. Podstata pojmu konkurencia, formy konkurencie.
4. Športovo-rekreačné a kultúrno-spoločenské služby.
5. Segmentácia trhu v marketingu.

Okruh 2

1. Podstata marketingu , vývoj marketingu
2. Základné podnikové koncepcie – výrobná, produktová(výrobová), predajná, marketingová, spoločenská.
3. Vonkajšie prostredie systému cestovného ruchu (ekonomické, sociálne, politické, technicko – technologické, demografické a ekologické prostredie).
4. Prvky marketingového mixu, ktoré sú špecifické pre hotelové zariadenia:
 - a. Produkt hotela
 - b. Cena a cenová politika
 - c. Distribúcia
 - d. Komunikácia so zákazníkmi
 - e. Ľudský faktor – pracovníci

Okruh 3

1. Živnosť a podmienky jej založenia.
2. Druhy živnosti , údaje ktoré sa uvádzajú na živnostenskom liste z pohľadu ich významu.
3. SWOT analýza, podnikateľské riziká .
4. Postup zriadenia živnosti – virtuálnej firmy pre poskytovanie pohostinských služieb.

Okruh 4

1. Podstata obchodných spoločností.
2. Formy obchodných spoločností ,družstvo.
3. Splnomocnenie.
4. Účtovanie o materiáli.
5. Vplyvy marketingového makroprostredia (ekonomické, demografické, politické)
6. Podnikateľské riziko.

Okruh 5

1. Pojem manažment , základné podoby manažmentu.
2. Základné manažérske vlastnosti a schopnosti, kariéra a výchova manažérov.
3. Organizačná štruktúra firmy.
4. Interný a externý public relations .

Okruh 6

1. Pracovnoprávne vzťahy medzi zamestnancom a zamestnávateľom.
2. Vznik, zmena a skončenie pracovného pomeru.
3. Prestávky v práci a dovolenka na zotavenie,
4. Personálne plánovanie a výber pracovníkov .
5. Pracovné podmienky.
6. Formy mzdy a odmeňovania .

Okruh 7

1. Trh, členenie trhu v marketingu,.

2. Dopyt, ponuka a cena v marketingu,.
3. Spotrebiteľské trhy (trh domácností, trh organizácií)
4. Cieľový marketing, segmentácia trhu (demografické, psychologické, správanie zákazníka, užitočnosť),
5. Subjekty trhu, informácie pre porovnanie ponuky produktov alebo služieb klienta s konkurenciou.

Okruh 8

1. Doprava, dopravné služby a dopravný trh , význam dopravy pre cestovný ruch.
2. Cestná a železničná doprava, letecká, lodná a miestna doprava.
3. Potreby, ich členenie a uspokojovanie v cestovnom ruchu.
4. Vplyvy, ktoré môžu pôsobiť na kupujúceho.
5. Spôsoby kontrahovania dopravných služieb pri verejnej a charterovej doprave.
6. Prvky kvality služieb, normy ISO a TQM.

Okruh 9

1. Daňová sústava SR.
2. Priame a nepriame dane
3. Vplyv daní na hospodárenie podnikov.
4. Účtovanie na výsledkových účtoch, zásady účtovania nákladov, výnosov a hospodárskeho výsledku .
5. Možnosti rozdelenia zisku a úhrady straty v podniku.

Okruh 10

1. Účtovná trieda 2 – Finančné účty .
2. Základné účtovanie peňazí, cenín a na bankovom účte, účtovanie o krátkodobom bankovom úvere a peňazí na ceste .
3. Krátkodobé úvery
4. Interné informácie v rámci marketingového informačného systému v podniku,
5. Riešenia dlhodobej nezamestnanosti

Okruh 11

1. Majetok podniku, členenie majetku podniku z časového hľadiska.
2. Zdroje krytia majetku podniku ,členenie zdrojov krytia majetku
3. Získavanie a obstaranie dlhodobého majetku vo podniku.
4. Výrobok, značka, obal a služby v rámci marketingu,
5. "balík služieb" v ubytovacom zariadení.
6. Kongresové služby

Okruh 12

1. Kategórie ubytovacích zariadení využívaných v cestovnom ruchu,
2. Druhy ubytovacích zariadení , minimálne požiadavky na ubytovacie zariadenia,
3. Stravovacie zariadenia a ich služby.
4. Ekonomika prevádzky ubytovacích zariadení .
5. Činitele, ktoré vplyvajú na výsledok hospodárenia ubytovacích a stravovacích zariadení.

Okruh 13

1. Rozdelenie hospodárskych písomnosti .
2. Štruktúra listu , zásady štylizácie ,prvky formálnej úpravy listov .
3. Podnikateľský plán.
4. Banková sústava Slovenska.
5. Aktívne a pasívne operácie bánk.
6. Vidiecky a mestský CR.

Okruh 14

1. Základné manažérske funkcie.

2. Podstata riadenia .
3. Úloha informácií a informačného systému v procese riadenia
4. Hospodársky výsledok – zisk, strata a jeho vplyv na riadenie.

Okruh 15

1. Marketingový informačný systému , kroky
2. Marketingový výskum , členenie.
3. Prieskum trhu a jeho metódy.
4. Pojem a význam kontroly,
5. Význam finančného manažmentu podnikov.
6. Kúpeľný cestovný ruch a možnosti jeho rozvoja na Slovensku .

Okruh 16

1. Súvaha.
2. Účet a jeho podstata, druhy účtov, vznik súvahových účtov a ich typické zmeny,
3. Vznik výsledkových a závierkových účtov.
4. Zostavte súvahu
5. Ukazovatele efektívnosti podniku, tvorba ponuky v marketingu

Okruh 17

1. Cestovný ruch , systém cestovného ruchu.
2. Druhy a formy cestovného ruchu,
3. Subjekt a objekt cestovného ruchu.
4. Vplyvy ekonomického, demografického, sociálneho, politického a ekologického prostredia na systém CR.
5. Hospodárske a sociálno-kultúrne účinky cestovného ruchu,
6. Formy a funkcie peňazí, zmena ceny v rámci marketingu .

Okruh 18

1. Distribúcia ako nástroj marketingu a distribučné cesty.
2. Distribučná politiku , riadenie a organizáciu predaja.
3. Veľkoobchod a maloobchod,typy veľkoobchodných predajní.
4. Maloobchodný mix.
5. Predaj zájazdov

Okruh 19

1. Hospodársky cyklus, fázy, dôsledky na ekonomiku štátu.
2. Nezamestnanosť, miera nezamestnanosti ,druhy nezamestnanosti.
3. Inflácia, miera inflácie, druhy inflácie, príčiny inflácie,
4. Životný cyklus výrobku v rámci marketingu .

Okruh 20

1. Cena a cenová politika.
2. Metódy určovania ceny, zmena ceny.
3. Finančné hospodárenie v podniku.
4. Rozhodovací proces v manažmente podnikov cestovného ruchu.
5. Správna cena na základe analýzy kritického bodu (bodú zvratu).

Okruh 21

1. Trh cestovného ruchu
2. Dopyt po cestovnom ruchu, potreby a motivácia účastníkov CR.
3. Ponuka v cestovnom ruchu (primárnu a sekundárnu) .
4. Globalizácia na trhu cestovného ruchu .
5. Operatívno – technická evidencia v ubytovni

Okruh 22

1. Podstatu, formy a nástroje marketingovej komunikácie.

2. Cieľ a význam reklamy.
3. Nástroje podpory predaja a public relations (práca s verejnosťou).
4. Technika osobného predaja.
5. Priamy marketing a jeho vhodnosť pri obchodnej činnosti.
6. Podklady k žiadosti o poskytnutie úveru v prípade financovania z cudzích zdrojov.

Okruh 23

1. Stratégia a taktika v manažmente, fázy strategického manažmentu (skúmanie prostredia, formulácia a implementácia stratégie, hodnotenie a kontrola),
2. Typy stratégií uplatňované v podniku,.
3. Strategický plán a jeho súčasti .
4. Psychológia komunikácie so zákazníkom .
5. Význam obchodného registra v podnikaní.

Okruh 24

1. Majetok podniku a jeho členenie,
2. Obstaranie, oceňovanie, opotrebenie, odpisovanie majetku.
3. Zásoby a ich členenie,.
4. Inventarizácia majetku
5. Kolobeh majetku v podniku a fázy jeho kolobehu.
6. Účtovanie pohľadávok a záväzkov.

Okruh 25

1. Pojmy: výrobok, tovar, tovaroznalectvo.
2. Úžitková hodnota a kvalita výrobkov s ich dosahom na spotrebiteľské správanie.
3. Kategorizácia tovaru z obchodného hľadiska.
4. Potraviny, pochutiny a nápoje.
5. Drogériový tovar, textilný a kožiarsky tovar, výrobky zo skla a keramiky, kovový tovar a výrobky z plastov.
6. Medzinárodný marketing v aplikácii na predaj tovarov..
7. Medzinárodný obchod, medzinárodné ekonomické organizácie.