

Část maturitní zkoušky: **profilová**
Typ zkoušky: **povinná (1 ze 3)**
Forma zkoušky: **ústní**
Název zkoušky: **odborné předměty**
Obor vzdělávání: **propagace**
Školní rok: **2017/2018**

Seznam témat

1. Komerční marketingová komunikace, propagace a reklama, co je to ATL a BTL
Vznik a vývoj VS, její funkce, druhy a základní kompoziční pravidla pro řešení výstavního prostoru
2. Reklama, smysl reklamy, nadlinková komunikace a její prostředky, charakteristika a druhy inzerátů
Vznik a vývoj písma – předstupně písma, Mezopotámie, Egypt
3. Podlinková komunikace, její druhy, charakteristika Direct Marketingu, k čemu slouží databáze (CRM)
Vývoj písma – hláskové písmo, fénická a řecká abeceda, latinské písmo
4. Řešení výstavního prostoru, základní údaje, fundus, zobrazovací metody - perspektiva, technický výkres (půdorys, nárys, popisový rámec)
Vývoj písma – písma raného a vrcholného středověku
5. Propagační kampaň, druhy, obecné zásady, jak se staví kampaň, strategie
Charakteristika Tv a Ro spotu
6. Výzkum spotřebitelské poptávky, hlavní formy a druhy výzkumů, pozorovací metoda
Vývoj písma – slovanské písmo
7. Metody spotřebitelského výzkumu trhu, význam pro marketing, tvorba dotazníku, druhy otázek
Corporate Identity
8. Tiskové techniky, rozdělení a stručná charakteristika klasický tiskových technik
Akциденční tiskoviny – rozdělení a druhy tiskovin
9. Média, funkce a druhy médií, vztah média a propagačního prostředku
Sítotisk- serigrafie - princip, druhy sítotiskových technik
10. Podlinková komunikace, charakteristika a druhy Sales Promotions
Tisk z plochy, princip a charakteristika techniky
11. Tisk z výšky a z hloubky, principy a druhy technik
Sponzoring, princip a využití

12. Rozdělení tiskového písma, antikva a grotesk, typografické názvosloví
Vnější velkoplošná reklama, základní druhy, média, příklady
13. Obal v propagaci, úkoly a vlastnosti obalu, základní pravidla pro jeho tvorbu
Média, definice, rozdělení a druhy médií, klasická a nová média
14. Vývoj, zavádění a testování nových výrobků, novátoři, proces adopce a difuze
Tvorba prostředků komunikace, argumenty a apely, tvůrčí zpracování, technické zpracování
15. Ochranná známka a značka - dělení, zásady tvorby, použití
Podlinková komunikace – Public Relations, charakteristika, význam
16. Zásady tvorby propagačních prostředků, reklamní faktory a prvky, obraz, text, hudba
Podlinková komunikace – výstavy, veletrhy
17. Psychologie reklamy, vytváření představ, potřeby, motivace
Digitální tisk, princip, výhody
18. Druhy vnímání a psychologické prostředky reklamy
Vnější maloplošná reklama, média, plakát
19. Základy typometrického systému, význam pro sazbu, typografická mřížka a zlom sazby
Vnitřní reklama, média, prostředky
20. Předtisková příprava – rukopis, předpis sazby, zlom sazby
Instore reklamní prostředky
21. Význam sociologie pro reklamu, cílová skupina, znaky určující cílovou skupinu
Současný pre-press
22. Scénář a libreto propagační kampaně, technická dokumentace
Základní řazení písma do řádek, rám, zrcadlo, kompozice textu v ploše, optický střed
23. Odborná terminologie – marketingová komunikace, propagace, reklama, Direct marketing, Sales Promotion, image, goodwill, cílová skupina, ochranná známka ad.
Zlatý řez a jeho význam
24. Formáty tiskovin, druhy papíru
Korektury
25. Náкупní chování, vlivy, užití psychologie v reklamě
Digitální a digitalizovaný tisk, principy, co je separace a osvit