


Část maturitní zkoušky:	profilová
Typ zkoušky:	povinná (1 ze 3)
Forma zkoušky:	ústní
Název zkoušky:	odborné předměty
Obor vzdělávání:	propagace
Školní rok:	2022/2023

SEZNAM TÉMAT

1. Propagace, princip fungování komerční marketingové komunikace a její formy
Vznik a vývoj VS, její funkce, druhy a základní kompoziční pravidla pro řešení výstavního prostoru
2. Moderní trendy v propagaci (interaktivní výkladní skříně, komerční videomapping, virální marketing, buzz marketing, product placement, event. marketing, guerilla marketing)
Vznik a vývoj písma – předstupně písma, Mezopotámie, Egypt
3. Základní terminologie – produkt, reklama, mobilní reklama, sponzoring, cílová skupina, PR, image, direct marketing
Vývoj písma – hláskové písmo, fénická a řecká abeceda, latinské písmo
4. Historie výstavnictví, 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. Propagační prostředky a jejich dělení (podle působení na smysly, podle technického zpracování, podle praktického využití)
Vývoj písma – slovanské písmo
7. Marketing a jeho vztah k propagaci, marketingový mix, propagační mix
Využití ilustrace a písma v propagační tvorbě, knižní ilustrace, obálka, drobná propagační grafika
8. Grafický manuál, corporate identity, corporate image, ochranná známka
Akciční tiskoviny – rozdělení a druhy tiskovin
9. Média, funkce a druhy médií, vztah média a propagačního prostředku
Sítotisk/serigrafie - princip, druhy sítotiskových technik
10. Životní cyklus produktu, Bostonská matice
Tisk z plochy, princip a charakteristika techniky
11. Brand, povědomí o značce, label, premium brand, branding, image making, sign making
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
Poutače a dekorační doplňky
15. Zásady pro tvorbu reklamního textu
Metody a nástroje podpory prodeje
16. Zásady tvorby propagačních prostředků, reklamní faktory a prvky, obraz, text, hudba
Výstavy, veletrhy
17. Etika a morálka v propagaci, etický kodex, právo a reklama
Digitální tisk, princip, výhody
18. Druhy vnímání a psychologičtí činitelé reklamy
Vnější maloplošná reklama, média, plakát
19. Motivace, motivační výzkum, vznik představ a potřeb, význam pro marketingovou komunikaci
Vnitřní reklama, média, prostředky
20. Rozdělení a druhy akcidenčních tiskovin
In Store reklamní prostředky
21. Význam sociologie pro reklamu, cílová skupina, znaky určující cílovou skupinu
Značka, ochranná známka, logo – druhy loga
22. Scénář a libreto propagační kampaně, technická dokumentace
Základní řazení písma do řádek, rám, zrcadlo, kompozice textu v ploše, optický střed
23. Odborná terminologie – goodwill, barter, telemarketing, teleshopping, point of sale, point of purchase, wobler, B2B, B2C, merchandising, ATL, BTL, launch, relaunch, banner, packshot, focus group, claim, packshot, teaser, injektáž
24. Formáty tiskovin, druhy papíru
Korektury, možnosti použití tiskového písma
25. Nákupní chování, vlivy, užití psychologie v reklamě
Digitalizovaný ofset, princip, co je separace a osvit

Praha 30. září 2022


Schválila: Ing. Hana Pavelková
ředitelka školy