

Část maturitní zkoušky:	profilová
Typ zkoušky:	povinná (1 ze 3)
Forma zkoušky:	ústní
Název zkoušky:	odborné předměty
Obor vzdělávání:	grafický design
Zaměření:	propagační
Školní rok:	grafika 2024/2025

SEZNAM TÉMAT

1. Historie propagace (starověk, středověk, novověk, české prostředí).
Druhy propagace.
2. Moderní trendy v propagaci (interaktivní výkladní skříně, komerční videomapping, virální marketing, buzz marketing, product placement, event. marketing, guerilla marketing).
3. Základní terminologie – produkt, reklama, mobilní reklama, sponzoring, cílová skupina, PR, image, direct marketing, marketing.
Metody a nástroje podpory prodeje.
4. Propagační prostředky a jejich dělení (podle působení na smysly, podle technického zpracování, podle praktického využití).
5. Komerční marketingová komunikace, její rozdělení a druhy, informační šumy, integrovaná marketingová komunikace.
Propagační akce, druhy propagačních akcí podle cíle a cílových skupin, obecné zásady pro tvorbu propagační akce.
6. Obalová technika v propagaci, funkce obalu, druhy obalu, obalové materiály, obalový designéři.
Tiskové techniky. Využití tiskových technik v propagaci.
7. Životní cyklus produktu, Bostonská matice.
Zavádění nového výrobku na trh, inovátoři, proces adopce a difuze.
8. Značka, ochranná známka, logo – druhy loga.
Brand, povědomí o značce, label, premium brand, branding, image making, sign making.
9. Techniky spotřebitelského výzkumu - primární, sekundární výzkum, druhy primárních výzkumů.
Hlavní zásady tvorby dotazníku.
10. Etika a morálka v propagaci, etický kodex.
Reklama a právo v ČR. Nekalá soutěž v reklamě, klamavá a nevyžádaná reklama.
11. Marketing a jeho vztah k propagaci, marketingový mix, propagační mix.
Nabídka, poptávka, potřeba, spotřeba, jejich dělení.

12. Grafický manuál, corporate identity, corporate image.

Zásady pro tvorbu reklamního textu.

13. Masmédia, výhody a nevýhody jednotlivých masmédií pro propagaci.

Význam sociologie pro reklamu, definice cílových skupin, význam jejich výzkumu.

14. Význam psychologie v propagaci, emoce v reklamě, psychologie barev.

Motivace, motivační výzkum, vznik představ a potřeb, význam pro marketingovou komunikaci.

15. Odborná terminologie – goodwill, barter, telemarketing, teleshoping, point of sale, point of purchase, wobler, B2B, B2C, merchandising, ATL, BTL, launch, relaunch, banner, packshot, focus group, claim, packshot, teaser, injektáž.

16. Rastrová počítačová grafika - vlastnosti rastrové grafiky, barevnost, rozlišení, DPI, rozlišení rastrové grafiky

17. Vektorová počítačová grafika - Vlastnosti a principy vektorové grafiky CMYK. Použití vektorové grafiky v praxi.

18. Papír; historie, výroba papíru, druhy a formáty papírů a jejich využití ve výtvarné praxi

19. Barvy – druhy barev, míchání barev, psychologické působení barev, barevný kruh, techniky nátěrů, malířské techniky

20. Vývoj písma – latinka, od římské kapitály po lomená písma.

21. Vznik a vývoj písma - předstupně písma, egyptské písmo, písmo Sumerů.

22. Vznik a vývoj písma - písmo Féničanů, Řeků, vznik latinky.

23. Anatomie písma, základní řazení písma do řádek, rám, zrcadlo, kompozice textu v ploše, optický střed, písmařské názvosloví.

24. Tiskové písmo – typografické názvosloví, struktura písma.

25. Psané a kaligrafické písmo.

Praha 30. září 2024


Schválila: Ing. Hana Pavelková
ředitelka školy