


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

SEZNAM TÉMAT

1. Propagace, princip fungování komerční marketingové komunikace a její formy
Vznik a vývoj výkladních skříní, jejich druhy, základní kompoziční pravidla při řešení prostoru VS
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, výstavy a veletrhy – srovnání, rozdíly. Souvislost s obchodem a prodejem zboží
Vývoj písma – písma raného a vrcholného středověku
5. Propagační kampaň, druhy, obecné zásady, jak se staví kampaň, strategie
Charakteristika televizního a radiového spotu
6. Propagační prostředky a jejich dělení (podle působení na smysly, podle technického zpracování, podle praktického využití)
Písmařské názvosloví, základní pojmy písma
7. Marketing a jeho vztah k propagaci, marketingový mix, propagační mix
Výstava-expozice-veletrh a jejich porovnání, fundus, základní technické pohledy výkresů, druhy perspektivy
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
Rastrová počítačová grafika - vlastnosti rastrové grafiky, barevnost, rozlišení, DPI, rozlišení rastrové grafiky
10. Životní cyklus produktu, Bostonská matice
Tiskové techniky
11. Brand, povědomí o značce, label, premium brand, branding, image making, sign making
Psychologie v propagaci, archetypy, kontroverze
12. Rozdělení tiskového písma, 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
Námět-libreto-scénář, výstavní terminologie, profesí spolupráce na realizaci
výstav a veletrhů
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
Předtisková příprava, tisk, CMYK, rozlišení
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
Etický kodex influencerů
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
Kompozice textu v ploše, optický střed, rám, zrcadlo,
23. 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
24. Realizace VS - popis jednotlivých fází spolupráce, od ústního projednání až po
finální realizaci
Vektorová počítačová grafika - Vlastnosti a principy vektorové grafiky CMYK. Použití
vektorové grafiky v praxi
25. Nákupní chování, vlivy, užití psychologie v reklamě
Formáty tiskovin, druhy papírů a jiné materiál pro výstavnictví, druhy perspektiv,
popis a nákres, měřítko, maketa a výkres.

Praha 27. září 2024


Schválila: Ing. Hana Pavelková
ředitelka školy