

Část maturitní zkoušky:	profilová
Typ zkoušky:	povinná (1 ze 3)
Forma zkoušky:	ústní
Název zkoušky:	odborné předměty
Obor vzdělávání:	grafický design
Zaměření:	knižní grafika a ilustrace
Školní rok:	2025/2026

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 - historický vývoj, výroba papíru, druhy a formáty papírů a jejich využití ve výtvarné praxi.

19. Barvy - rozdělení barev, barevný kruh, charakteristika a užití barev, malířské a monumentální techniky.

20. Vznik, vývoj a význam písma - předstupně písma, písma starověku (Mezopotámie, Egypt), knihovny starověku.

21. Vznik a vývoj písma - písmo Féníčanů, Řeků, vznik latinky, římské monumentální písmo.

22. Vývoj latinky od římské kapitály po lomená písma. Středověký kodex.

23. Tištěná kniha - knihtisk, princip knihtisku, tiskové a ilustrační techniky.

24. Kniha v období renesance a baroka, grafická úprava, náležitosti knihy.

25. Evropská kniha 18. až 20. století, zprůmyslnění knižního trhu, velké nakladatelské domy.

Praha 17. září 2025

Schválila: Ing. Hana Pavelková
ředitelka školy