

Marketing, management

Maturitní otázka	
1	a) Podstata MK a jeho role ve společnosti b) Pojetí MN
2	a) Prostředí MK b) Rozhodování
3	a) Marketingový informační systém b) Základní typy rozhodovacích problémů, přehled metod na podporu rozhodování.
4	a) Chování kupujících b) Plánování
5	a) Chování domácností, chování organizací. b) Komplexní strategické plánování.
6	a) Trh a cílený MK b) Vedení
7	a) Výrobek. Výrobní sortiment. b) Moderní přístupy k vedení lidí. Moderní formy aktivizace pracovníků (práce v týmech).
8	a) Značka výrobku b) Řízení lidských zdrojů.
9	a) Obal. Služby b) Organizování (základní pojem)
10	a) Vývoj výrobku b) Vytváření organizačních struktur.
11	a) Životní cyklus výrobku. b) Firemní dokumentace.
12	a) Určování ceny (strategie). Cenové srážky a slevy. b) Komunikace
13	a) Cíle cenové politiky. b) Umění komunikace
14	a) Metody tvorby cen. b) Kontrola
15	a) Komunikace b) Druhy a formy kontrolních procesů, tendence dalšího vývoje kontroly.
16	a) Postup při vývoji účinné komunikace b) Výběr pracovníků.
17	a) Propagace – první nástroj komunikačního mixu. b) Hodnocení pracovníků.
18	a) Přímý marketing (hlavní nástroje). Public relations, osobní prodej. Podpora prodeje. b) Metody hodnocení pracovníků.
19	a) Distribuce výrobků b) Profil manažera
20	a) Organizace prodejních cest. b) Vedení lidí. Styl řízení, metody vedení lidí.
21	a) Maloobchod b) Konfliktové situace
22	a) Marketingové rozhodování obchodníka. Psychologie prodeje.

	b) Řízení času - timemanagement.
23	a) Velkoobchod. b) Podnikové vzdělávání a výcvik
24	a) Marketingové strategické plánování b) Vývoj a současné přístupy k managementu.
25	a) Vlivy působící na chování kupujících. b) Využití informační techniky.