


Část maturitní zkoušky:	<b>profilová</b>
Typ zkoušky:	<b>povinná (1 ze 3)</b>
Forma zkoušky:	<b>ústní</b>
Název zkoušky:	<b>odborné předměty</b>
Obor vzdělávání:	<b>grafický design</b>
Zaměření:	<b>propagační</b>
Školní rok:	<b>grafika 2023/2024</b>

## 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 27. září 2023

  
Schválila: Ing. Hana Pavelková  
ředitelka školy