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:	**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, obaloví 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 Féničanů, 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 30. září 2024

Schválila: Ing. Hana Pavelková
ředitelka školy