



ZKOUŠKA Z ODBORNÝCH PŘEDMĚTŮ

POŽADAVKY NA MATURITNÍ PRÁCI

Obor vzdělávání: 64-41-L/51 **Podnikání - denní**
Školní rok 2025/2026

Schválil:

Ing. Eva Ličková
ZŘTV

Ing. Milada Chamillová
ředitelka SŠIEŘ



POŽADAVKY NA MATURITNÍ PRÁCI - PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR

1) **Rozsah práce** – min. 10 stran textu.

2) **Vnější úprava** – termovazba (lepená).

Dokumentace maturitní práce bude odevzdána v tištěné podobě ve **dvou výtiscích**. Dokumentace maturitní práce bude předložena také v **elektronické podobě na disku G, v adresáři „Maturitní práce“ a na CD. Elektronická verze musí být shodná s verzí tištěnou.**

3) **Termíny**

- **výběr tématu do 27. 9. 2025** po dohodě s vyučujícími,
- **termín odevzdání práce: středa 25. 3. 2026 do 12.00 hod.** po tomto termínu práce nebude přijata.

4) **Konzultace**

- rozpracované části práce mají žáci možnost konzultovat s jednotlivými vyučujícími dle jejich pokynů,
- **rozpracované verze maturitní práce budou před termínem konzultace uloženy na disku G v adresáři „Maturitní práce“.**

5) **Důležité informace**

- podnikatelský záměr bude zpracován za první rok podnikání dle platné legislativy roku 2025,
- podnikání firma zahájí **v lednu 2025**,
- v rámci podnikání má každý živnostník alespoň jednoho zaměstnance,
- podnikatel není plátcem DPH.

Žáci při výběru preferují činnosti ve svém profesním oboru, případně mohou vybírat z živností ohlašovacích.

Veškeré firemní materiály budou v jednotném designu (web, prezentace, logo, vizitky apod.).

6) **Obsah práce:**

- **Titulní stránka** (dle vzoru).
- **Čestné prohlášení** (dle vzoru).
- **Abstrakt** (uvést ve dvou větách, o co se v práci jedná). V českém i **anglickém** jazyce.
- **Obsah** (vygenerovaný).
- **Úvod** – proč jsem se rozhodl/a pro tento obor podnikání, co práce obsahuje (první kapitola a první číslovaná stránka).
- **Seznámení s firmou** (dle vzoru).
- **Zpracování jednotlivých kapitol:**
 - **Marketing a management**
 - **Ekonomika**
 - **Účetnictví**
- **Závěr** (zhodnocení celého podnikatelského záměru). V českém i **anglickém** jazyce.
- **Přílohy** – list „Přílohy“ a za ním jednotlivé přílohy (povinné, nepovinné, číslované od -1-).

A. Marketing a management

- **cíle podniku** – alespoň 7 krátkodobých, 7 dlouhodobých cílů (dle SMART)
- **analýza trhu a zákazníků** - definujte konkrétní cílovou skupinu zákazníků (věk, pohlaví, lokalita, zájmy, chování) uveďte, jakým způsobem byly získány informace o cílové skupině (např. dotazník, rozhovor, pozorování, sekundární data) a vysvětlete, proč je pro produkt/službu vhodná.
- **SWOT analýza** (7 faktorů),
- základní **marketingová strategie** – vybrat, popsat, zdůvodnit,
- **charakteristika marketingového mixu** (celkem 2 stránky textu),
 1. **produkt /služba**- charakteristika, vlastnosti, přidaná hodnota, odlišení od konkurence.



2. **cena** (metoda tvorby cen, uvést také ceník – v příloze, odůvodnit metodu i konečnou cenu),
 3. **distribuce** -způsob prodeje (kamenná prodejna, e-shop, sociální sítě), zdůvodnění výběru distribučních kanálů. Logistika (dodavatelé- konkretizovat, zdůvodnit jejich výběr, skladování, doručení).
 4. **propagace**-návrh konkrétní propagační kampaně, tvorba **letáku**, vytvoření firemního instagramového účtu
 - Co chce firma prostřednictvím Instagramu dosáhnout? (např. zvýšení povědomí o značce, podpora prodeje, komunikace s mladší cílovou skupinou)
 - Kdo je hlavní publikum? (věk, zájmy, chování na sociálních sítích)
 - Jaký typ obsahu je pro tuto skupinu atraktivní?
 - Jaké typy příspěvků budou publikovány? (fotky produktů, zákulisí firmy, edukativní příspěvky, soutěže, reels)
 - Jak často bude firma publikovat?
 - Jaký bude vizuální styl? (barevnost, grafika, tón komunikace)
 - Kdo bude spravovat účet? (interní pracovník, externí agentura)
 - Jaké nástroje budou využívány? (např. Canva)
 - Jak bude zajištěna pravidelnost a kvalita obsahu?
 - Jak bude firma reagovat na komentáře a zprávy?
 - Budou využívány ankety, otázky, živá vysílání?
 - Jaké metriky k měření úspěšnosti budou sledovány? (počet sledujících ap)(součástí obhajoby maturitní práce bude jeho prezentace včetně příspěvků –základní informace, reels), včetně návrhu vizuálu nebo textu.
 5. **materiální prostředí** - vzhled provozovny, obalu, webu, vizuální styl značky. Vlastní návrh prvků (**slogan, vizitka, logo** příp. obal apod.). Jak fyzické prvky ovlivní vnímání značky zákazníkem.
 6. **lidé ve službách** - popis personálu, který bude se zákazníky komunikovat (např. prodavači, obsluha, zákaznická podpora). Požadavky na kvalifikaci, školení, přístup k zákazníkům. Vliv lidí na kvalitu služby.
 7. **procesy** - popis procesu poskytování služby nebo prodeje produktu. Jak bude zajištěna kvalita, rychlost, spolehlivost. Např. objednávkový proces, reklamace, komunikace se zákazníkem.
- analýza **konkurence** (vyberte konkrétní konkurenty a uveďte jejich silné a slabé stránky v porovnání s vaší firmou)
 - **plán řízení lidských zdrojů** (počet zaměstnanců, jejich role, požadavky na kvalifikaci, školení, motivace. Návrh systému odměňování (např. mzda, benefity, bonusy).
 - **udržitelnost a společenská odpovědnost**- jak podnik přispívá k ochraně životního prostředí (např. ekologické obaly, lokální dodavatelé). Společenská odpovědnost – podpora komunity, etické podnikání)
 - **průzkum trhu** – cíl, metoda, počet respondentů (30), slovní zhodnocení výsledku průzkumu. Dbát na výběr otázek (min. 15 - musí být v souladu se stanovenými cíli).

B. Ekonomika

- **náklady a výnosy, výsledek hospodaření**,
 - tabulka počátečních jednorázových nákladů,
 - tabulka provozních měsíčních a ročních nákladů,
 - tabulka výnosů a tabulka výsledku hospodaření,
 - roční tabulka nákladů, výnosů a výsledku hospodaření,
 - do tabulky nákladů povinně zařadit dlouhodobý majetek a vypočítat a uvést odpovídající roční odpisy,
- výpočet **mzdy** zaměstnance,
- vyčíslit částky sociálního pojištění placené měsíčně zaměstnavatelem za zaměstnance (jednotlivé položky i celou částku),
- výpočet **kalkulace** nákladů výrobku nebo služby na úrovni **prodejní ceny bez DPH**,



- výpočet **tří souhrnných ukazatelů finanční analýzy z konečných údajů (ročních) podle konkrétních výsledků firmy** včetně slovního zhodnocení výsledků za celý rok. Povinný je ukazatel efektivnosti, ostatní jsou libovolné,
- **finanční toky** dle rozvahy z účetnictví,
- **zjistit a uvést, které jednorázové a provozní náklady** nejvíce ovlivňují první rok podnikání,
- **uvést možnosti snížení nákladů a zvýšení výnosů** v dalším roce podnikání.

C. Účetnictví

- **zahajovací rozvaha** a pod ní uvést zdroj krytí majetku,
- uvést účtový rozvrh firmy,
- **počáteční rozvaha** k 1. 9, otevření patřičných účtů,
- provést do deníku a hlavní knihy zaúčtování 5 operací **na aktivních a pasivních účtech** a 5 operací **na nákladových a výnosových účtech** v 10. měsíci podnikání,
- v daném měsíci zaúčtovat pořízení materiálu (zboží) a pořízení DHM,
- vystavení **jednoho libovolného dokladu** k účetní operaci z deníku (v příloze),
- sestavit **účet 710 k danému měsíci** sledovaného období,
- sestavit **konečnou rozvahu za účtovaný měsíc**.

D. Přílohy

Povinné (až na výjimky musí být vytvořeny v textovém editoru)

- **vyplněný účetní doklad** (je možné vložit obrázek),
- **firemní leták, ceník** - v závislosti na předmětu podnikání (je možné vložit obrázek),
- **pracovní smlouvu**,
- v rámci písemné dokumentace vystavte **poptávku** dle podnikatelského záměru na firemním papíru (záhlaví včetně loga a zápatí).
- **vzor dotazníku a grafické vyhodnocení průzkumu trhu**.
- **Vyplněná inventurní karta dlouhodobého hmotného majetku**.

Nepovinné:

- dle vlastního uvážení a zaměření podnikatelského záměru (vyplněné formuláře na odvody z mezd – zdravotní pojišťovna a OSSZ)

E. Část prezentace (CD)

- odevzdat na CD, které bude nalepeno na poslední straně, popis na CD – jméno a příjmení, podnikatelský záměr, třída.

F. Obsah CD

- **Web** adresář (sada webových souborů vytvořena v **MS FrontPage 2003**),
- **Prezentace_příjmení.pptx** firmy (pro obhajobu práce viz níže),
- **Podnikatelský záměr_příjmení.docx** – elektronická i tištěná podoba je shodná (**MS Word 2016**).



Elektronická podoba závěrečné práce

Práce bude uložena v jednom souboru (včetně příloh) pod názvem „**Podnikatelský záměr_příjmení.docx**“ (MS Word 2016).

V práci bude použito:

- jednotné formátování textu pro nadpisy, podnadpisy a normální text v celé práci (použití stylů Nadpis 1, Nadpis 2, Nadpis 3),
- nadpisy budou zarovnány **vlevo**,
- velikost písma v textu 11 (12) **Cambria** nebo **Times New Roman**, řádkování **1.5 řádku**,
- velikost písma v tabulkách bude dle norem o jeden bod menší,
- víceúrovňové číslování – používat styly – Nadpis 1 (číslování **1**, velikost 18), Nadpis 2 (číslování **1.1**, vel. 16), Nadpis 3 (číslování **1.1.1**, vel. 14),
- okraje – horní, dolní - **2,5** cm, levý – **3** cm, pravý **2** cm,
- obsah generován textovým editorem,
- u odstavců zarovnání do bloku,
- číslování stránek začíná číslem **-3-** na straně „**Úvod**“ (předcházející stránky se nečíslojí) a končí stránkou „**Závěr**“,
- strana „**Přílohy**“ je opět bez čísla stránky,
- přílohy jsou číslovány od čísla **-1-**,
- všechny vzorce budou zapsány pomocí **editoru rovnic**,
- tabulky i grafy s titulky vytvořenými textovým editorem,
- záhlaví, zápatí, odrážky a číslování (oddíly, zářezky, ohraničení a stínování),
- styly, rejstříky a seznamy.

Sada webových souborů (MS FrontPage 2003)

Všechny soubory budou uloženy v jednom adresáři s názvem „**Web**“.

Hlavní stránku nazvete **INDEX.htm**, která bude členěna **do 4 rámců** (záhlaví, obsah, hlavní a zápatí), přepínání mezi jednotlivými stránkami bude pomocí **navigačního panelu**. Odkaz na e-mailovou adresu musí být vytvořen pomocí hypertextového odkazu. Plocha stránek musí být dobře využita a má být nápaditá.

WWW stránky musí kromě hlavní stránky obsahovat tyto dílčí stránky:

- O firmě (text + obrázky)
- Kontakty (mapa + hypertextový odkaz na mapě + adresy- doporučeno použití Google Maps)
- Nabídka (forma fotogalerie – služby a výrobky)
- Ceník (použití tabulky)

Dále je požadováno na libovolných www použít minimálně 5 hypertextových odkazů (e-mail, mapa, libovolné netextové objekty...)

Prezentace firmy (PowerPoint 2016)

Prezentace bude navržena v délce **max. 10 minut**.

V prezentaci musí být použity efekty při přechodech snímků a vlastní animace objektů na jednotlivých snímcích. *Prosím, zvažte důkladně časové nastavení nebo volbu ovládání pomocí klávesnice při spouštění vlastních animací!*

Prezentace musí obsahovat **úvodní, závěrečný** a tyto snímky:

- stručné seznámení s firmou (2. snímek),
- cíle firmy, SWOT analýza,
- marketingový mix formou prezentace instagramového účtu,
- počáteční rozvaha,
- účet 710 za daný měsíc,
- konečná rozvaha,
- tabulka celkových ročních nákladů, výnosů a výsledku hospodaření,
- 3 finanční ukazatele (z finanční analýzy),
- celkové hodnocení podnikatelského záměru.



Hodnocení

Při zkoušce z odborných předmětů formou obhajoby maturitní práce před maturitní komisí (ZOP) se hodnotí zpracování souborné ekonomické práce (podnikatelského záměru) podle předem stanovených požadavků a celkové vystupování žáka po dobu prezentace. Součástí hodnocení bude i slohová a gramatická stránka textu. Za každou část podnikatelského záměru získává žák určitý počet bodů. Celkem může získat 100 bodů.

ZOP má dvě části:

Vypracování podnikatelského záměru:

Podnikatelský záměr je souborná maturitní práce. Žáci vypracují maturitní práci podle předem stanovených požadavků, které jim budou předány do 30. září aktuálního školního roku.

Termín odevzdání maturitní práce je stanoven v požadavcích.

Obhajoba maturitní práce proběhne dle rozpisu ústní maturitní zkoušky.

Vypracování maturitní práce bude hodnoceno celkem 70 body.

Maturitní práce zahrnuje jednotlivé části z předmětů:

ekonomika podniku	19 bodů
marketing a management	9 bodů
účetnictví	19 bodů
informační a komunikační technologie	20 bodů
písemná a elektronická komunikace	3 body
CELKEM	70 bodů

Pokud práce nespĺňuje základní formální a obsahové požadavky (**nedosáhne alespoň 20 bodů**), nebo pokud **žák v termínu neodevzdá některou část finální maturitní práce, pak se na práci hledí jako na neodevzdanou. Maturitní práce bude hodnocena známkou nedostatečný a žák práci neobhajuje před komisí.**

Obhajoba maturitní práce

Obhajoba maturitní práce probíhá před maturitní komisí a je také touto komisí hodnocena (max. 30 body).

Všechny části hodnocení pak poměrově tvoří jedinou výslednou známku ze zkoušky z odborných předmětů, ta se uvádí na maturitním vysvědčení.

Žák v období mezi odevzdáním a obhajobou práce nemá možnost jakkoli měnit obsah práce.

Pro vykonání obhajoby musí mít každý žák k dispozici svůj podnikatelský záměr a hodnocení maturitní práce, na které bude reagovat při ústní obhajobě.

V případě hodnocení ZOP známkou nedostatečný, musí žák přepracovanou maturitní práci odevzdat k hodnocení do 15. 6. 2026. Hodnocení maturitní práce si žák vyzvedne do 30. 6. 2026.

Zpracováno a schváleno předmětovou komisí ekonomických předmětů a informačních technologií dne 18. 9. 2025.

Mgr. Karla Macurová
PK EKN

Ing. Zdeněk Štibinger
PK IKT