



ROZHODNUTÍ ŘEDITELE O OBSAHU A PODMÍNKÁCH MATURITNÍ ZKOUŠKY VE ŠKOLNÍM ROCE 2024 - 2025

V souladu s ustanovením zákona č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání v platném znění a v souladu s ustanovením vyhlášky č. 177/2009 Sb., o bližších podmínkách ukončování studia ve středních školách maturitní zkouškou v platném znění jsem rozhodl o obsahu maturitní zkoušky ve školním roce 2024 – 2025 takto:

Společná část maturitní zkoušky

Společná část maturitní zkoušky je konána pouze formou didaktických testů (DT) z následujících předmětů:

- 1) Český jazyk a literatura (DT) – povinný pro všechny
- 2) Anglický jazyk nebo Matematika (DT) – žák si volí matematiku nebo cizí jazyk (matematika se nedoporučuje)

Didaktické testy jsou vyhodnocovány Centrem a výsledky didaktických testů zpřístupní Centrum řediteli školy prostřednictvím informačního systému Centra. Podmínkou konání zkoušek profilové části není úspěšné vykonání didaktických testů.

Profilová část maturitní zkoušky

Profilová část maturitní zkoušky se skládá ze zkoušky z českého jazyka a literatury, a pokud si žák ve společné části maturitní zkoušky zvolil anglický jazyk, ze zkoušky z tohoto cizího jazyka, a z dalších 3 povinných zkoušek.

Zkoušky z českého jazyka a literatury a z anglického jazyka se konají vždy formou písemné práce a formou ústní zkoušky před zkušební maturitní komisí.

1) Český jazyk a literatura

- formou písemné práce
 - min. rozsah je 250 slov
 - písemná práce trvá 120 minut
 - ředitel stanoví nejméně 4 zadání, která se žákům zpřístupní bezprostředně před zahájením zkoušky
 - při zahájení zkoušky si žák jedno zadání volí
 - při konání písemné práce má žák možnost použít Pravidla českého pravopisu
 - způsob záznamu vytvářeného textu je rukopisný, ručně psaný text
- formou ústní zkoušky
 - Školní seznam literárních děl je přílohou tohoto Rozhodnutí.
 - Z maturitního Školního seznamu literárních děl žák připraví vlastní seznam 20 literárních děl v souladu s kritérii, která jsou stanovena ve Školním seznamu literárních děl. Žák odevzdá vlastní seznam řediteli školy nebo jím pověřené osobě do 31. března 2025.

- Ústní zkouška se uskutečňuje formou řízeného rozhovoru s využitím pracovního listu obsahujícího úryvek nebo úryvky z konkrétního literárního díla. Součástí pracovního listu je i zadání ověřující znalosti a dovednosti žáka vztahující se k učivu o jazyce a slohu.
 - Příprava k ústní zkoušce trvá 20 minut, ústní zkouška trvá nejdéle 15 minut. V jednom dni nelze u dané zkušební komise losovat dvakrát pracovní list ke stejnému literárnímu dílu.
- 2) Anglický jazyk (pokud si žák ve společné části maturitní zkoušky zvolil anglický jazyk ve společné části maturitní zkoušky)
- formou písemné práce
 - minimální povinný rozsah je 200 slov
 - maximální doporučený rozsah je 250 slov
 - písemná práce trvá 80 minut včetně času na volbu zadání
 - Při konání písemné práce má žák možnost použít překladový slovník.
 - Ředitel školy stanoví 1 nebo více zadání, která se žákům zpřístupní bezprostředně před zahájením zkoušky. Pokud je stanoveno více než 1 zadání, žák si po zahájení zkoušky 1 zadání zvolí.
 - způsob záznamu vytvářeného textu je rukopisný, ručně psaný text
 - formou ústní zkoušky
 - Ředitel školy v souladu s rámcovým a školním vzdělávacím programem stanovil 20 témat, která jsou přílohou tohoto Rozhodnutí.
 - Ústní zkouška z anglického jazyka se uskutečňuje formou řízeného rozhovoru s využitím pracovního listu obsahujícího 1 nebo více zadání ke konkrétnímu tématu. Součástí pracovního listu je i zadání ověřující znalost terminologie vztahující se ke vzdělávací oblasti odborného vzdělávání žáka.
 - Příprava k ústní zkoušce trvá 20 minut, ústní zkouška trvá nejdéle 15 minut. V jednom dni nelze losovat dvakrát stejné téma.
 - způsob záznamu vytvářeného textu je rukopisný, ručně psaný text
- 3) Pracovní techniky, materiály, maturitní umělecký projekt
- forma zkoušky: praktická zkouška (2 týdny) a maturitní práce
 - témata zkoušky - vychází se z témat Návrhové a realizační tvorby
- 4) Návrhová a realizační tvorba
- forma zkoušky: ústní zkouška před zkušební maturitní komisí
 - témata zkoušky jsou přílohou tohoto Rozhodnutí
- 5) Historie výtvarné kultury
- forma zkoušky: ústní zkouška před zkušební maturitní komisí
 - témata zkoušky jsou přílohou tohoto Rozhodnutí

Hodnocení zkoušek profilové části maturitní zkoušky

Každá zkouška profilové části je hodnocena zvlášť. Způsob a kritéria hodnocení každé zkoušky nebo její části včetně hranice úspěšnosti a způsob stanovení výsledného hodnocení zkoušek jsou přílohou toho Rozhodnutí.

Nahrazující zkouška z cizího jazyka v profilové části maturitní zkoušky

Zkoušku z cizího jazyka, k jejímuž konání se žák přihlásil podle § 4 odst. 2 písm. c) nebo e), lze nahradit výsledkem standardizované zkoušky podle školského zákona dokládající jazykové znalosti žáka na jazykové úrovni stanovené rámcovým vzdělávacím programem daného oboru vzdělání nebo vyšší, nejméně však na úrovni B1 podle Společného evropského referenčního rámce pro jazyky. Nahradit lze profilovou část maturitní zkoušky z cizího jazyka, tj. písemnou práci a ústní zkoušku navázanou na konání didaktického testu; didaktický test ve společné části žák koná vždy.

Informaci o standardizovaných zkouškách, které ředitel školy může podle zvolit jako náhradu zkoušky z cizího jazyka, zveřejní ministerstvo nejpozději do 31. března každého roku způsobem umožňujícím dálkový přístup. Informace je platná pro jarní zkušební období a podzimní zkušební období v následujícím kalendářním roce.

Písemnou žádost o nahrazení zkoušky podává žák řediteli školy nejpozději do 31. března pro konání maturitní zkoušky v jarním zkušebním období a do 30. června pro konání maturitní zkoušky v podzimním zkušebním období. Součástí žádosti je vždy doklad nebo úředně ověřená kopie dokladu o úspěšném vykonání standardizované jazykové zkoušky.

Nepovinné zkoušky

Žáci si mohou zvolit v rámci profilové části maturitní zkoušky nejvýše 2 nepovinné zkoušky z následující nabídky nepovinných maturitních zkoušek „Humanitní studia“, „Ekonomika a aplikovaná psychologie“.

Přihlašování k maturitní zkoušce

Žák musí odevzdat formulář přihlášky řediteli školy nejpozději 2. prosince 2024, včetně platného posudku školského poradenského zařízení, pokud žádá o uzpůsobení podmínek pro konání maturitní zkoušky. Tento termín je závazný jak pro přihlášení ke zkoušce řádné, tak ke zkoušce opravné, případně náhradní. Maturitní zkoušky budou probíhat dle platné legislativy MŠMT.

Termíny maturitních zkoušek

Termíny maturitních zkoušek mohou být upraveny v souvislosti se změnou legislativy.

Studenti maturitních ročníků odevzdají maturitní práci do čtvrtka 21. 2. 2025 do 12 hodin třídnímu učiteli.

Třídní učitel předá studentovi hodnocení od vedoucího a oponenta maturitní práce nejpozději do 30. 4. 2025.

Maturitní zkoušku budou hodnotit dvě zkušební komise.

Zkoušky konané formou praktické zkoušky a obhajoby se konají 7. 5. - 23. 5. 2025

- o 7. 5. 2025 zadání praktické maturitní zkoušky
- o 7. 5. - 21. 5. 2025 realizace zadaných prací
- o ve středu 21. 5. 2025 studenti odevzdají vytvořená díla do 10:00
- o ve čtvrtek a pátek 22. 5. a 23. 5. 2025 budou obhajovat maturitní práci společně s rozбором vypracovaných prací

Ústní zkoušky společné části a ústní zkoušky profilové části probíhají v termínu 26. 5. 2025 - 30. 5. 2025.

Termíny konání didaktických testů jsou v období od 2. 5. do 15. 5. 2025. Časový rozvrh konání didaktických testů – tzv. Jednotné zkušební schéma určí ministerstvo do 31. prosince školního roku, v němž se maturitní zkouška koná.

Termín písemné práce z českého jazyka a literatury je 8. 4. 2025 a písemné práce z anglického jazyka 9. 4. 2025.

V Hradci Králové 26. srpna 2024

Ing. Mgr. Milan Jedlička, v.r.
ředitel

PŘÍLOHA 1: TÉMATA KE ZKUŠEBNÍM PŘEDMĚTŮM

PŘÍLOHA 2: ŠKOLNÍ SEZNAM LITERÁRNÍCH DĚL

PŘÍLOHA 3: HODNOCENÍ ZKOUŠEK PROFILOVÉ ČÁSTI MATURITNÍ ZKOUŠKY



**PROFILOVÁ ČÁST MATURITNÍ ZKOUŠKY
ANGLICKÝ JAZYK**

maturitní témata pro ústní zkoušku 2024/2025

Příloha „Rozhodnutí ředitele o obsahu a podmínkách maturitní zkoušky ve školním roce 2024–2025“

ŠVP Branding design

My future plans
My town
Creating corporate identity and image
Prague
Differences between corporate identity and image
Branding principles 1 - 4 and technologies that help us apply them
Branding principles 5 – 9 and technologies that help us apply them
Logo in today´s society
Technologies and materials in branding
Marketing and shopping
The impact of corporate colours on shopping
Sightseeing tour and culture in London
London and travelling
School exhibitions and other activities
My school
Czech cities
My family and personal identification
Everyday life
A job of a graphic designer
My project

ŠVP Branding floristiky

Shopping and flower shop
My school
Exhibitions
Christmas in floral design – traditions, arrangements
Christmas in floral design – decorations, advent wreaths
Wreaths
Materials and tools in branding of floristry
My town
Prague
Traditions and national holidays
Easter in branding of floristry
Flowers and plants
Personal identification and family
Sightseeing tour in London
London
Czech cities
My studies and project
My future plans
Everyday life
Job of a floral designer

V Hradci Králové dne 26. 8. 2024



**PROFILOVÁ ČÁST MATURITNÍ ZKOUŠKY
HISTORIE VÝTVARNÉ KULTURY – HVK
maturitní témata pro ústní zkoušku 2024/2025**

Příloha „Rozhodnutí ředitele o obsahu a podmínkách maturitní zkoušky ve školním roce 2024–2025“

Pravěk, doba bronzová a železná
Pointilismus
Starověk – Egypt
Naivní umění
Antika – architektura Řecka a Říma
Sochařství 19. století
Antika – sochařství a malířství Řecka a Říma
Generace Národního divadla
Umění křesťanské antiky a v raném středověku (karolínská renesance, Velká Morava, byzantské umění)
Secese v evropské architektuře
Románský sloh v evropské architektuře
Fauvismus
Románský sloh v evropském sochařství a malířství
Expresionismus
Surrealismus
Kubismus v evropském umění
Gotický sloh v evropské architektuře
Futurismus
Gotický sloh v evropském sochařství a malířství
Symbolismus
Gotický sloh v Čechách
Dadaismus
Renesance v evropské a české architektuře
Postimpresionismus – P. Cezanne, P. Gauguin, V. van Gogh
Renesance v evropském malířství
Abstraktní umění po r. 1945 (organoidní a geometrická abstrakce) a kinetické umění
Renesance v evropském sochařství
Nová figurace, nový realismus, hyperrealismus
Baroko v evropské architektuře
České umění 1. pol. 20. století -malířství, sochařství
Baroko v evropském malířství a sochařství
České umění po roce 1945

Baroko v Čechách
Secesní malířství, sochařství a užité umění
Klasicismus v evropském umění a v Čechách – architektura, malířství, sochařství
Moderní architektura od 2. poloviny 20. stol. do počátku 21. stol.
Náměty a symboly ve výtvarném umění
Moderní architektura 1. poloviny 20. stol. – funkcionalismus, Bauhaus, ruktivismus
Romantismus v Evropě a Čechách – architektura
Kubismus v Čechách
Romantismus v Evropě a v Čechách – malířství, sochařství
Architektura 1. pol. 20. století Čechy
Realismus v evropském umění a v Čechách – architektura
Abstraktní umění do r. 1945 (suprematismus, neoplasticismus, orfismus)
Realismus v evropském umění a v Čechách – malířství a sochařství
Happening, akční umění, konceptuální umění, land art
Základní pojmy výtvarné kultury, obory výtvarného umění
Sochařství 20. století
Dějiny grafického designu
Impresionismus
Mezopotámie
Figurativní umění po roce 1945 (pop art, neodadaismus)

V Hradci Králové dne 26. 8. 2024



**PROFILOVÁ ČÁST MATURITNÍ ZKOUŠKY
NÁVRHOVÁ A REALIZAČNÍ TVORBA – BRANDING DESIGN
maturitní témata pro ústní zkoušku 2024/2025**

Příloha „Rozhodnutí ředitele o obsahu a podmínkách maturitní zkoušky ve školním roce 2024–2025“

Zásady navrhování

Vysvětlení zásad navrhování, případně jejich cíleného narušení – stanovení konceptu, vizuální jednota a logika, písmo, barvy, prostor - kompozice, první pohled, komunikace, univerzálnost, inspirace historií, módou, citem, vlastní kreativita.

Skupina a seskupení, typy skupin

Uzavřené skupiny (nakupení, tvarování, svazky a hranice), volné skupiny se středem pohybu, skupiny s paralelitou a příklony - charakteristika pojmů, působení jednotlivých typů skupin a využití v branding designu.

Dřevo – dřevěné desky

Dřevěné desky a jejich druhy – masiv, spárovka, DVD, DTD, dýha, sesazenka, překližka, laťovka, foliované desky, cetris - charakteristika a vlastnosti desek, využití desek v branding designu.

Fáze navrhování

Rozbor a definice zadání, předběžná řešení a jejich třídění, skici, varianty, studie, výsledný koncept, finální návrh, prezentace klientovi.

Vyvážení, optická hmotnost, optická rovnováha, rovnovážný bod

Vysvětlení pojmů, optické principy vyvažování, využití vyvážení v branding designu.

Plasty, lamináty

Plasty – charakteristika, vlastnosti, tvarování, druhy. Lamináty – charakteristika, druhy, výroba. Využití materiálů v branding designu.

Brief

Charakteristika briefu, zadání a jeho části, brandingové zpracování, prezentace briefu.

Symetrie

Charakteristika symetrie, prvky symetrie, rozmístění v ploše a prostoru, působení. Využití symetrie v branding designu.

Kov, sklo, keramika

Charakteristika, vlastnosti materiálů, využití materiálů v branding designu.

Zásady zpracování podkladů – preprint, makety tiskovin, dokončovací zpracování

Příjem zakázky, výrobní sáček, možnosti tiskárny. Předtisková příprava zakázky - skica, maketa, rukopisy, obrazové předlohy, korektury, možné výstupy, dokončovací zpracování.

Asymetrie

Charakteristika asymetrie, prvky asymetrie, rozmístění v ploše a prostoru, působení. Využití asymetrie v branding designu.

Papír – základní pojmy

Suroviny, historie, výroba papírů. Technické parametry a vlastnosti - dělení papírů.

Výtvarné techniky pro navrhování – akvarel, koláž, montáž, asambláž.

Pozitiv – negativ. Obraz.

Charakteristika výtvarných technik, realizace technik a jejich použití v branding designu. Pozitiv a negativ – charakteristika, využití. Obraz – funkce, typy, využití.

Proporce a zlatý řez

Proporce 1:1, zlatý řez, snížené a navýšené proporce. Charakteristika jednotlivých typů proporcí, faktory ovlivňující proporce, působení proporcí a jejich využití v branding designu.

Inkousty pro digitální tisk

Water-based inkousty, solventní inkousty a jejich typy, latexové, UV inkousty, parciální a efektové laky – charakteristika inkoustů, využití pro interiérové a exteriérové realizace v branding designu. 3D tisk, novinky v tisku.

Logo

Vymezení pojmu, typy log, zásady navrhování loga, využití v branding designu.

Charakter, individualita, hodnotová úroveň, skupinové zákony

Vysvětlení pojmů charakter, individualita a hodnotová úroveň vzhledem ke kreativní práci branding designéra (vliv zadání, zpracování, stylu zakázky). Skupinové zákony – zákon hierarchie a omezující. Sestavení omezujícího zákona.

Papír – využití v branding designu

Formáty papírů – A, B, DL, role. Papíry pro digitální tisk. Speciální typy papírů. Využití papírů v branding designu.

Logomanuál, grafický manuál a jednotný vizuální styl

Vysvětlení pojmů, rozsah logomanuálu a grafického manuálu a jejich realizace.

Práce s kompozičními prvky – stylizace a symbolika

Realistické ztvárnění, deformace, abstrakce, stylizace – vysvětlení pojmů. Symbolika tvarů. Využití v branding designu.

Textilní materiály

Charakteristika, druhy textilních vláken. Textile a plátna pro tisk – textile pro bannery, vlajkoviny, textile pro přímý tisk, malířská plátna, tapety, DyeSub textilní materiály – charakteristika, využití v branding designu.

Firemní akcidence – propagační

Charakteristika firemních propagačních tiskovin. Firemní vizitka a komplimentka, firemní PF, reklamní leták, prospekt, inzerát, etiketa, návod, prezentační a zakládací desky, firemní kalendář a jejich realizace v branding designu.

Perspektiva

Druhy perspektivy z hlediska vývoje. Nárožní, průčelní, žabí, ptačí perspektiva – vysvětlení pojmů, charakteristika, zásady zobrazení. Použití perspektivního zobrazení v branding designu.

Fólie a laminace

Řezací fólie, fólie na dopravní prostředky, aplikační fólie, speciální plotrové fólie, laminace – charakteristika materiálů a jejich typy. Techniky lepení a nanášení, využití v branding designu.

Firemní akcidence – obchodně-hospodářské

Charakteristika firemních obchodně-propagačních tiskovin. Firemní dopisní papír a obálka, blok, ceník, objednávka, dodací list a faktura, firemní formuláře a jejich realizace v branding designu.

Dějiny branding designu

Vznik a historie branding designu, důležité mezníky. Změny a tendence v branding designu ve 20. a 21. století.

PVC, PP, PE bannery a sítoviny, deskové materiály

PVC frontlity, PVC blockouty, PVC backlity, Mesh, PE a PP bannery – charakteristika materiálů. Lehčené desky, plastové desky, hliníkové sendviče – charakteristika a vlastnosti desek. Použití materiálů v branding designu.

Osobní akcidence

Charakteristika osobních tiskovin. Osobní dopisní papír a obálka, novorozenka, oznámení a poděkování promoční, svatební a smuteční, osobní PF a jejich realizace v branding designu.

Trendy v branding designu

Vývoj trendů, společnosti, časová období, popis trendů (klíčová slova, barvy, vzory, materiály, techniky), aktuální trendy a jejich vliv na tvorbu branding designéra.

Lepidla a lepicí pásy, upevňovací prvky, nátěrové hmoty

Lepidla a lepicí pásy – charakteristika, typy, příprava povrchů pro lepení – nanocouing, čističe, speciální lepidla v branding designu. Upevňovací prvky – typy suchých zipů, magnetické fólie. Nátěrové hmoty – složky, druhy, nanášení – vrstvy.

Kulturní a společenské akcidence

Charakteristika kulturních a společenských akcencí. Pozvánka, vstupenka, program, katalog výstavy, slavnostní list, osvědčení, jídelní a nápojový lístek a jejich realizace v branding designu.

Tvorba návrhů a modelů pro branding design

Cíle tvorby návrhů, druhy návrhů, pomůcky pro kreslení návrhů, technický výkres a stavba modelu.

Adobe InDesign – charakteristika programu, obrázky, tabulky, styly

Pracovní prostředí programu, nástroje a práce s nimi, možnosti práce s obrázky a tabulkami, nastavení a využití stylů.

Sportovní akcidence

Charakteristika sportovních akcencí. Vstupenka, permanentka, program, diplom, čestné uznání a jejich realizace v branding designu. Branding velkých sportovních akcí, organizací.

Základní estetické prvky – bod a skvrna

Charakteristika bodu, typy bodů (ohniskový, koncový, vrcholový, růstový, průsečík, imaginární bod, geometrický střed, střed pohybu, těžiště, akcent), umístění jednoho a více bodů v ploše a prostoru, možnosti působení. Charakteristika skvrny, kladné a záporné působení. Využití bodu a skvrny v branding designu.

Světelné zdroje a systémy osvětlení, prezentační technika

Světelné zdroje, systémy osvětlení, efektní světelné zdroje, světelné efekty, světelná reklama, displaye LED a LCD, další elektronická prezentační technika – charakteristika pojmů a využití v branding designu.

Plakát, banner, billboard, velkoformátové tisky.

Charakteristika tiskovin, realizace a využití v branding designu.

Linie – přímky a křivky

Typů linií - fyziologická, reálná, imaginární. Přímky a křivky, jejich typy, charakteristika, působení, využití v branding designu.

Adobe InDesign – práce s textem a stránkami

Nastavení dokumentu, vzorové a aktuální stránky, číslování stránek. Práce s textem – natékání, řetězení a obtékání textu. Zarovnání, kerning, vyrovnávání textů. Export dokumentu.

Vícestránkové tiskoviny - časopis, brožura, katalog zboží, výroční zpráva

Charakteristika tiskovin, části, grafická úprav stran, dvoustrana, sazební obrazec, vazba.

Tvar jako estetický prvek, tvary organické, anorganické, nahodilé, konstrukční

Obecná charakteristika tvaru jako estetického prvku. Členění, charakteristika a působení tvarů. Nejčastější typy konstrukčních plošných a prostorových tvarů využívaných v branding designu.

Digitální fotografie, formát RAW a moderní postupy v digitální fotografii

Druhy fotografie, formáty digitálních fotografií. EXIF. RAW – specifika a práce s formátem RAW, jeho možnosti. Adobe Camera RAW. Pokročilé techniky ve fotografii, HDR. Tendence v současné fotografii.

Obaly

Charakteristika obalů, materiály, tvary, textové, obrazové a funkční prvky obalu. Pracovní postup, využití v branding.

Tvary pohybu

Typy tvarů pohybu, charakteristika, působení, příklady využití tvarů pohybu v branding designu.

Základní pojmy fotografie a proces fotografování

Popis procesu pořízení snímku a faktory vstupující do procesu jeho vzniku. Expozice, ISO, režimy fotografování. Druhy fotografických přístrojů, jejich konstrukce a parametry. Objektivy – typy, význam. Příslušenství pro fotografii a jeho použití.

POP a POS prostředky

Vysvětlení pojmů POP a POS, prostředky podle místa, doby nasazení, funkce, rozdělení podle způsobu použití – podlahové, regálové, k pokladnám, nástěnné, výlohové a ostatní.

Základní tvary

Obdélník, trojúhelník, kruh – plošné a prostorové tvary, jejich popis, nároky na prostor, působení, využití v branding designu.

Formát PDF a Adobe Acrobat

Formát PDF - princip, možnosti vytváření PDF souborů (export a jeho parametry, tisk), možnosti využití. Předtisková kontrola. Program Adobe Acrobat a jeho možnosti – PDF balíčky, recenzování, redigování a další funkce.

Polepy

Výsekové a celopolepy dopravních prostředků, deskových materiálů, prostorových prvků. Návrh pro tisk a vizualizace, pracovní postup lepení, využití v brandingu.

Kompozice plochy v branding designu a výtvarném umění

Způsoby členění plochy - opakování řad, rozptyly, tvorba skupin, tvorba ploch, členění plochy, ornament. Charakteristika jednotlivých typů členění, působení, možnosti využití v branding designu. Typy kompozic ve výtvarném umění.

Adobe Illustrator – základní přehled možností programu, práce s křivkami, grafické styly

Pracovní prostředí Adobe Illustrator, možnosti nastavení pracovní plochy, nástroje a práce s nimi. Celkový přehled možností programu a jeho využití v branding designu. Práce s křivkami – křivky, kotevní body – jejich editace a transformace, práce s tvary a možnosti jejich tvorby. Atributy vzhledu, grafické styly a jejich modifikace.

Elektronické aplikace – PowerPoint a online aplikace

Elektronické aplikace a jejich využití v branding designu. Grafický návrh šablony pro www, banner, PowerPoint - rozvržení prvků na stránkách, příprava obrazových materiálů.

Řady

Jednoduché, stupňované a rytmické řady - charakteristika řad, počty prvků, vlastnosti prvků, principy sestavení řad, působení řad. Možnosti využití řad v branding designu.

Adobe Photoshop – práce s textem, filtry

Nástroje pro práci s textem, možnosti panelu pro práci s textem, tvorba textových efektů. Filtry – typy a použití.

Propagační předměty

Rozdělení propagačních předmětů podle materiálů, typů podpory prodeje, sortimentu. Brandingové zpracování propagačních předmětů.

Textury a struktury

Vysvětlení pojmu textura a struktura, vlastnosti struktur, typy struktur a jejich charakteristika, vliv barvy na struktury, příklady struktur. Shodnost a kontrast struktur – využití v branding designu.

Adobe Photoshop – retušovací nástroje a jejich možnosti, fotomontáže

Klonovací razítko, retušovací štětec, bodový retušovací štětec, nástroj záplata a její využití při práci s fotografiemi – popis a porovnání nástrojů a jejich vhodné použití. Nástroje používané pro fotomontáže – maska, ořezová maska, filtry, vrstvy úprav. Oprava poškozené fotografie.

Reklamní a výstavní systémy – bannerové a RollUp systémy, PopUp stěny, paravany, vlajkové systémy

Charakteristika systémů, příprava a využití v branding designu.

Světlo a stín, světlo a barva

Fyzikální základ světla, barevné spektrum. Barva jako vjem. Vliv světla na barvy. Zobrazení světla a stínu v kresbě, výtvarném umění. Světlo a stín v branding designu.

Adobe Photoshop – základní úpravy fotografií

Práce s fotografií ve Photoshopu. Ořez, barvy a úrovně – práce s histogramem, jas a kontrast, automatické úpravy, kolorování. Princip a možnosti ostření. Příprava fotografie pro vyvolání - možnosti tvorby rámečku, poměry stran, vyvolání s patkami a bez patek. Nástroje na tvorbu selekcí – výběry, možnosti jejich tvorby a využití.

Reklamní a výstavní systémy – stojany na prospekty, prezentační stolky, reklamní a výstavní systémy na zakázku

Charakteristika systémů, příprava a využití v branding designu.

Názvosloví barev, barevné systémy

Názvy barev a skupin barev (primární, sekundární, terciální barvy, nebarvy). Barevné systémy (Itten, Runge, RGB, CMY, CMYK, další barevné systémy) – charakteristika systémů a jejich využití v branding designu.

Adobe Photoshop – základní přehled možností programu

Pracovní prostředí Adobe Photoshop, možnosti nastavení pracovní plochy, nástroje a práce s nimi. Celkový přehled možností programu a jeho využití v branding designu. Automatizace. Vrstvy – rastrové, textové, vrstvy tvaru, práce s vrstvami.

Reklamní a výstavní systémy – poutače, info board systémy, lankové systémy, rámovací systémy

Charakteristika systémů, příprava a využití v branding designu.

Barevné kontrasty

Typy barevných kontrastů (elementární, proporční, kvalitativní...) a jejich charakteristika, zesilování a zeslabování barev díky kontrastům, využití barevných kontrastů pro cílenou práci s barvami v branding designu.

Rastrová, vektorová a 3D počítačová grafika a jejich využití v branding designu

Princip rastrové grafiky, vlastnosti, barevnost, komprese, rozlišení – DPI, PPI, LPI (definice a vzájemné vztahy), využití rastrové grafiky. Princip vektorové grafiky, vlastnosti, formáty, křivky, využití vektorové grafiky. Princip 3D grafiky, využití.

Orientační systémy

Požadavky na systémy, principy konstrukce, materiály, interiérové a exteriérové systémy.

Harmonie malých kontrastů, symbolika barev

Typy malých harmonií, charakteristika, zakreslování. Symbolika barev – nejčastěji používané symbolické barvy. Využití malých harmonií a symboliky barev v branding designu.

Současná počítačová grafika v praxi - hardware a software, grafické formáty, nové informace, fotogalerie a banky

Současná počítačová grafika - hardware a software pro její zpracování, využití a možnosti programu Adobe Bridge. Grafické formáty - PSD, JPEG, GIF, BMP, PNG, PDF, XML, AI, EPS a jejich specifika. Vyhledávání informací pro počítačovou grafiku. Internetové fotogalerie a fotobanky, banky písma a jejich využití.

Tvorba portfolia branding designéra

Složení portfolia, prezentace konkrétnímu zákazníkovi, možnosti prezentace portfolia širší veřejnosti.

Harmonie velkých kontrastů

Typy velkých harmonií, charakteristika, zakreslování, využití jednotlivých typů velkých harmonií v branding designu.

Pomůcky branding designu

Pravítka, měřítka, nože a řezací pomůcky, stěrky, válečky, magnety, teploměry, rukavice a návleky, další pomůcky – charakteristika pomůcek a jejich použití v branding designu.

Tvorba brandigového prostoru

Prodejní prostory, výloha, firemní prostory – návrh, vizualizace, realizace.

Psychické působení barev, barevná nálada, barevná typologie

Psychické působení barev, vyvolání nálady pomocí barev, vhodné barvy a barevné kombinace pro různé příležitosti. Barvy v interiéru – paleta barev, tabule nálad. Barevná typologie člověka - čtyři roční období.

Dřevo – masiv

Charakteristika a vlastnosti dřeva jako skupiny materiálu, základní přehled druhů dřeva, využití dřeva v branding designu.

V Hradci Králové dne 26. 8. 2024



**PROFILOVÁ ČÁST MATURITNÍ ZKOUŠKY
NÁVRHOVÁ A REALIZAČNÍ TVORBA – BRANDING FLORISTIKY
maturitní témata pro ústní zkoušku 2024/2025**

Příloha „Rozhodnutí ředitele o obsahu a podmínkách maturitní zkoušky ve školním roce 2024–2025“

Branding floristiky ve vysazovaných aranžmá v nádobách - jednodruhové a bujné výsadby

Zadání jednodruhových a bujných výsadeb v nádobách, estetické zákonitosti, výběr materiálů, příprava a ošetření materiálů, volba vhodného stylu, designová úprava nádob. Využití výsadeb (interiér, exteriér, komerční účely), následná péče.

Trendy v brandingu floristiky

Vývoj trendů, společnosti, časová období, popis trendů (klíčová slova, barvy, vzory, materiály, techniky), aktuální floristické trendy a jejich vliv na používání florálních a neflorálních materiálů.

Zásady navrhování

Vysvětlení zásad navrhování, případně jejich cíleného narušení – stanovení konceptu, vizuální jednota a logika, písmo, barvy, prostor - kompozice, první pohled, komunikace, univerzálnost, inspirace historií, módou, citem, vlastní kreativita.

Branding floristiky ve vysazovaných aranžmá v nádobách – skupinové výsadby

Zadání skupinových výsadeb v nádobách, estetické zákonitosti, výběr materiálů, příprava a ošetření materiálů, volba vhodného stylu. Využití výsadeb (interiér, exteriér, komerční účely), následná péče.

Tvorba návrhů pro branding floristiky

Cíle tvorby návrhů, druhy návrhů, pomůcky pro kreslení návrhů, floristické a botanické značky, technický výkres a stavba modelu.

Plasty

Plasty – charakteristika, vlastnosti, tvarování, druhy. Využití v brandingu floristiky.

Materiály pro branding floristiky - florální materiál

Florální materiál - rozdělení, druhy florálních materiálů, nákup, ošetření a uskladnění před vlastní floristickou prací.

Základní estetické prvky – bod a skvrna

Charakteristika bodu, typy bodů v brandingu floristiky (ohniskový, koncový, vrcholový, růstový, imaginární bod, střed pohybu, těžiště, akcent), umístění jednoho a více bodů v ploše a prostoru, možnosti působení. Charakteristika skvrny, kladné a záporné působení, skvrna v brandingu floristiky.

Výtvarné techniky pro branding floristiky – akvarel

Charakteristika výtvarných technik, realizace technik a jejich použití v brandingu floristiky.

Branding floristiky pro Velikonoce.

Příprava velikonočních aranžmá – zvyky, symbolika, estetické zákonitosti, vhodný materiál pro velikonoční floristiku. Typy aranžmá, vhodné nádoby a jejich barevnost.

Linie – přímky a křivky

Typy linií - fyziologická, reálná, imaginární. Přímky a křivky, jejich typy, charakteristika, působení, využití v brandingu floristiky.

Výtvarné techniky pro branding floristiky - koláž, montáž, asambláž

Charakteristika výtvarných technik, realizace technik a jejich použití v brandingu floristiky.

Výkladní skříně a floristický obchod v brandingu floristiky

Zařízení a uspořádání výkladní skříně, obchodu. Údržba a péče o výkladní skříně, zařízení obchodu. Výkladní skříně a prostor obchodu jako prezentace firmy - řešení prostoru výkladní skříně a obchodu pro různé příležitosti – barevné řešení, vliv trendů.

Tvary nahodilé, konstrukční, symbolické

Charakteristika tvarů, působení, jejich funkce v brandingu floristiky. Nejčastější typy konstrukčních plošných a prostorových tvarů využívaných v brandingu floristiky a jejich vhodná kombinace s florálním materiálem.

Pozitiv, negativ

Charakteristika a využití.

Branding floristiky v průběhu roku

Sezónní a příležitostná floristika - Valentýn, Den matek, Den otců, Den dětí, konec školního roku, oslavy sklizně, Halloween, Dušičky, Silvestr a Nový rok. Charakteristické znaky pro jednotlivé příležitosti, nabídka aranžmá.

Základní tvary

Obdélník, trojúhelník, kruh – plošné a prostorové tvary, jejich popis, nároky na prostor, působení, využití v brandingu floristiky.

Sklo

Charakteristika, vlastnosti materiálů, využití materiálů v brandingu floristiky.

Pojmy aranžování, floristika, floristický design, branding floristiky.

Náradí designéra brandingu floristiky

Vysvětlení základních pojmů oboru – aranžování, floristika, floristický design, branding floristiky.

Jednotlivé typy náradí a techniky jeho používání.

Tvary pohybu

Typy tvarů pohybu, charakteristika, působení, příklady využití tvarů pohybu v brandingu floristiky.

Formáty akcidencí, tvary a rozměry

Typy formátů, jejich vlastnosti a působení. Využití v brandingu floristiky.

Vypichovaná aranžmá brandingu floristiky - plošná květinová aranžmá a aranžmá s více body růstu

Zadání plošných vypichovaných aranžmá a aranžmá s více body růstu, estetické zákonitosti, výběr vhodných materiálů a technik. Vzorce pro výpočty správných proporcí (výšky květin).

Řady

Počty prvků, vlastnosti prvků a principy sestavení řad. Jednoduché, stupňované a rytmické řady, charakteristika řad, působení a možnosti použití v brandingu floristiky.

Vizuální logika – srozumitelnost a čitelnost kompozice

Vysvětlení pojmů vizuální logika. Hierarchie prvků a práce s nimi. Promyšlenost, vytříbenost a srozumitelnost kompozice. Využití v brandingu floristiky.

Branding floristiky pro Vánoce

Příprava vánočních aranžmá - zvyky a symboly spojené s obdobím Vánoc. Vánoční kytice a tradiční tvary vánočních aranžmá, vypichovaná vánoční aranžmá, vánoční úpravy prostoru – estetické zákonitosti, vhodný materiál a techniky.

Kompozice plochy v brandingu floristiky a výtvarném umění

Způsoby členění plochy - opakování řad, rozptyly, tvorba skupin, tvorba ploch, členění plochy, ornament. Charakteristika jednotlivých typů členění, působení, možnosti využití v brandingu floristiky.

Typy kompozic ve výtvarném umění.

Obrazy a jejich použití pro branding floristiky

Obraz – funkce, typy, využití.

Branding floristiky pro vypichovaná aranžmá - dekorativní uzavřená a rytmicky členěná

Zadání dekorativních aranžmá, estetické zákonitosti, výběr vhodných materiálů (vliv ročních období) a technik. Vzorce pro výpočty správných proporcí (výšky květin).

Struktury, textura

Vysvětlení pojmu struktura, vlastnosti struktur, typy struktur a jejich charakteristika, vliv barvy na struktury, příklady struktur. Shodnost a kontrast struktur. Vysvětlení pojmu textura. Využití v brandingu floristiky.

Osobní akcidence

Charakteristika osobních tiskovin. Osobní dopisní papír a obálka, novorozenka, oznámení a poděkování promoční, svatební a smuteční, osobní PF a jejich realizace.

Branding floristiky pro vypichovaná aranžmá - formálně-lineární a vegetativní

Zadání formálně-lineárních a vegetativních aranžmá, estetické zákonitosti, výběr vhodných materiálů a technik. Vzorce pro výpočty správných proporcí (výšky květin).

Světlo a stín, světlo a barva

Fyzikální základ světla, barevné spektrum. Barva jako vjem. Vliv světla na barvy, využití světla v brandingu floristiky. Zobrazení světla a stínu v kresbě, výtvarném umění.

Kulturní a společenské akcidence

Charakteristika kulturních a společenských akcidence. Pozvánka, vstupenka, program, katalog výstavy, slavnostní list, osvědčení, jídelní a nápojový lístek a jejich realizace v brandingu floristiky.

Branding floristiky v kyticích - kytice paralelně skládané

Zadání paralelně skládaných kytic, estetické zákonitosti, typy paralelně skládaných kytic a vhodný materiál pro jednotlivé typy, používané techniky - techniky zpevňování florálního materiálu.

Symetrie

Charakteristika symetrie, prvky symetrie, rozmístění v ploše a prostoru, působení. Uplatnění symetrie v brandingu floristiky.

Firemní akcidence - propagační a obchodně-hospodářské

Charakteristika firemních propagačních a obchodně-hospodářských tiskovin. Firemní vizitka, firemní PF, reklamní leták, prospekt, firemní kalendář, firemní dopisní papír a obálka, blok, firemní formuláře a jejich realizace v brandingu floristiky.

Branding floristiky v kyticích - kytice skládané do spirály

Zadání kytic skládaných do spirály, estetické zákonitosti, typy kytic skládaných do spirály a vhodný materiál pro ně, používané techniky, následná péče.

Asymetrie

Charakteristika asymetrie, prvky asymetrie, rozmístění v ploše a prostoru, působení. Uplatnění asymetrie v brandingu floristiky.

Výrobní přípravné fáze tiskovin

Předvýrobní přípravné fáze výroby akcidence – příprava u zákazníka, v grafickém studiu, tiskárně.

Branding floristiky pro svatební aranžmá

Požadavky při objednání a výběru svatební floristiky. Objednání svatebních aranžmá a jejich cílený výběr podle kritérií – údaje o svatbě, typ obřadu, typologie nevěsty z hlediska osobnosti, postavy, typu šatů.

Názvosloví barev, barevné systémy

System názvosloví – názvy jednotlivých barev a skupin barev (primární, sekundární, terciální barvy, nebarvy). Barevné systémy (Itten, Runge, RHS, další

barevné systémy) – charakteristika barevných systémů a možnosti jejich využití v brandingu floristiky, příbuzných oborech.

Nádoby pro branding floristiky

Základní vlastnosti nádob, rozdělení nádob, výhody a nevýhody typů nádob, příprava a vhodnost použití nádob.

Branding floristiky ve svatebních kyticích – typy kulatých svatebních kytic

Charakteristika jednotlivých typů kulatých svatebních kytic, estetické zákonitosti, aplikace využití barevných harmonií, tradiční techniky a využití výtvarných technik (kašírování apod.), volba vhodných materiálů.

Barevné kontrasty

Typy barevných kontrastů (elementární, proporční, kvalitativní...) a jejich charakteristika, zesilování a zeslabování barev díky kontrastům, využití barevných kontrastů pro cílenou práci s barvami.

Fáze navrhování

Rozbor a definice zadání, předběžná řešení a jejich třídění, skici, varianty, studie, výsledný koncept, finální návrh, prezentace klientovi.

Dekorace prostoru a prostorové konstrukce brandingu floristiky – interiér a

exteriér

Zadání, typy prostorů a jejich specifika, estetické zákonitosti, typy prostorových aranžmá, aranžování pro firemní a komerční účely, fáze přípravy a realizace velkých zakázek.

Harmonie malých kontrastů, symbolika barev

Typy malých harmonií, charakteristika, zakreslování, použití v brandingu floristiky. Symbolika barev – nejčastěji používané symbolické barvy, symbolika barev v brandingu floristiky.

Dřevo

Charakteristika dřeva, vlastnosti dřeva. Dřevěné desky. Využití v brandingu floristiky.

Výtvarné expozice pro komerční účely brandingu floristiky z upravovaného

materiálu

Floristická aranžmá ze sušeného rostlinného materiálu. Zadání, estetické zákonitosti a typy aranžmá ze sušených rostlin. Výběr materiálu, techniky sestavení.

Harmonie velkých kontrastů

Typy velkých harmonií, charakteristika, zakreslování, použití jednotlivých typů velkých harmonií v brandingu floristiky.

Dokumentace projektů brandingu floristiky

Tvorba projektů brandingu floristiky, části projektu. Ročníkový umělecký projekt, maturitní umělecký projekt.

Branding floristiky pro svatební příležitost – další typy prací

Typy dalších aranžmá – ozdoby nevěsty, ženicha, kytice pro maminky a družičky, zdobení aut, výzdoba kostelů a obřadních místností, svatební tabule – řešení prostoru.

Psychické působení barev, barevná nálada, barevná typologie

Psychické působení barev a vyvolání nálady pomocí barev, vhodné barvy a barevné kombinace pro různé příležitosti. Barvy v interiéru – paleta barev, tabule nálad. Barevná typologie člověka – čtyři roční období.

Papír

Výroba papíru. Formáty papírů – A, B, DL, druhy papírů. Využití v brandingu floristiky.

Branding floristiky pro adventní aranžmá – adventní věnce

Příprava adventních aranžmá – zvyky a symbolika adventu. Adventní věnce – estetické zákonitosti, vhodný materiál a techniky, typy adventních věnců a možnosti jejich umístění, zdobení.

Skupina a seskupení, typy skupin

Uzavřené skupiny (nakupení, tvarování, svazky a hranice), volné skupiny se středem pohybu, skupiny s paralelitou a příklony - charakteristika pojmů, působení jednotlivých typů skupin a využití v brandingu floristiky.

Poutače – základní typy

Reklamní A, bannery, RollUp systém, info board systém. Charakteristika systémů, příprava a využití v brandingu floristiky.

Branding floristiky ve svatebních kyticích – kapky, vodopády, oblouky, položené přes ruku, rohy, formálně-lineární a vegetativní

Charakteristika jednotlivých typů kytic, estetické zákonitosti, využití barevných harmonií, volba vhodných materiálů a technik.

Vyvážení, optická hmotnost, optická rovnováha, rovnovážný bod

Principy, působení, využití v brandingu floristiky.

Plakát, billboard

Charakteristika tiskovin, jejich realizace v brandingu floristiky.

Branding floristiky pro smuteční aranžmá - zdobení rakve, urny, další typy

smutečních aranžmá

Zadání, estetické zákonitosti, typy smutečních výzdob, výběr materiálu, techniky práce. Koncepce uceleného řešení pro smuteční aranžování prostoru - kalkulace množství a druhu materiálu pro větší zakázku.

Proporce a zlatý řez

Proporce 1:1, zlatý řez, snížené a navýšené proporce. Charakteristika jednotlivých typů proporcí, faktory ovlivňující proporce, působení proporcí a jejich využití v brandingu floristiky.

Logo a logomanuál

Vysvětlení pojmů, typy log, zásady navrhování loga, rozsah logomanuálu, využití v brandingu floristiky.

Branding floristiky pro svatební kytice – do délky proudící, kužely a taštičky, další tvary

Charakteristika jednotlivých typů kytic, estetické zákonitosti, využití barevných harmonií – vliv neflorálních materiálů, moderní techniky vypracování a volba vhodných materiálů vzhledem k technice.

Charakter, individualita, hodnotová úroveň, skupinové zákony

Vysvětlení pojmů charakter, individualita a hodnotová úroveň vzhledem k přirozenému habitu a vzhledem k tvůrčímu zpracování při aranžování (vliv techniky, stylu). Skupinové zákony – zákon hierarchie a omezující. Sestavení omezujícího zákona.

Textilní materiály

Charakteristika, druhy textilních vláken. Stuhy a jejich zpracování. Využití v brandingu floristiky.

Branding floristiky pro smuteční aranžmá – smuteční věnce

Zadání, estetické zákonitosti, typy smutečních věnců, výběr materiálu, techniky zhotovení, druhy zdobení - využití symboliky a její vliv na celkové řešení.

Perspektiva

Druhy perspektivy z hlediska vývoje. Charakteristika používaných typů perspektivy, zásady zobrazení, základní pojmy. Použití perspektivního zobrazení v brandingu floristiky.

Keramika

Charakteristika, vlastnosti materiálů, využití materiálů v brandingu floristiky.

Branding floristiky pro společenské akce – aranžmá pro slavnostní příležitosti

Zadání aranžmá pro slavnostní příležitosti, promoce, maturitu, životní jubilea. Estetické zákonitosti, výběr vhodného materiálu a technik. Úpravy stolů pro tyto příležitosti. Typy aranžmá – květinové dary.

Dějiny brandingu floristiky od antiky do konce středověku

Používaný rostlinný materiál a jeho podoby, květinové vazby dané doby, typické znaky zahrad.

Kov

Charakteristika, vlastnosti materiálů, využití materiálů v brandingu floristiky.

Úprava řezaných květů a zeleně pro branding floristiky. Formování a základní techniky sestavení materiálu

Charakteristika jednotlivých technik úpravy řezaných květů a zeleně (seříznutí, prořezání, ohýbání, vyztužení, navázání, navázání na ozdobný drát, ukotvení

drátu), formování florálních materiálů (svazkování, tkaní, splétání, zapření, uzlování, stočení, zavinutí), sestavení florálních materiálů (vázání, vypichování, sesazování, sponkování, lepení, voskování, laminování), ošetření, uskladnění hotových aranžmá, následná péče.

Dějiny brandingu floristiky od novověku do 20. století

Používaný rostlinný materiál a jeho podoby, květinové vazby dané doby, typické znaky zahrad.

Poutače pro instalaci tiskovin

Lankové systémy, zaklapávací rámy, paravany, zástěny, plastové rámečky, stojany na prospekty, informační vitríny. Charakteristika systémů, příprava a využití v brandingu floristiky.

V Hradci Králové dne 26. 8. 2024



**PROFILOVÁ ČÁST MATURITNÍ ZKOUŠKY
EKONOMIKA A APLIKOVANÁ PSYCHOLOGIE
maturitní témata pro ústní zkoušku 2024/2025**

Příloha „Rozhodnutí ředitele o obsahu a podmínkách maturitní zkoušky ve školním roce 2024–2025“

1. Předmět psychologie, základní pojmy,
Obory psychologie
Percepční procesy-vnímání, optické klamy, iluze
2. Představy, Fantazie
Paměť, Pozornost
Myšlení
Řeč
3. Psychologie osobnosti
Temperament, Charakter,
Schopnosti
Emoce
Psychohygiena
4. Psychologie umění-Barvy, tvary,
struktury, linie
Ontogeneze lidské psychiky
Psychologie prodeje- trhu
5. Management
Rozhodování
Plánování
Vedení
Organizování
Komunikace
Kontrola
6. Firemní kultura a etika
Image a profil manažera a vlastníka firmy
7. Sociální skupiny, socializace, role,
status, skupiny
8. Podstata fungování tržní ekonomiky
Ekonomika, ekonomie, ekonomické systémy, subjekty
9. Potřeby, statky, služby, spotřeba,
životní úroveň
10. Trh, tržní subjekty
Nabídka poptávka
Tržní rovnováha
11. Hospodářský proces, výrobní faktory
Podnik, výsledek hospodaření podniku
12. Struktura majetku podniku
Dlouhodobý majetek, oběžný majetek
13. Náklady a výnosy podniku
Základy účetnictví – rozvaha,
výsledovka
Inventarizace
14. Marketing – základní pojmy
Marketingové koncepce, nástroje
15. 4P-produkt, cena,
propagace, distribuce
16. Podnikání
Podnikatelský záměr
Podnikání a právní formy podnikání
17. Obchodní korporace

18.
Živnostenské podnikání
Družstvo
Vznik a ukončení podnikání

19.
Národní hospodářství
Hrubý domácí produkt, hrubý
národní produkt,
Šedá a černá ekonomika

20.
Hospodářský cyklus
Nezaměstnanost
Inflace
Platební bilance
Státní rozpočet

21.
Peníze

Platební styk

22.
Finanční trh
Peněžní trh, cenné papíry
Kapitálový trh

23.
Centrální banka
Obchodní banka

24.
Mzdová soustava
Složky mzdy
Mzdové výpočty, daň z příjmu

25.
Daňová soustava
Přímé daně
Nepřímé daně
Daňová evidence

V Hradci Králové dne 26. 8. 2024



PROFILOVÁ ČÁST MATURITNÍ ZKOUŠKY HUMANITNÍ STUDIA

maturitní témata pro ústní zkoušku 2024/2025

Příloha „Rozhodnutí ředitele o obsahu a podmínkách maturitní zkoušky ve školním roce 2024–2025“

1.

Kultura. Pojem kultura, kultura hmotná a duchovní, chápání kultury v sociologii, pojetí kultury, znaky funkce; pojmy multikulturalismus, subkultura, asimilace, enkulturace, masová kultura.

2.

Socializace a její etapy, význam rodiny, sociální skupiny, davové chování Sociální struktura společnosti. Různá stratifikační hlediska; společenské vrstvy v historii a současnosti, společenské třídy a elity, sociální status a sociální mobilita, problém rovnosti, rovné příležitost, ageismus, gender studies

3.

Rodina. Význam rodiny, její druhy, rodina v minulosti a současnosti, postavení mužů a žen, genderové problémy, rodinné právo

Víra a ateismus. Náboženství a církve, náboženská hnutí, sekty, náboženský fundamentalismus.

4.

Právo. Pojem a význam práva, právní norma, zákonnost, právní předpisy, právní řád ČR

Trestní právo. Trestní právo hmotné a procesní. Trestný čin, klasifikace trestných činů, jejich postihování. Průběh trestního řízení.

5.

Historický vývoj základních práv a svobod. Významné mezinárodní dokumenty.

Porušování lidských práv a svobod. Listina základních práv a svobod.

Právo – orgány právní ochrany, právní vztahy, soustava soudů v ČR. Správní řízení, občanské soudní řízení, přestupek, sankce.

6.

Sociálně patologické jevy, sociální deviace, druhy, teorie.

7.

Občanské a rodinné právo. Prevence sociálních deviací, kriminalita dětí a mládeže a její charakteristické znaky.

8.

Globalizace, globální problémy lidstva, masová kultura, velmoci a rozvojové země, konflikty v soudobém světě, zásady trvale udržitelného rozvoje, teror a terorismus.

Evropská unie. Vývoj EU (ESUO, EHS, EURATOM, ES). Současné problémy EU.

Struktura EU, orgány EU, tři pilíře EU, ČR v EU

9.

Zapojení ČR do mezinárodních struktur, OSN, cíle OSN, fungování OSN, odborné organizace OSN (UNICEF, UNESCO, WHO,..)

NATO, historické souvislosti založení, činnost a fungování NATO, působení ve světě, úloha ČR v rámci NATO

Stát. Základní znaky států, tvoření států. Teorie vzniku států, formy a druhy států, funkce státu, obsah a rozsah státní moci, národ

Občan, občanství a občanská společnost. Státní občanství ČR, podmínky jeho nabytí; občanské ctnosti, občanská participace

10.

Politický systém v ČR, struktura veřejné správy, obecní a krajská samospráva. Ústava ČR, klasifikace politických stran, volby v ČR.

11.

Antická filozofie, před Sokratovská filozofie, klasické období antické filozofie – Sokrates, Platon, Aristoteles. Středověká filozofie, patristika a scholastika, představitelé. Novověká filozofie – anglický empirismus, kontinentální racionalismus, francouzské osvícenství, německé osvícenství – Immanuel Kant. Vybrané osobnosti. Filozofie 19. století – německý idealismus (J. G. Fichte, F.W. Schelling, G.W.F. Hegel), iracionální filozofie (S. Kierkegaard, A. Schopenhauer). Současná filozofie – fenomenologie, existencialismus, hermeneutika, Vídeňský kruh, pragmatismus.

12.

První starověké zemědělské civilizace – Mezopotámie, Egypt

První starověké zemědělské civilizace – Indie, Čína

13.

Starověké Řecko. Starověký Řím

Utváření středověké kultury: konec Západořímské říše, Byzanc, Karel Veliký

Utváření středověké kultury: Velká Morava a říše východofranská

14.

Říše římskoněmecká a vybudování českého státu

Rozkvět středověku, vzestup monarchií v západní Evropě, stoletá válka.

Svatá říše římská a církve, vzdělanost a kultura vrcholného středověku

15.

Český stát za posledních Přemyslovců a nástup Lucemburků

Zlatá doba českých zemí, vláda Karla IV., první stíny sociálních nepokojů

Husitská revoluce, Jan Hus, Petr Chelčický

Základy novověku, renesance a humanismus

16.

Evropská reformace, absolutismus a parlamentarismus

Habsburská politika, české země a třicetiletá válka

Osvícenství

17.

Vznik Spojených států amerických

Velká francouzská revoluce

Napoleonská Francie a Evropa

Průmyslová revoluce, kolonialismus a rozdělení světa

18.

První světová válka. Pařížská mírová konference, vznik Československa.

Světová hospodářská krize a její důsledky, politika kolektivní bezpečnosti

19.

Druhá světová válka

Evropa po r. 1945, první krize sovětského bloku, studená válka, počátky evropské integrace

20.

Vývoj USA ve 2. polovině 20. století, vývoj SSSR a rozpad sovětského bloku.
Svět na počátku 21. století, globální problémy současného světa

V Hradci Králové dne 26. 8. 2024