

Praktická maturitní zkouška konaná písemnou formou

Marketing a marketingová komunikace, Digitální marketing, Webové prezentace a Základy copywritingu, šk. rok 2026/27

Ekonomika a podnikání (63-41-M/01), zaměření: Nová média a marketingová komunikace.

Maturitní zkouška je profilovou zkouškou z odborných předmětů Marketing a marketingová komunikace, Digitální marketing, Webové prezentace a Základy copywritingu, které jsou součástí ŠVP (školní vzdělávací program) a tematicky jsou řazeny do I. – IV. ročníku studijního oboru Ekonomika a podnikání, v zaměření na Nová média a marketingová komunikace.

Kritéria profilové zkoušky z odborných ekonomických předmětů konané písemnou formou schvaluje ředitelka. Zkoušku je možné konat nejdříve od 1. dubna 2027.

Praktická maturitní zkouška je konána **písemnou formou v průběhu 2 dní** v časové dotaci **240 minut (MK a ZC) a 360 minut (WP a DM)**. Dohromady za oba dny tedy 600 minut.

Povolené pomůcky: psací potřeby. Pro druhý den vlastní portfolio (fotky, videa, leták, plakát, logo – vše bez autorských práv).

- **Obsah praktické maturitní zkoušky (dále jen PMZ)**

Obsahem maturitní zkoušky jsou témata korespondující s problematikou Marketingu. Rozsah i obsah maturitní zkoušky má prokázat znalosti a vědomosti žáka odpovídající učivu Marketingu za I. až IV. ročník. Současně má prokázat analytické myšlení žáka a schopnost řešit samostatně zadání, které koresponduje s oblastí jeho vzdělávání.

Zkouška je koncipována tak, aby žák demonstroval osvojené kompetence, tj. zpracovat návrh marketingové strategie za využití nových médií.

Témata k vykonání praktické maturitní zkoušky jsou stanoveny vyučujícími odborných ekonomických předmětů, schváleny předmětovou komisí a ředitelem školy a nejpozději k **1. 11. 2026** vyvěšeny na webu školy www.moravskastredni.cz.

Zadání praktické MZ z odborných předmětů Marketing a marketingová komunikace, Digitální marketing, Webové prezentace a Základy copywritingu konaných písemnou formou je jednotné, tj. pro jeden studijní obor existuje jedna varianta zadání.

- **Hodnocení písemné maturitní zkoušky (dále jen PMZ)**

Zkouška je koncipována do dvou částí, a to: Návrh marketingové strategie (vycházející z předmětů Marketing a marketingová komunikace a Základy copywritingu) a Tvorba webu a sociální sítě (vycházející z předmětů Digitální marketing a Webové prezentace). Obě části jsou hodnoceny samostatně známkou 1 – 5. Výslednou známkou maturitní zkoušky je pak aritmetický průměr z těchto dvou dílčích částí zkoušky. Výsledná známka je průměrem

hodnocení obou částí. Pokud vyjde desetinná hodnota (např. 2,5), zaokrouhluje se směrem nahoru (v uvedeném příkladu tedy na 3).

Žádná z dílčích částí zkoušky nemůže být hodnocena známkou nedostatečnou.

S výsledkem písemné zkoušky je žák seznámen nejpozději v den konání ústní maturitní zkoušky. Pokud bude určeno dřívější datum pro vyhlášení výsledků PMZ, bude toto sděleno prostřednictvím webových stránek školy a žák seznámení s výsledkem zkoušky stvrdí svým podpisem.

Hodnotící tabulka:

**Hodnotící tabulka praktické maturitní zkoušky
(obor Nová média a marketingová komunikace)**

Stupeň	Hodnocení – MK + ZC	Procentuální	Počet dosažených	Hodnocení
1	Výborný	100 % - 90 %	150 - 135	
2	Chvalitebný	89 % - 75 %	134 – 112	
3	Dobrý	74 % - 60 %	111 – 90	
4	Dostatečný	59 % - 40 %	89 – 60	
5	Nedostatečný	39 % - 0 %	59 – 0	

Stupeň	Hodnocení – WP + DM	Procentuální	Počet dosažených	Hodnocení
1	Výborný	100 % - 90 %	150 - 135	
2	Chvalitebný	89 % - 75 %	134 – 112	
3	Dobrý	74 % - 60 %	111 - 90	
4	Dostatečný	59 % - 40 %	89 – 60	
5	Nedostatečný	39 % - 0 %	59 - 0	

- **Pokyny k vykonání PMZ**

Žák obdrží jedno vyhotovení PMZ, které dle pokynu zadavatele zkoušky identifikuje svým jménem a příjmením. Zadavatel zkoušky zodpoví případné dotazy žáků, stanoví začátek a konec PMZ, který zapíše na tabuli a tím zahájí zkoušku.