

**MINISTERSTVO ŠKOLSTVA, VEDY, VÝSKUMU A ŠPORTU
SLOVENSKEJ REPUBLIKY**



ŠTÁTNY INŠTITÚT ODBORNÉHO VZDELÁVANIA

**VZOROVÝ UČEBNÝ PLÁN A VZOROVÉ
UČEBNÉ OSNOVY**

pre

študijný odbor

6405 K pracovník marketingu

Názov: **Vzorový učebný plán a vzorové učebné osnovy pre študijný odbor 6405 K pracovník marketingu**

Vydalo: Ministerstvo školstva, vedy, výskumu a športu Slovenskej republiky

Spolupracujúca stavovská organizácia: Republiková únia zamestnávateľov v spolupráci s Asociáciou zamestnávateľských zväzov a združení Slovenskej republiky, Slovenskou obchodnou a priemyselnou komorou a Slovenskou živnostenskou komorou

Riešitelia: PaedDr. Peter Solárik
Štátny inštitút odborného vzdelávania

Ing. Eva Púčíková
SOŠ obchodu a služieb Samuela Jurkoviča, Sklenárová 1, Bratislava

Ing. Iveta Šoltéssová
SOŠ obchodu a služieb Samuela Jurkoviča, Sklenárová 1, Bratislava

Ing. Elena Šoltéssová
SOŠ Hotelová akadémia Otta Brucknera, MUDr. Alexandra 29, Kežmarok

Ing. Drahomíra Štepanayová
SOŠ hotelových služieb a obchodu, Zdravotnícka 3, Nové Zámky

Ing. Jozef Čekovský
SOŠ Horný Smokovec č. 26, Vysoké Tatry

Obsah

1. VZOROVÝ UČEBNÝ PLÁN.....	4
1.1 Poznámky k vzorovému učebnému plánu pre 4-ročný študijný odbor 6405 K pracovník marketingu:.....	4
1.2 Prehľad využitia týždňov:.....	5
2. UČEBNÉ OSNOVY ODBORNÝCH PREDMETOV.....	6
2.1 VZOROVÉ UČEBNÉ OSNOVY PREDMETU EKONOMIKA.....	6
2.2 VZOROVÉ UČEBNÉ OSNOVY PREDMETU MARKETING.....	13
2.3 VZOROVÉ UČEBNÉ OSNOVY PREDMETU KOMUNIKÁCIA A PROPAGÁCIA.....	18
2.4 VZOROVÉ UČEBNÉ OSNOVY PREDMETU TOVAROZNALECTVO.....	21
2.5 VZOROVÉ UČEBNÉ OSNOVY PREDMETU ÚČTOVNÍCTVO.....	26
2.6 VZOROVÉ UČEBNÉ OSNOVY PREDMETU ADMINISTRATÍVA A KOREŠPONDENCIA.....	29
2.7 VZOROVÉ UČEBNÉ OSNOVY PREDMETU SVET PRÁCE.....	31
2.8 VZOROVÉ UČEBNÉ OSNOVY PREDMETU APLIKOVANÁ INFORMATIKA.....	33
2.9 VZOROVÉ UČEBNÉ OSNOVY PREDMETU ODBORNÝ VÝCVIK.....	37

1. VZOROVÝ UČEBNÝ PLÁN

Kód a názov študijného odboru	6405 K pracovník marketingu				
Forma štúdia	denná				
Vyučovací jazyk	slovenský				
Kategórie a názvy vyučovacích predmetov	Týždenný počet vyučovacích hodín				
	1.	2.	3.	4.	Spolu
TEORETICKÉ VYUČOVANIE	17	17	17	17,5	68,5
Všeobecno-vzdelávacie predmety	11	11	10	9	41
slovenský jazyk a literatúra e)	3	3	3	3	12
cudzí jazyk d), f)	3	3	3	3	12
etická výchova/náboženská výchova g)	1	1			2
občianska náuka h)		1			1
dejepis			1		1
chémia	0,5	0,5	0,5	0,5	2
matematika	1,5	1,5	1,5	1,5	6
informatika i)	1				1
telesná a športová výchova d)	1	1	1	1	4
Odborné predmety	6	6	7	8,5	27,5
Ekonomika	1	2	2	2	7
Marketing	1,5	1	2	1,5	6
Komunikácia a propagácia d)	1	1			2
Tovaroznalectvo	1	2	1	1	5
Účtovníctvo d) i)			1	1,5	2,5
Administratíva a korešpondencia d) i)	1,5				1,5
Svet práce				0,5	0,5
Aplikovaná informatika d) i)			1	2	3
PRAKTICKÉ VYUČOVANIE	15	17,5	17,5	17,5	67,5
Odborný výcvik i)	15	17,5	17,5	17,5	67,5
Spolu	32	34,5	34,5	35	136

1.1 Poznámky k vzorovému učebnému plánu pre 4-ročný študijný odbor 6405 K pracovník marketingu:

- Riaditeľ školy môže na základe odporúčania predmetovej komisie vykonať vo vzorovom učebnom pláne úpravy až do 10% z celkového počtu týždenných vyučovacích hodín. Pri týchto úpravách nie je možné zrušiť žiadny vyučovací predmet, alebo do skupiny predmetov zaradiť nový predmet. Minimálny počet vyučovacích hodín slovenského jazyka a literatúry (3 vyučovacie hodiny týždenne v každom ročníku) a cudzieho jazyka (3 vyučovacie hodiny týždenne v každom ročníku) musí zostať zachovaný. Minimálny percentuálny podiel vyučovacích hodín odborného teoretického praktického vyučovania z celkového počtu vyučovacích hodín musí ostať zachovaný.
- V jednotlivých vyučovacích predmetoch má vyučujúci možnosť upraviť obsah učiva až do výšky 30% v každom ročníku zaradením nových poznatkov, vyplývajúcich z aktuálneho rozvoja vedy a techniky a z potreby prispôbiť učivo aktuálnym potrebám odboru, trhu práce, alebo regiónu. Zmeny v obsahu učiva všeobecno-vzdelávacích predmetov navrhuje príslušná predmetová komisia. Zmeny v obsahu učiva odborných predmetov navrhuje príslušná predmetová komisia na základe požiadaviek zamestnávateľa.
- Riaditeľ školy po prerokovaní v pedagogickej rade na návrh predmetových komisií rozhodne, ktoré predmety v rámci teoretického vyučovania možno spájať do viachodinových celkov

- d) Trieda sa delí na každej hodine na skupiny pri minimálnom počte 24 žiakov.
- e) Trieda sa na dvoch hodinách v týždni za celé štúdium delí na skupiny pri minimálnom počte 24 žiakov.
- f) Vyučuje sa jeden z cudzích jazykov: jazyk anglický, nemecký, francúzsky, ruský, španielsky, taliansky.
- g) Vyučuje sa predmet etická výchova, alebo náboženská výchova podľa záujmu žiakov. Na vyučovanie predmetu etická výchova alebo náboženská výchova možno spájať žiakov rôznych tried toho istého ročníka a vytvárať skupiny s najvyšším počtom žiakov 20. Ak počet žiakov v skupine klesne pod 12, možno do skupín spájať aj žiakov z rôznych ročníkov.
- h) Žiakom so sluchovým postihnutím, ktorí vykonajú maturitnú skúšku z občianskej náuky (§ 17a vyhlášky MŠ SR č.318/2008 Z. z. o ukončovaní štúdia na stredných školách, v znení neskorších predpisov) môže upraviť riaditeľ školy, na základe odporúčania predmetovej komisie, hodinovú dotáciu predmetu občianska náuka z dotácie vyučovacích hodín určených cudziemu jazyku.
- i) Trieda sa delí na skupiny, maximálny počet žiakov v skupine je 15.
- j) Súčasťou výchovy a vzdelávania žiakov je kurz na ochranu života a zdravia a kurz pohybových aktivít v prírode. Kurz na ochranu života a zdravia má samostatné tematické celky s týmto obsahom: riešenie mimoriadnych udalostí – civilná ochrana, zdravotná príprava, pobyt a pohyb v prírode, záujmové technické činnosti a športy. Organizuje sa v treťom ročníku štúdia a trvá tri dni po šesť hodín. Kurz pohybových aktivít v prírode sa koná v rozsahu piatich vyučovacích dní, najmenej však v rozsahu 15 vyučovacích hodín. Organizuje sa v 1. ročníku štúdia (so zameraním na zimné športy) a v 2. ročníku štúdia (so zameraním na letné športy). Účelové cvičenia sú súčasťou prierezovej témy Ochrana života a zdravia. Uskutočňujú sa v 1. a v 2. ročníku vo vyučovacom čase v rozsahu 6 hodín v každom polroku školského roka raz.
- k) Trieda sa delí na skupiny ak je možnosť zriadiť skupinu najmenej 8 žiakov.
- l) Ak sa vyučovacia hodina poskytuje formou praktických cvičení, trieda sa delí na skupiny s minimálnym počtom 8 žiakov v skupine.

1.2 Prehľad využitia týždňov:

Činnosť	1. ročník	2. ročník	3. ročník	4. ročník
Vyučovanie podľa rozpisu	33	33	33	30
Maturitná skúška	x	x	x	2
Časová rezerva (účelové kurzy, opakovanie učiva, exkurzie, výchovno-vzdelávacie akcie a i.)	7	7	7	5
Spolu týždňov	40	40	40	37

2. VZOROVÉ UČEBNÉ OSNOVY ODBORNÝCH PREDMETOV

2.1 VZOROVÉ UČEBNÉ OSNOVY PREDMETU EKONOMIKA

Forma štúdia	denná
Vyučovaci jazyk	slovenský
Charakteristika predmetu	
<p>Odborný predmet ekonomika vedie žiakov k tomu, aby porozumeli základným vzťahom v trhovej ekonomike. Žiaci získavajú vedomosti o základných ekonomických pojmoch, makroekonómie, mikroekonómie a makroekonomickej politike, národnom hospodárstve a ekonomickom raste. Ekonomika zahŕňa učivo o základných podnikových činnostiach, o majetku podniku, jeho hospodárení, rieši pracovno-právne vzťahy, odbytovú aj riadiacu činnosť podniku a tiež samostatnú podnikateľskú činnosť. Žiaci sa učia porozumieť ekonomickej podstate miezd, bankovníctvu, poisteniu a sústave daní, vo štvrtom ročníku sa učia samostatne vypracovať podnikateľský plán.</p> <p>Predmet ekonomika v tomto študijnom odbore rozvíja, prehĺbuje a rozširuje poznatky, ktoré si žiaci ozrejmili v oblasti všeobecného vzdelávania (slovenský jazyk, etická výchova, informatika).</p> <p>Obsah jednotlivých tematických celkov a tém je štruktúrovaný tak, aby formoval, rozvíjal schopnosti žiaka do samostatného rozhodovania, konania, komunikatívnosti tak, aby sa mohli zaradiť do generácie manažérov, podnikateľov a obchodníkov v systéme voľného podnikania.</p> <p>Zameraný je taktiež na orientáciu v zabezpečovaní základných ľudských a ekonomických potrieb jednotlivca a rodiny. Žiaci sa oboznámia so základnými pravidlami riadenia vlastných financií a naučia sa rozoznávať riziká v riadení vlastných financií. Získajú orientáciu v oblasti finančných inštitúcií, naučia sa efektívne využívať finančné služby za súčasného používania pojmov v oblasti finančnictva a sveta peňazí.</p> <p>Odborný predmet ekonomika je medzi predmetovo previazaný s odbornými vyučovacími predmetmi účtovníctvo, svet práce, obchodná prevádzka, administratíva a korešpondencia.</p> <p>Predmet vedie žiakov k tomu, aby základné komunikačné spôsobilosti a personálne vzťahy budovali na základe tolerancie.</p> <p>Metódy, formy a prostriedky vyučovania predmetu ekonomika sa volia podľa obsahu jednotlivých tém. Uprednostňujú sa tie, kde sa prejavuje u žiaka samostatnosť, tvorivosť, cieľavedomosť a taktiež spájanie medzi predmetových súvislostí. Žiak má počas výučby možnosť spolupracovať s vyučujúcim, podieľať sa na spolurozhodovaní pri výbere niektorej z foriem vyučovania. Motivuje ho k tomu vyučujúci, povzbudzuje ho, aktivizuje aby výsledok dosiahol v rámci študijného odboru očakávaný efekt.</p> <p>Výklad, riadený rozhovor, práca s aktuálnou tlačou a využívanie IKT sú formy, ktoré umožňujú spájať a využívať poznatky z viacerých častí učiva v rámci medzi predmetových vzťahov.</p> <p>Na vyučovacích hodinách, ktoré sa budú konať v bežných triedach a sporadicky v odbornej učebni, bude možné niektoré témy prezentovať formou využitia IKT a tiež ich prostredníctvom (internet) prepojiť teóriu s praxou. Teoretické vyučovanie bude doplnené návštevami aktuálnych podujatí (veľtrhov, výstav a workshopov) z oblasti ekonomiky, podnikania a služieb.</p> <p>Hodnotenie žiakov bude založené na kritériách hodnotenia v každom vzdelávacom výstupe. Klasifikácia bude vychádzať z pravidiel hodnotenia školského vzdelávacieho programu. Použijú sa primerané metódy a prostriedky hodnotenia.</p>	
Výchovno-vzdelávacie ciele predmetu	
<p>Cieľom vyučovacieho predmetu ekonomika v študijnom odbore 6405 K pracovník marketingu je umožniť základné odborné poznatky o ekonomických pojmoch a vzťahoch. Sprostredkovať žiakom potrebné vedomosti, zručnosti a spôsobilosti, pomocou ktorých získajú základnú orientáciu vo fungovaní ekonomického systému spoločnosti. Žiaci budú zároveň schopní narábať so základnými ekonomickými kategóriami, pojmami, procesmi a javmi, s ktorými sa budú stretávať v každodennom živote. Ekonomika má významnú úlohu v procese prípravy žiaka nielen na získanie ekonomických poznatkov ale aj určitých zručností a postojov, ktoré sa týkajú ekonomického života spoločnosti i každodenného života občana v nej, aby získali praktické zručnosti spojené s využívaním ekonomických ukazovateľov a právnych noriem. Rovnako podporiť u žiakov zodpovedné správanie a etické rozhodovanie. Jedným zo základných cieľov je príprava takého absolventa, ktorý má nielen odborný profil, ale ktorý sa vďaka nemu dokáže úspešne</p>	

presadiť na trhu práce i v živote.

Vo vyučovacom predmete si žiaci osvojujú a rozvíjajú nasledovné kľúčové kompetencie:

Spôsobilosť konať samostatne v spoločenskom a pracovnom živote

- logicky a reálne zdôvodňovať svoje názory, konania a rozhodnutia,
- vybrať si správne rozhodnutie a cieľ z rôznych možností,
- definovať svoje ciele a prognózy
- zdôvodňovať svoje argumenty, riešenia, potreby, práva, povinnosti a konanie

Spôsobilosť interaktívne používať vedomosti, informačné a komunikačné technológie, komunikovať v materinskom a cudzom jazyku

- identifikovať, vyhľadávať, triediť a spracovať rôzne informácie a informačné zdroje,
- posudzovať vierohodnosť rôznych informačných zdrojov,
- kriticky hodnotiť získané informácie,
- pracovať s rôznymi pokročilejšími informačnými a komunikačnými technológiami

Schopnosť pracovať v rôznorodých skupinách

- stanoviť priority cieľov
- prezentovať svoje myšlienky, návrhy a postoje,
- diskutovať konštruktívne, aktívne predkladať progresívne návrhy a pozorne počúvať druhých,
- rozhodnúť o výbere správneho názoru z rôznych možností,
- spolupracovať pri riešení problémov s inými ľuďmi,
- predkladať spolupracovníkom vlastné návrhy na zlepšenie práce, bez zaujatosti posudzovať návrhy druhých

Obsah vzdelávania – rozpis učiva

Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník
Ekonomika	prvý	1	33
Názov tematického celku/Témy			Počet vyučovacích hodín
1. Základné ekonomické pojmy			8
1.1 Ekonómia, ekonomika			1
1.2 Základné ekonomické problémy			1
1.3 Hospodárske systémy – typy ekonomík			1
1.4 Potreby, členenie potrieb			1
1.5 Uspokojovanie potrieb, statky, služby			1
1.6 Tovar, hodnota tovaru			1
1.7 Výroba a výrobné faktory			1
1.8 Peniaze, formy a funkcie peňazí			1
2. Trh a trhový mechanizmus			6
2.1 Trh, typy trhov			1
2.2 Subjekty trhu			1
2.3 Dopyt			1
2.4 Ponuka			1
2.5 Rovnováha dopytu a ponuky			1
2.6 Konkurencia			1
3. Národné hospodárstvo			5
3.1 Podstata národného hospodárstva			1
3.2 Štruktúra národného hospodárstva			1

3.3 Reprodukčný proces			1
3.4 Riadenie národného hospodárstva			1
3.5 Základné makroekonomické ukazovatele			1
4. Hospodársky cyklus			5
4.1 Fázy hospodárskeho cyklu			1
4.2 Inflácia			1
4.3 Druhy inflácie			1
4.4 Trh práce a nezamestnanosť			1
4.5 Druhy nezamestnanosti			1
5. Zahraničný obchod			4
5.1 Význam zahraničného obchodu			1
5.2 Subjekty zahraničného obchodu			1
5.3 Obchodná a platobná bilancia			1
5.4 Zahraničný obchod SR			1
6. Európska únia			5
6.1 Vznik Európskej únie			1
6.2 Členské štáty Európskej únie			1
6.3 Symboly Európskej únie			1
6.4 Inštitúcie Európskej únie			1
6.5 Slovensko a Európska únia			1
Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník
Ekonomika	druhý	2	66
Názov tematického celku/Témy			Počet vyučovacích hodín
1. Podnik a právne formy podnikania			21
1.1 Podnikanie a podnikateľská činnosť			1
1.2 Práva a povinnosti podnikateľa			1
1.3 Charakteristika podniku			1
1.4 Vznik a založenie podniku			1
1.5 Zrušenie a zánik podniku			1
1.6 Úlohy podniku			1
1.7 Druhy podnikov			1
1.8 Živnosti, podmienky živnostenského podnikania			1
1.9 Druhy živností			1
1.10 Obchodné spoločnosti			1
1.11 Verejná obchodná spoločnosť			1
1.12 Komanditná spoločnosť			1
1.13 Spoločnosť s ručením obmedzeným			1
1.14 Akciová spoločnosť			1
1.15 Založenie akciovej spoločnosti			1
1.16 Družstvo			1

1.17 Štátny podnik	1
1.18 Osobitné formy podnikania	1
1.19 Zmluva o tichom spoločenstve	1
1.20 Riziká podnikania	1
1.21 Postup pri založení vlastnej firmy	1
2. Kúpno-predajné vzťahy	10
2.1 Subjekty kúpno-predajných vzťahov	1
2.2 Fázy kúpno-predajných vzťahov	1
2.3 Kúpna zmluva	1
2.4 Náležitosti kúpnej zmluvy	1
2.5 Druh, kvalita a množstvo tovaru	1
2.6 Cena a platobné podmienky	1
2.7 Dodacie podmienky	1
2.8 Ostatné podmienky – balenie, doprava a montáž	1
2.9 Záruky a sankcie	1
2.10 Ďalšie zmluvy vyplývajúce z obchodno-záväzkových vzťahov podniku	1
3. Vecná stránka činnosti podniku	21
3.1 Majetok podniku	1
3.2 Členenie majetku	1
3.3 Zložky dlhodobého majetku	1
3.4 Zložky krátkodobého majetku	1
3.5 Obstarávanie dlhodobého majetku	1
3.6 Oceňovanie dlhodobého majetku	1
3.7 Opatrebnie dlhodobého majetku	1
3.8 Odpisovanie dlhodobého majetku	1
3.9 Príklady na odpisovanie dlhodobého majetku	1
3.10 Využívanie dlhodobého majetku	1
3.11 Vyraďovanie dlhodobého majetku	1
3.12 Krátkodobý majetok	1
3.13 Kolobeh krátkodobého majetku	1
3.14 Zásoby	1
3.15 Plánovanie zásob	1
3.16 Obstarávanie zásob	1
3.17 Skladovanie zásob	1
3.18 Evidencia zásob	1
3.19 Normovanie zásob	1
3.20 Inventarizácia majetku	1
3.21 Inventarizačné rozdiely	1
4. Ekonomická stránka činnosti podniku	14
4.1 Ekonomické prostredie podniku	1
4.2 Náklady, rozdiel medzi nákladmi a výdavkami	1
4.3 Členenie nákladov	1
4.4 Výpočet nákladov podľa kalkulačného vzorca	1
4.5 Plánovanie nákladov	1

4.6 Znižovanie nákladov			1
4.7 Výnosy			1
4.8 Výsledok hospodárenia			1
4.9 Funkcie a použitie zisku			1
4.10 Financovanie podniku			1
4.11 Finančné plánovanie			1
4.12 Finančné hospodárenie			1
4.13 Zdroje financovania			1
4.14 Investovanie			1
Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník
Ekonomika	tretí	2	66
Názov tematického celku/Témy	Počet vyučovacích hodín		
1. Odbytová činnosť podniku	14		
1.1 Podstata odbytu a jeho organizácia	1		
1.2 Odbytová funkcia podniku	1		
1.3 Marketing	1		
1.4 Marketingová stratégia	1		
1.5 Marketingový mix	1		
1.6 Výrobok v marketingovom mixe	1		
1.7 Výrobová politika	1		
1.8 Životný cyklus výrobku	1		
1.9 Cena v marketingovom mixe	1		
1.10 Cenová politika	1		
1.11 Metódy tvorby cien	1		
1.12 Distribúcia a distribučná politika	1		
1.13 Propagácia v marketingovom mixe	1		
1.14 Komunikačná politika	1		
2. Personálna činnosť podniku	22		
2.1 Personálne plánovanie	1		
2.2 Personálny plán	1		
2.3 Stanovenie potreby zamestnancov	1		
2.4 Rozmiestnenie zamestnancov	1		
2.5 Získavanie a výber zamestnancov	1		
2.6 Vzdelávanie zamestnancov	1		
2.7 Pracovnoprávne vzťahy	1		
2.8 Práva a povinnosti zamestnanca a zamestnávateľa	1		
2.9 Pracovný pomer	1		
2.10 Skončenie pracovného pomeru	1		
2.11 Zmeny pracovného pomeru	1		
2.12 Pracovný čas a doba odpočinku	1		
2.13 Dovolenka	1		
2.14 Pracovný poriadok	1		

2.15 Odmeňovanie zamestnancov	1		
2.16 Formy miezd	1		
2.17 Výpočet čistej mzdy	1		
2.18 Sociálna starostlivosť o zamestnancov	1		
2.19 Zdravotné poistenie a sociálne zabezpečenie	1		
2.20 Dôchodková systém	1		
2.21 Bezpečnosť a ochrana zdravia pri práci	1		
2.22 Kolektívne pracovnoprávne vzťahy	1		
3. Manažment	14		
3.1 Podstata manažmentu	1		
3.2 Predstavitelia klasickej školy manažmentu	2		
3.3 Manažment ako proces riadenia	1		
3.4 Plánovanie	1		
3.5 Organizovanie a vedenie	1		
3.6 Kontrola	1		
3.7 Kontrolné orgány	1		
3.8 Stratégia a taktika	1		
3.9 Organizačná štruktúra podniku	1		
3.10 Typy organizačných štruktúr	1		
3.11 Riadiaci aparát podniku	1		
3.12 Profil manažéra	1		
3.13 Štýly vedenia ľudí	1		
4. Banková sústava a poisťovne	16		
4.1 Finančný trh	1		
4.2 Miesto a úloha bánk v ekonomike	1		
4.3 Európska centrálna banka - ECB	1		
4.4 Centrálna banka - NBS	1		
4.5 Obchodné banky	1		
4.6 Vkladové operácie bánk	1		
4.7 Ochrana vkladov	1		
4.8 Úverové operácie bánk	1		
4.9 Poskytnutie bankového úveru	1		
4.10 Platobné karty a elektronické bankovníctvo	1		
4.11 Riadenie osobných financií	1		
4.12 Význam poistenia funkcie poistenia	1		
4.13 Poistný vzťah a poistné riziko	1		
4.14 Formy poistenia	1		
4.15 Zmluvné poistenie	1		
4.16 Zákonné poistenie	1		
Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník
Ekonomika	štvrtý	2	60
Názov tematického celku/Témy			Počet vyučovacích hodín

1. Daňová sústava	25
1.1 História daní	1
1.2 Úloha daní v hospodárskej politike štátu	1
1.3 Členenie daňového systému	1
1.4 Daňová sústava SR	1
1.5 Základné daňové pojmy	1
1.6 Daň z príjmu fyzických osôb	2
1.7 Príklad na výpočet dane z príjmu fyzickej osoby	1
1.8 Daňové priznanie k dani z príjmu fyzických osôb (typ A, typ B)	1
1.9 Daň z príjmu právnických osôb	2
1.10 Príklad na výpočet dane z príjmu právnickej osoby	1
1.11 Daňové priznanie k dani z príjmu právnických osôb	1
1.12 Miestne dane	3
1.13 Daň z pridanej hodnoty (DPH)	1
1.14 Registračná povinnosť	1
1.15 Sadzba DPH (základná, znížená)	1
1.16 Príklad na výpočet DPH	1
1.17 Daňové priznanie a splatnosť vlastnej daňovej povinnosti	1
1.18 Spotrebné dane	2
1.19 Štátny rozpočet	1
1.20 Rozpočtový deficit, štátny dlh	1
2. Podnikateľský plán	35
2.1 Význam podnikateľského plánu	1
2.2 Využitie podnikateľského plánu	1
2.3 Funkcie podnikateľského plánu	1
2.4 Zakladateľský plán (podnikateľský zámer)	1
2.5 Strategický podnikateľský plán	1
2.6 Štruktúra podnikateľského plánu	1
2.7 Obsah podnikateľského plánu	1
2.8 Zhrnutie	1
2.9 Opis firmy	2
2.10 Opis výrobku alebo služieb	2
2.11 Analýza trhu	2
2.12 Marketing	2
2.13 SWOT analýza	2
2.14 Riadenie podniku, ľudské zdroje	2
2.15 Realizácia podnikateľského zámeru	2
2.16 Finančný plán	2
2.17 Investičné náklady a zdroje ich financovania	2
2.18 Plánované náklady, výnosy a výsledok hospodárenia	2
2.19 Návratnosť vloženého kapitálu	2
2.20 Samostatné vypracovanie podnikateľského plánu	5

2.2 VZOROVÉ UČEBNÉ OSNOVY PREDMETU MARKETING

Forma štúdia	denná
Vyučovaci jazyk	slovenský
Charakteristika predmetu	
<p>Odborný predmet marketing rozvíja, rozširuje a prehĺbuje učivo z odborného výcviku, ekonomiky, tovaroznalectva, komunikácie a propagácie. Jeho obsah je štruktúrovaný do tematických celkov a tém. Vedomosti a zručnosti, ktoré žiaci získajú pri štúdiu v tomto predmete veľmi úzko súvisia so zabezpečením vedomostí a zručností v oblasti obchodu a služieb.</p> <p>Predmet vedie žiakov k tomu, aby základné komunikačné spôsobilosti a personálne vzťahy budovali na základe tolerancie, aby získali a osvojili si teoretické vedomosti a zručnosti v oblasti bezpečnosti a hygieny práce, manipulácie s tovarom a IKT.</p> <p>Cieľom predmetu je vysvetliť a objasniť žiakom podstatu, úlohu a dôležitosť marketingu v podmienkach trhovej ekonomiky, naučiť žiakov chápať podstatu a úlohu marketingu v podniku. Žiaci sa naučia využívať nástroje marketingu: produkt, distribúcia, cena a propagácia pri zabezpečovaní odbytu výrobkov. Žiaci získajú vedomosti ale aj praktické zručnosti z analýzy a prieskumu trhu, psychológie predaja výrobkov a určenia ich ceny.</p> <p>Zvolené metódy, formy a prostriedky vyučovania marketingu majú stimulovať rozvoj poznávacích schopností žiakov, podporovať ich cieľavedomosť, samostatnosť a tvorivosť. Uprednostňujú sa také stratégie vyučovania, pri ktorých žiak ako aktívny subjekt v procese výučby má možnosť spolurozhodovať a spolupracovať, učiteľ zase má povinnosť motivovať, povzbudzovať a viesť žiaka k čo najlepším výkonom, podporovať jeho aktivity všeobecne, ale aj v oblasti zvýšeného záujmu v rámci študijného odboru. Pri výučbe sa používa forma výkladu, riadeného rozhovoru, preferuje sa práca s učebnicami a počítačom. Odporúča sa využívať aj rôzne odborné časopisy s obchodnou, marketingovou tematikou, katalógy a ponukové listy.</p> <p>Stimulovať poznávacie činnosti žiaka predpokladá uplatňovať vo vyučovaní predmetu marketing proporcionálne zastúpenie a prepojenie praktického a teoretického poznávania.</p> <p>K významným prvkom vo výchovno-vzdelávacom procese predmetu marketing patria praktické činnosti v oblasti obchodu a služieb. Využitie PC a internetu predstavuje možnosti simulácie praktických úloh.</p> <p>Výučba prebieha v odbornej učebni. V priebehu štúdia žiaci absolvujú exkurzie do vybraných marketingových agentúr a spoločností, obchodných centier a pod.</p> <p>Hodnotenie žiakov bude založené na kritériách hodnotenia v každom vzdelávacom výstupe. Klasifikácia bude vychádzať z pravidiel hodnotenia školského vzdelávacieho programu. Použijú sa adekvátne metódy a prostriedky hodnotenia.</p>	
Výchovno-vzdelávacie ciele predmetu	
<p>Cieľom vyučovacieho predmetu marketing v študijnom odbore 6405 K pracovník marketingu je poskytnúť žiakom súbor vedomostí, zručností a kompetencií o obchode, službách a marketingu, formovať logické myslenie a rozvíjať vedomosti, zručnosti a kľúčové kompetencie využiteľné aj v ďalšom vzdelávaní a občianskom živote. Žiaci získajú poznatky o činnostiach v obchode, službách a prácach v marketingových oddeleniach.</p> <p>Vo vyučovacom predmete marketing si žiaci osvojujú a rozvíjajú nasledujúce kľúčové kompetencie:</p> <p><u>Spôsobilosť konať samostatne v spoločenskom a pracovnom živote:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- logicky a reálne zdôvodňovať svoje názory, konania a rozhodnutia,- identifikovať priame a nepriame dôsledky svojej činnosti,- vybrať si správne a rozhodnutie a cieľ z rôznych možností,- definovať svoje ciele a prognózy,- zdôvodňovať svoje argumenty, riešenia, potreby, práva, povinnosti a konanie. <p><u>Spôsobilosť interaktívne používať vedomosti, informačné a komunikačné technológie, komunikovať v materinskom a cudzom jazyku:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- vyjadrovať sa správne v materinskom jazyku v písomnej a hovorenej forme,- identifikovať, vyhľadávať, triediť a spracovať rôzne informácie a informačné zdroje,- hodnotiť kriticky získané informácie,- overovať a interpretovať získané údaje,- pracovať s elektronickou poštou.	

Schopnosť pracovať v rôznorodých skupinách:

- prejavíť empatiu a sebareflexiu,
- stanoviť priority cieľov,
- prezentovať svoje myšlienky, návrhy a postoje,
- diskutovať konštruktívne, aktívne predkladať progresívne návrhy a pozorne počúvať druhých,
- rozhodnúť o výbere správneho názoru z rôznych možností.

Obsah vzdelávania – rozpis učiva

Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník
Marketing	prvý	1,5	49,5
Názov tematického celku/Témy			Počet vyučovacích hodín
1. Podstata a úlohy marketingu a jeho miesto v podnikaní			12
1.1 Úvod do marketingu, základné pojmy			1
1.2 Podstata a pojem marketingu, základné pojmy			1
1.3 Vývoj marketingu			1
1.4 Vývoj podnikateľskej koncepcie			1
1.5 Kľúčové prvky marketingovej koncepcie			1
1.6 Potreby priania, dopyt			1
1.7 Ponuka a rozhodovanie			1
1.8 Výmena, transakcia, vzťahy, trh			1
1.9 Formy a úlohy marketingu			1
1.10 Princípy marketingu a jeho význam			2
1.11 Reagovanie marketingu na problémy spoločnosti			1
2. Produkt			10
2.1 Podstata produktu			2
2.2 Charakteristika produktu			2
2.3 Marketingová klasifikácia produktov			2
2.4 Klasifikácia a charakteristika spotrebného tovaru			2
2.5 Klasifikácia a charakteristika kapitálových statkov			2
3. Produktová politika			10
3.1 Charakteristika produktovej politiky			2
3.2 Rozhodovanie o používaní značky, sponzorovanie značky, rodinné značky			2
3.3 Rozhodovanie o obale a etiketách			2
3.4 Rozhodovanie o produktovom rade			2
3.5 Rozhodovanie o produktovom mixe – tvorbe sortimentu			2
4. Životný cyklus výrobkov			8
4.1 Charakteristika životného cyklu výrobkov			2
4.2 Charakteristika fáz životného cyklu výrobkov			2
4.3 Odchýlky v životnom cykle			2
4.4 Prípadová štúdia na vybranom sortimente a jeho životný			2

cyklus			
5. Vývoj nového produktu			9,5
5.1 Charakteristika vývoja nového produktu			2
5.2 Podnikateľská analýza a vývoj nového produktu			2
5.3 Testovanie výrobku a jeho uvedenie na trh			2
5.4 Tvorba vlastného produktu - prípadová štúdia			3,5
Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník
Marketing	druhý	1	33
Názov tematického celku/Témy			Počet vyučovacích hodín
1. Cena			22
1.1 Podstata ceny			1
1.2 Faktory ovplyvňujúce ceny			1
1.3 Charakteristika interných faktorov			1
1.4 Charakteristika externých faktorov			1
1.5 Analýza vzťahov medzi cenou a faktormi, ktoré cenu ovplyvňujú			2
1.6 Všeobecné postupy tvorby ceny			1
1.7 Tvorba nákladovo orientovanej ceny			2
1.8 Tvorba hodnotovo orientovanej ceny			1
1.9 Stanovenie ceny podľa konkurencie			1
1.10 Praktické porovnávanie cien			1
1.11 Tvorba cien nových produktov			1
1.12 Tvorba cien produktového mixu			1
1.13 Prispôsobovanie cien			1
1.14 Stratégia pre zľavy a segmentové ceny			1
1.15 Stratégia stanovenia psychologických cien propagačných cien			1
1.16 Stratégia stanovenia cien podľa geografickej polohy a medzinárodných cien			1
1.17 Zmeny cien			1
1.18 Reagovanie firmy na zmeny cien konkurencie			1
1.19 Porovnanie cien výrobcov vybraných produktov – prípadová štúdia			2
2. Distribúcia			11
2.1 Distribúcia a distribučné cesty			2
2.2 Pozícia členov distribučného kanála a ich úlohy			2
2.3 Distribučná politika podniku			2
2.4 Postup manažmentu pri tvorbe distribučného kanála			2
2.5 Výber počtu sprostredkovateľov			1
2.6 Znázornenie a vysvetlenie schémy distribučných kanálov podľa zadaných kritérií – prípadová štúdia			2

Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník
Marketing	tretí	2	66
Názov tematického celku/Témy			Počet vyučovacích hodín
1. Veľkoobchod			10
1.1 Charakteristika pojmu veľkoobchod			2
1.2 Rozdelenie veľkoobchodu			2
1.3 Charakteristika maklérov, agentov, obchodných kancelárií a pobočiek			2
1.5 Obchodná politika a vývojové tendencie veľkoobchodu			2
1.6 Návšteva veľkoobchodu – exkurzia, samostatná práca žiakov			2
2. Maloobchod			6,5
2.1 Charakteristika a členenie maloobchodu			1
2.2 Rozdielne prístupy v členení maloobchodu			1
2.3 Členenie maloobchodu podľa poskytovaných služieb			1
2.4 Úlohy maloobchodu			1
2.5 Formy predaja v maloobchode			2,5
3. Analýza marketingového prostredia			9
3.1 Mikroprostredie a makroprostredie firmy			2
3.2 Charakteristika mikroprostredia firmy			2
3.3 Makroprostredie – demografické, ekonomické a prírodné prostredie			2
3.4 Makroprostredie – technologické, politické prostredie			1
3.5 Makroprostredie – kultúrne prostredie			1
3.6 Marketingový mix			1
4. Marketingová logistika			3
4.1 Charakteristika marketingovej logistiky			1
4.2 Hlavné logistické funkcie			1
4.3 Trendy v logistike			1
5. Komunikácia			6
5.1 Podstata marketingovej komunikácie			1
5.2 Integrovaná marketingová komunikácia			1
5.3 Proces marketingovej komunikácie			1
5.4 Určenie cieľovej skupiny a cieľov komunikácie			1
5.5 Výber médií a získanie spätnej väzby			1
5.6 Stratégia komunikačného mixu			1
6. Prostriedky masovej komunikácie			12
6.1 Charakteristika reklamy			2

6.2 Určenie cieľovej skupiny			2
6.3 Tvorba rozpočtu na reklamu - prípadové štúdia			2
6.4 Výber médií a načasovanie reklamy			2
6.5 Získanie spätnej väzby z pôsobenia reklamy			2
6.6 Načasovanie reklamy – prípadová štúdia			2
7. Podpora predaja			8
7.1 Určenie cieľovej skupiny , cieľov a príprava programu podpory predaja			2
7.1 Výber nástrojov podpory predaja			2
7.2 Získanie spätnej väzby z podpory predaja			2
7.3 Výhody, nevýhody a trend podpory predaja			2
8. Public relations			4
8.1 Charakteristika činnosti v oblasti PR			2
8.2 Postup pri tvorbe a realizácii programu public relations			2
9. Osobný predaj			7,5
9.1 Ciele a cieľové skupiny v osobnom predaji			1
9.2 Príprava informácií v osobnom predaji			2
9.3 Výber médií – výber obchodného personálu			1
9.4 Spätná väzba			1
9.5 Trendy v osobnom predaji			1
9.6 Charakteristika foriem priameho marketingu			1,5
Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník
Marketing	štvrtý	1,5	45
Názov tematického celku/Témy			Počet vyučovacích hodín
1. Globálne prostredie marketingu			7
1.1 Medzinárodný marketing			2
1.2 Analýza medzinárodného marketingového prostredia			2
1.3 Rozhodovanie o expanzii a výbere trhov			2
1.4 Rozhodovanie o vstupe na zahraničné trhy			1
2. Marketingový informačný systém			10
2.1 Podstata význam MIS			2
2.2 Proces marketingového výskumu			2
2.3 Metódy marketingového výskumu			2
2.4 Informačné toky			1
2.5 Zber údajov a jeho metódy			1
2.6 Tvorba dotazníka			1
2.7 Prezentovanie vlastného dotazníka – prípadová štúdia			1
3. SWOT analýza			12

3.1 Význam SWOT analýzy pre podnik	2
3.2 Silné a slabé stránky podnik	2
3.3 Príležitosti a ohrozenia podniku	2
3.4 Analýza podniku v marketingovom prostredí	2
3.5 Vytvorenie fiktívnej SWOT analýzy	2
3.6 Tvorba a prezentácia vlastnej SWOT analýzy	2
4. Internetové prostredie marketingu	8
4.1 Domény a formy internetového marketingu	2
4.2 Formy e-commerce	2
4.3 Prechod firiem do prostredia marketingu	2
4.4 Prípadová štúdia – internetové prostredie marketingu	2
5. Analýza nákupného správania	8
5.1 Spotrebný trh	2
5.2 Faktory ovplyvňujúce správanie spotrebiteľov	2
5.3 Nákupné správanie a marketingové stratégie	2
5.4 Nákupno – rozhodovací proces spotrebiteľov	2

2.3 VZOROVÉ UČEBNÉ OSNOVY PREDMETU KOMUNIKÁCIA A PROPAGÁCIA

Forma štúdia	denná
Vyučovací jazyk	slovenský
Charakteristika predmetu	
<p>Odborný predmet komunikácia a propagácia rozvíja, rozširuje a prehľbuje poznatky z predmetu marketing, etická výchova, slovenský jazyk a informatika. Jeho obsah je štruktúrovaný do tematických celkov a tém.</p> <p>Cieľom vyučovacieho predmetu je získať odborné teoretické vedomosti a praktické zručnosti v oblasti komunikácie a propagácie, spoločenských kontaktoch, spoločenského správania, poskytnúť žiakom možnosť využívať a aplikovať poznatky z iných predmetov, formovať ich logické myslenie a rozvíjať vedomosti, zručnosti a kľúčové kompetencie využiteľné v ďalšom vzdelávaní a v pracovných aktivitách.</p> <p>Obsah učiva je zameraný na identifikáciu zákazníka. Žiaci sa naučia pracovať s ľuďmi, dodržiavať etické zásady a uplatňovať komunikačné zručnosti. Počas štúdia sú žiaci vedení k metódam racionálneho čítania, aktívnemu počúvaniu a k umeniu písania poznámok.</p> <p>Pri výbere učiva sa postupuje tak, aby žiaci získali všeobecné poznatky z oblasti spoločenských kontaktov, základné návyky spoločenského správania sa a vystupovanie v rozličných pracovných aktivitách. Aby chápali význam a úlohu reklamy v obchodnom jednaní, rozvoj estetickej vnímavosti a fantáziu pri tvorivej činnosti.</p> <p>Metódy, formy a prostriedky vyučovania predmetu komunikácia a propagácia sa volia podľa obsahu jednotlivých tém. Uprednostňujú sa také, pri ktorých môžu žiaci prejavovať svoju samostatnosť, tvorivosť, komunikatívnosť. Metódy, ako výklad, riadený rozhovor, práca s textom, spoločné i samostatné riešenie úloh sa striedajú, čo vedie žiakov k rozvoju poznávacích schopností. Veľká pozornosť sa venuje písomnej forme komunikácie.</p> <p>Predmet vedie žiakov k tomu, aby verbálne a neverbálne komunikačné spôsoby i personálne vzťahy budovali na základe korektnosti, aby prípadné problémy vedeli riešiť kultúrovaným spôsobom, čo si vyžaduje prepojiť teoretické poznanie s praxou.</p> <p>Výučba bude prebiehať v odbornej učebni. V priebehu štúdia žiaci navštívia rôzne výstavy a podujatia zamerané na komunikáciu a reklamu.</p> <p>Hodnotenie žiakov bude založené na kritériách hodnotenia v každom vzdelávacom výstupe. Klasifikácia bude vychádzať z pravidiel hodnotenia školského vzdelávacieho programu. Použijú sa primerané metódy a prostriedky hodnotenia.</p>	

Výchovno-vzdelávacie ciele predmetu

Cieľom vyučovacieho predmetu komunikácia a propagácia v študijnom odbore 6405 K pracovník marketingu je umožniť získať žiakom odborné teoretické vedomosti a praktické zručnosti v oblasti komunikácie a propagácie, spoločenských kontaktoch, spoločenského správania sa. Poskytnúť žiakom možnosť využívať a aplikovať poznatky z iných predmetov, formovať ich logické myslenie a rozvíjať vedomosti, zručnosti a kľúčové kompetencie využiteľné v ďalšom vzdelávaní a v pracovných aktivitách. Obsah učiva je zameraný na identifikáciu zákazníka. Žiaci sa naučia pracovať s ľuďmi, dodržiavať etické zásady a uplatňovať komunikačné zručnosti.

Počas štúdia sú žiaci vedení k metódam racionálneho čítania, aktívnemu počúvaniu a k umeniu písania poznámok.

Vo vyučovacom predmete si žiaci osvojujú a rozvíjajú nasledovné kľúčové kompetencie:

Spôsobilosť konať samostatne v spoločenskom a pracovnom živote

- porovnať formálne a neformálne pravidlá, zákonitosti, predpisy, sociálne normy, morálne zásady, vlastné a celospoločenské očakávania v systéme v ktorom existuje,
- vysvetliť svoje životné plány, záujmy a predsavzatia,
- popísať svoje ľudské práva, popísať svoje povinnosti, záujmy, obmedzenia a potreby,
- definovať svoje ciele a prognózy.

Spôsobilosť interaktívne používať vedomosti, informačné a komunikačné technológie, komunikovať v materinskom a cudzom jazyku

- vyjadrovať sa správne v materinskom jazyku v písomnej a v hovorenej forme,
- hodnotiť kriticky získané informácie,
- pracovať s elektronickou poštou.

Schopnosť pracovať v rôznorodých skupinách

- diskutovať konštruktívne, aktívne predkladať progresívne návrhy a pozorne počúvať druhých,
- budovať a organizovať vyrovnanú a udržateľnú spoluprácu,
- určovať najzávažnejšie rysy problému, rôzne možnosti riešenia, ich klady a zápory v danom kontexte aj v dlhodobjších súvislostiach, kritériá pre voľbu konečného optimálneho riešenia,
- pracovať samostatne a riadiť práce v menšom kolektíve.

Obsah vzdelávania – rozpis učiva

Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník
Komunikácia a propagácia	prvý	1	33
Názov tematického celku/Témy			Počet vyučovacích hodín
1. Spôsoby a funkcie ľudskej komunikácie			6
1.1 Komunikačný proces			1
1.2 Funkcie sociálnej komunikácie			1
1.3 Bariéry v sociálnej komunikácii			1
1.4 Spôsoby a druhy komunikácie			1
1.5 Verbálna komunikácia			1
1.6 Neverbálna komunikácia			1
2. Základy psychológie osobnosti			4
2.1 Štruktúra a vlastnosti osobnosti			1
2.2 Poznávanie osobnosti			1
2.3 Silné a slabé stránky osobnosti			1
2.4 Testy osobnosti			1

3. Jednotlivec a komunikácia		9	
3.1 Stres v komunikácii		1	
3.2 Zvládnutie stresových situácií		1	
3.3 Spoločenské vystupovanie		1	
3.4 Spoločenské správanie a konanie, spoločenský kontakt		1	
3.5 Aseratívne správanie		1	
3.6 Komunikácia na pracovisku		1	
3.7 Správanie k nadriadeným		1	
3.8 Správanie sa k zákazníkovi		1	
3.8 Empatia v styku so zákazníkom		1	
4. Konflikt		4	
4.1 Pojem a rozdelenie konfliktov		1	
4.2 Dôvody vzniku konfliktov		1	
4.3 Dôsledky konfliktov		1	
4.4 Spôsoby riešenia konfliktov		1	
5. Základná terminológia, vývoj propagácie a reklamy		4	
5.1 Propagácia, reklama, aranžovanie - vysvetlenie pojmov		1	
5.2 Propagácia, pojem, úlohy, funkcie		1	
5.3 Reklama jej úlohy a zásady		1	
5.4 Vývoj propagácie a reklamy na Slovensku		1	
6. Propagačné prostriedky		6	
6.1 Charakteristika propagačných prostriedkov		1	
6.2 Členenie podľa miesta pôsobenia a technického riešenia		1	
6.3 Ciele a vzťahy propagácie k výrobe, trhu a spotrebiteľom		1	
6.4 Praktické použitie propagačných prostriedkov v reklame		1	
6.5 Vzťahy medzi druhmi propagačných prostriedkov		1	
6.6 Intenzita a účinnosť pôsobenia propagačných prostriedkov		1	
Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník
Komunikácia a propagácia	druhý	1	33
Názov tematického celku/Témy			Počet vyučovacích hodín
1. Písmo a farby v propagácii a v reklame			8
1.1 Písmo a jeho druhy			1
1.2 Využitie písma v reklamnej praxi			1
1.3 Praktický nácvik písma			1
1.4 Význam a využitie farieb v reklame a v propagácii			1
1.5 Delenie farieb, farebný kruh			1
1.6 Harmónia farieb, ladenie farieb			1
1.7 Psychologické pôsobenie farieb			1
1.8 Farebné riešenie propagačných prostriedkov			1

2. Pútač	7
2.1 Význam a funkcia pútačov	1
2.2 Druhy pútačov	1
2.3 Umiestnenie pútača	1
2.4 Návrhy na pútače	1
2.5 Slogan	1
2.6 Tvorba návrhov pútačov na PC	2
3. Výkladná skriňa	4
3.1 Význam a úlohy výkladnej skrine	1
3.2 Funkcia výkladnej skrine	1
3.3 Druhy výkladnej skrine	1
3.4 Zásady úpravy výkladnej skrine	1
4. Propagačné akcie	9
4.1 Všeobecné zásady propagačných akcií	1
4.2 Druhy propagačných akcií	1
4.3 Význam a ciele propagačných akcií	1
4.4 Plán propagačnej akcie	1
4.5 Návrh na propagačnú akciu, vypracovanie scenára	2
4.6 Výber propagačných prostriedkov pre konkrétnu propagačnú akciu	1
4.7 Vyhodenie propagačného prostriedku a textu	2
5. Vplyv propagácie na spotrebiteľa	5
5.1 Tendencie v spotrebe tovaru	1
5.2 Motivácia kúpy tovaru	1
5.3 Ovplyvňovanie spotrebiteľských tendencií reklamou	1
5.4 Vplyv konkrétnych propagačných prostriedkov na ovplyvnenie konkrétneho spotrebiteľa	1
5.5 Vyhodnotenie účinnosti propagácie	1

2.4 VZOROVÉ UČEBNÉ OSNOVY PREDMETU TOVAROZNALECTVO

Forma štúdia	denná
Vyučovací jazyk	slovenský
Charakteristika predmetu	
<p>Učivo predmetu tovaroznalectvo poskytuje žiakovi základné vedomosti o tovare, jeho úžitkových vlastnostiach, o spôsobe ich hodnotenia, o kvalite tovaru, o technickej normalizácii, dizajne a ochrane tovaru. Obsahom učiva sú jednotlivé druhy sortimentných skupín tovaru. V rámci týchto sortimentov sa žiak naučí spoznávať jednotlivé druhy tovarov, materiálov, ošetrovanie, skladovanie, dodržiavanie zásad hygieny. Dôležitou súčasťou vyučovania predmetu sú exkurzie vo výrobe, obchodných domoch, na výstaviskách a veľtrhoch. Odborný predmet tovaroznalectvo rozširuje a prehĺbuje učivo chémie, marketingu a odborného výcviku. Jeho obsah je štruktúrovaný do tematických celkov a tém.</p> <p>Zvolené metódy, formy a prostriedky vyučovania majú stimulovať rozvoj poznávacích schopností žiakov, podporovať ich cieľavedomosť, samostatnosť a tvorivosť. Uprednostňujú sa také stratégie vyučovania, pri</p>	

ktorých žiak ako aktívny subjekt v procese výučby má možnosť spolurozhodovať a spolupracovať, učiteľ zase má povinnosť motivovať, povzbudzovať a viesť žiaka k čo najlepším výkonom, podporovať jeho aktivity všeobecne, ale aj v oblasti zvýšeného záujmu v rámci študijného odboru.

K významným prvkom vo výchovno-vzdelávacom procese predmetu tovaroznalectvo patrí využitie IKT, ktoré umožňuje prezentovať rôzne ukážky tovarov.

Vyučovanie predmetu prebieha v odbornej učebni alebo klasickej triede podľa potreby.

Hodnotenie žiakov bude založené na kritériách hodnotenia v každom vzdelávacom výstupe. Klasifikácia bude vychádzať z pravidiel hodnotenia školského vzdelávacieho programu. Použijú sa adekvátne metódy a prostriedky hodnotenia.

Výchovno-vzdelávacie ciele predmetu

Cieľom vyučovacieho predmetu tovaroznalectvo v študijnom odbore 6405 K pracovník marketingu je poskytnúť žiakom súbor vedomostí, zručností a kompetencií o spotrebnom tovare, jeho vlastnostiach, zložení, možnostiach skladovania a ponuke. Žiaci získajú poznatky o polotovaroach a tovaroch v obchodnej sieti. Oboznámia sa s platnými normami, predpismi súvisiacimi s tovarom a obchodnou činnosťou. Naučia sa jednotnú odbornú terminológiu, ktorú budú vedieť uplatniť v praxi. Naučia sa zásady hodnotenia akosti surovín a hotových výrobkov, zásady skladovania a manipulácie s tovarom.

Vo vyučovacom predmete si žiaci osvojujú a rozvíjajú nasledovné kľúčové kompetencie:

Spôsobilosti konať samostatne v spoločenskom a pracovnom živote :

- logicky a reálne zdôvodňovať svoje názory, konania a rozhodnutia,
- porovnať formálne a neformálne pravidlá, zákonitosti, predpisy, sociálne normy, morálne zásady, vlastné a celospoločenské očakávania v systéme, v ktorom existuje,
- zdôvodňovať svoje argumenty, riešenia, potreby, práva, povinnosti, záujmy, obmedzenia a potreby.

Spôsobilosť interaktívne používať vedomosti, informácie a komunikačné technológie, komunikovať v materinskom a cudzom jazyku :

- vyjadrovať sa správne v materinskom jazyku v písomnej a hovorenej forme,
- posudzovať vierohodnosť rôznych informačných zdrojov,
- pracovať s rôznymi pokročilejšími informačnými a komunikačnými technológiami.

Schopnosť pracovať v rôznorodých skupinách :

- prejať empatiu a sebareflexiu,
- predkladať primerané návrhy na rozdelenie jednotlivých kompetencií a úloh pre ostatných členov tímu a posudzovať spoločne s učiteľom a s ostatnými, či sú schopní určené kompetencie zvládnuť,
- diskutovať konštruktívne, aktívne predkladať progresívne návrhy a pozorne počúvať druhých,
- prispieť k vytváraniu ústretových medziľudských vzťahov, predchádzať osobným konfliktom, nepodliehať predsudkom a stereotypom v prístupe k druhým.

Obsah vzdelávania – rozpis učiva

Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník
Tovaroznalectvo	prvý	1	33
Názov tematického celku/Témy			Počet vyučovacích hodín
1. Základné pojmy			5
1.1 Tovaroznalectvo, výrobok a tovar			1
1.2 Úžitková hodnota a úžitkové vlastnosti tovaru			1
1.3 Hodnotenie tovaru, ukazovatele kvality, skúšanie a testovanie tovaru			1
1.5 Vplyvy pôsobiace na tovar			2

2. Technická normalizácia	6		
2.1 Technická normalizácia - pojem, metódy	1		
2.2 Certifikácia, metrológia a skúšobníctvo	2		
2.3 Zlepšovacie návrhy, priemyselné vzory, licencie	1		
2.4 Ochranné známky a označenie tovaru /EAN/	2		
3. Dizajn a ochrana tovaru	7		
3.1 Dizajn tovaru, kritériá hodnotenia	1		
3.2 Význam a funkcie obalov	1		
3.3 Druhy obalov	2		
3.4 Manipulácia s obalmi	1		
3.5 Obaly a životné prostredie	2		
4. Rozdelenie tovaru podľa sortimentov	2		
4.1 Sortiment, tovarová trieda, skupina, podskupina, druh tovaru	2		
5. Kvalita tovaru a spotrebiteľ	13		
5.1 Požívatiny a hodnotenie požívatín	1		
5.2 Zákon o potravinách, potravinový kódex, HACCP	2		
5.3 Základné pojmy o výžive	1		
5.4 Hodnotenie kvality priemyselného tovaru	1		
5.5 Spotrebiteľská výchova	2		
5.6 Zákon o ochrane spotrebiteľa	2		
5.7 Práva spotrebiteľa	2		
5.8 Záručné doby, chyby tovaru, reklamácia	1		
5.9 Slovenská obchodná inšpekcia	1		
Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník
Tovaroznalectvo	druhý	2	66
Názov tematického celku/Témy	Počet vyučovacích hodín		
1. Potravinársky tovar	18		
1.1 Potraviny rastlinného pôvodu	7		
1.2 Potraviny živočíšneho pôvodu	7		
1.3 Pochutiny	2		
1.4 Nápoje	2		
2. Drogériový a chemický tovar	9		
2.1 Základné rozdelenie drogériového tovaru, skladovanie	1		
2.2 Pracie, čistiacie a umývacie prostriedky	1		
2.3 Kozmetické výrobky a parfumový tovar	2		
2.4 Farbivá a náterivá, dezinfekčné prostriedky a prostriedky na ničenie škodcov, priemyselné hnojivá, sviečky	2		
2.5 Drogériová galantéria, zdravotnícky tovar	1		

2.6 Balenie, ochrana úžitkových vlastností, likvidácia obalov	1
2.7 Drogériový a chemický tovar a životné prostredie	1
3. Textil a textilné výrobky	14
3.1 Textilné vlákna, rozdelenie	1
3.2 Priadze	1
3.3 Tkaniny	1
3.4 Pleteniny, netkané textílie	1
3.5 Kusový tovar	2
3.6 Metrový tovar	2
3.7 Bytový textil	3
3.8 Textilná galantéria	2
3.9 Skladovanie textilného tovaru	1
4. Odevy, koža, kožušiny	8
4.1 Odevy – rozdelenie, materiály, veľkostný sortiment, skladovanie	4
4.2 Odevné doplnky	1
4.3 Kožené odevy a kožené výrobky	1
4.4 Kožušínové odevy a kožušínové výrobky	1
4.5 Skladovanie kožených a kožušínových výrobkov	1
5. Obuv a kožená galantéria	8
5.1 Obuv – rozdelenie, materiály, veľkostný sortiment, skladovanie	4
5.2 Pančuchový tovar	1
5.3 Potreby na ošetrovanie obuvi a nôh	1
5.4 Kožená galantéria a rukavice	2
6. Sklo, keramika, bižutéria	9
6.1 Sklo – druhy, vlastnosti, suroviny, výroba	2
6.2 Sklenené výrobky – úžitkové, dekoratívne, technické sklo	2
6.3 Balenie, preprava, skladovanie sklenených výrobkov	1
6.4 Keramika – druhy, vlastnosti, suroviny, výroba	1
6.5 Keramické výrobky	1
6.6 Balenie, preprava, skladovanie keramických výrobkov	1
6.7 Bižutéria a darčkové predmety	1
Rozpis učiva predmetu	Počet týždenných vyučovacích hodín
Tovaroznalctvo	1
Názov tematického celku/Témy	Počet vyučovacích hodín
1. Elektrotechnický tovar	9
1.1 Charakteristika a rozdelenie sortimentu, elektrická bezpečnosť	1

1.2 Elektroinštalačný materiál			1
1.3 Elektrotepelne spotrebiče			2
1.4 Elektromechanické spotrebiče			2
1.5 Svetelné zdroje a svietidlá			1
1.6 Elektrický štítok – význam a popis, skladovanie elektrotechnického tovaru			2
2. Plasty			
2.1 Plasty a ich úžitkové vlastnosti			2
2.2 Druhy plastov			1
2.3 Výrobky z plastov, význam a vlastnosti, skladovanie			2
2.4 Plasty a životné prostredie			2
3. Kovový tovar			
3.1 Kovy, rozdelenie, charakteristika, vlastnosti			2
3.2 Rozdelenie a charakteristika kovových výrobkov			4
3.3 Podmienky skladovania výrobkov z kovov a kovového tovaru			1
4. Papier, kancelárske a školské potreby			
4.1 Výroba papiera, druhy, vlastnosti, skladovanie			2
4.2 Sortiment papiernických výrobkov			3
4.3 Školské a kancelárske potreby			3
4.4 Zber papiera, separovaný zber, recyklácia			2
Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník
Tovaroznactvo	štvrtý	1	30
Názov tematického celku/Témy			Počet vyučovacích hodín
1. Klenoty a hodinársky tovar			7
1.1 Šperky a klenoty, charakteristika, materiály na výrobu			2
1.2 Drahokamy a polodrahokamy			1
1.3 Ostatné suroviny na výrobu šperkov			1
1.4 Sortiment výrobkov z drahých kovov			1
1.5 Označovanie sortimentu, puncovanie			1
1.6 Hodinársky tovar, charakteristika, rozdelenie			1
2. Športové potreby, hračky			8
2.1 Športové potreby na zimné športy			2
2.2 Športové potreby na letné športy			2
2.3 Celoročné športové potreby			1
2.4 Športové potreby a výrobky na voľný čas			1
2.5 Hračky, sortiment, kvalita			1
2.6 Detské kočíky a sedačky			1

3. Drevo, drevené výrobky, nábytok	7
3.1 Drevo, charakteristika, vlastnosti, druhy	2
3.2 Sortiment drevárskych výrobkov	1
3.3 Nábytok – materiál na výrobu, delenie	2
3.4 Drobné drevené výrobky pre domácnosť	1
3.5 Ošetrovanie a skladovanie drevárskych výrobkov	1
4. Motorové vozidlá	4
4.1 Charakteristika a rozdelenie	1
4.2 Hlavné časti automobilov, náhradné diely, súčiastky, predajcovia	2
4.3 Ekologická autá, šrotovanie	1
5. Stavebné materiály	2
5.1 Charakteristika a rozdelenie stavebných materiálov a výrobkov	2
6. Energia	2
6.1 Základné druhy energie, zdroje energie , formy elektrární	1
6.2 Environmentálna politika, životné prostredie	1

2.5 VZOROVÉ UČEBNÉ OSNOVY PREDMETU ÚČTOVNÍCTVO

Forma štúdia	denná
Vyučovací jazyk	slovenský
Charakteristika predmetu	
<p>Odborný predmet účtovníctvo má medzipredmetový charakter a je previazaný s odbornými vyučovacími predmetmi ekonomika, svet práce a odborný výcvik. Dopĺňa vedomosti a zručnosti žiaka o najdôležitejšie poznatky a zručnosti súvisiace s jeho uplatnením vo svete práce. Jeho obsah je štruktúrovaný do tematických celkov a tém. Pri výbere učiva sa zohľadňuje jeho aplikácia v odborných predmetoch, prihliada sa na vymedzenú týždennú hodinovú dotáciu, na proporcionalitu a primeranosť učiva k schopnostiam žiakov.</p> <p>Obsah učiva je zameraný na účtovanie v sústave jednoduchého a podvojného účtovníctva. Cieľom je vysvetliť základné pojmy a úlohy účtovníctva a na ich základe položiť základy podstaty účtovníctva. Pochopenie dvojakeho pohľadu na majetok účtovnej jednotky vyjadrený v najdôležitejšom účtovnom výkaze /súvahe/, je predpokladom pre správne účtovanie v sústave podvojného účtovníctva. Vzhľadom na to, že účtovníctvo je dokladovou evidenciou ekonomických informácií, nevyhnutnou súčasťou obsahu učiva je problematika účtovnej dokumentácie, účtovných záznamov, účtovných zápisov a účtovných kníh. Žiaci sa oboznámia s účtovnými prípadmi súvisiacimi s účtovaním peňazí, pohľadávok a záväzkov. Ďalej sa oboznamujú s účtovaním o majetku, nákladoch a výnosoch, zisťovaním a účtovaním výsledku hospodárenia.</p> <p>Predmet vedie žiakov k tomu, aby základné komunikačné spôsobilosti a personálne vzťahy budovali na základe tolerancie. Aby získali a osvojili si teoretické vedomosti a zručnosti pri spôsobe a postupoch účtovania, pri vyhotovovaní a spracúvaní účtovných dokladov, analyzovaní získaných výsledkov a ich následné využitie v riadení a kontrole.</p> <p>Metódy, formy a prostriedky vyučovania účtovníctva majú stimulovať rozvoj poznávacích schopností žiakov, podporovať ich presnosť, dôslednosť, cieľavedomosť a samostatnosť. Uprednostňujú sa také stratégie vyučovania, pri ktorých žiak ako aktívny subjekt v procese výučby má možnosť spolurozhodovať a spolupracovať, učiteľ zase má povinnosť motivovať, povzbudzovať a viesť žiaka k čo najlepším výkonom, podporovať jeho aktivity všeobecne, ale aj v oblasti zvýšeného záujmu v rámci študijného odboru. Pri</p>	

výučbe sa používa forma výkladu, riadený rozhovor, práca s učebnicou a IKT pri využívaní účtovníckych programov. Vyučovanie prebieha v odbornej IKT učebni. Stimulovať poznávacie činnosti žiaka predpokladá uplatňovať vo vyučovaní predmetu účtovníctvo proporcionálne zastúpenie a prepojenie praktického a teoretického poznávania. Výchovné a vzdelávacie stratégie napomôžu rozvoju a upevňovaniu kľúčových kompetencií žiaka. Preto je dôležitou súčasťou teoretického poznávania a zároveň prostriedkom precvičovania, upevňovania, prehľbovania a systematizácie poznatkov okrem iného aj riešenie kvantitatívnych a kvalitatívnych úloh z učiva jednotlivých tematických celkov, úloh komplexného charakteru, ktoré umožňujú spájať a využívať poznatky. Hodnotenie žiakov bude založené na kritériách hodnotenia v každom vzdelávacom výstupe. Klasifikácia bude vychádzať z pravidiel hodnotenia školského vzdelávacieho programu. Použijú sa adekvátne metódy a prostriedky hodnotenia.

Výchovno-vzdelávacie ciele predmetu

Cieľom vyučovacieho predmetu účtovníctvo v študijnom odbore 6405 K pracovník marketingu je nadobudnúť vedomosti a zručnosti o spôsoboch a postupoch účtovania, pri vyhotovovaní a spracúvaní účtovných dokladov, analyzovať získané výsledky a využiť ich v riadení a kontrole. Učivo účtovníctva poskytuje žiakom vedomosti o náležitostiach a obehu základných účtovných dokladov, žiaci získajú zručnosti pri ich vyhotovovaní. Naučia sa kľúčové pojmy jednoduchého a podvojného účtovníctva, porozumieť kolobehu majetku, hospodárskym operáciám a účtovným prípadom. Pochopia princíp finančného hospodárenia firmy.

Vo vyučovacom predmete si žiaci osvojujú a rozvíjajú nasledovné kľúčové kompetencie:

Spôsobilosť konať samostatne v spoločenskom a pracovnom živote

- logicky a reálne zdôvodňovať svoje názory, konania a rozhodnutia,
- identifikovať priame a nepriame dôsledky svojej činnosti,
- vybrať si správne rozhodnutie a cieľ z rôznych možností,
- definovať svoje ciele a prognózy
- zdôvodňovať svoje argumenty, riešenia, potreby, práva, povinnosti a konanie

Spôsobilosť interaktívne používať vedomosti, informačné a komunikačné technológie, komunikovať v materinskom a cudzom jazyku

- vyjadrovať sa správne v materinskom jazyku v písomnej a hovorenej forme,
- identifikovať, vyhľadávať, triediť a spracovať rôzne informácie a informačné zdroje,
- posudzovať vierohodnosť rôznych informačných zdrojov,
- hodnotiť kriticky získané informácie,
- overovať a interpretovať získané údaje,
- pracovať s elektronickou poštou
- pracovať s rôznymi pokročilejšími informačnými a komunikačnými technológiami

Schopnosť pracovať v rôznorodých skupinách

- prejsť empatiu a sebareflexiu,
- stanoviť priority cieľov,
- rozhodnúť o výbere správneho názoru z rôznych možností,
- spolupracovať pri riešení problémov s inými ľuďmi,
- určovať najzávažnejšie rysy problému, rôzne možnosti riešenia, ich klady a zápory v danom kontexte aj v dlhodobějších súvislostiach, kritériá pre voľbu konečného optimálneho riešenia
- pracovať samostatne a riadiť prácu v menšom kolektíve

Obsah vzdelávania – rozpis učiva

Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník
Účtovníctvo	tretí	1	33
Názov tematického celku/Témy			Počet vyučovacích hodín
1. Základné pojmy a vzťahy účtovníctva			5

1.1 Všeobecná charakteristika účtovníctva, história a súčasnosť				1
1.2 Právna úprava účtovníctva				1
1.3 Základné pojmy				1
1.4 Zásady vedenia účtovníctva				1
1.5 Úlohy účtovníctva				1
2. Majetok a zdroje jeho krytia				7
2.1 Formy a zloženie majetku				3
2.2 Zdroje krytia majetku				2
2.3 Aktíva a pasíva				1
2.4 Inventúra a inventarizácia				1
3. Základy podvojného účtovníctva				13
3.1 Súvaha				4
3.2 Sústava účtov				5
3.3 Dokumentácia účtovných prípadov				4
4. Účtovné zápisy a účtovné knihy				2
4.1 Účtovné zápisy				1
4.2 Syntetická a analytická evidencia				1
5. Základné účtovanie rozličných účtovných prípadov				6
5.1 Rámcová účtová osnova				2
5.2 Základné účtovanie o peniazoch a ceninách				4
Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník	
Účtovníctvo	štvrtý	1,5	45	
Názov tematického celku/Témy				Počet vyučovacích hodín
1. Základné účtovanie rozličných účtovných prípadov				34
1.1 Účtovanie o pohľadávkach a záväzkoch				4
1.2 Účtovanie o materiáli				4
1.3 Účtovanie o dlhodobom majetku				6
1.4 Účtovanie nákladov				4
1.5 Účtovanie výnosov				4
1.6 Zisťovanie a účtovanie výsledku hospodárenia				3
1.7 Súvislý príklad z podvojného účtovníctva				9
2. Jednoduché účtovníctvo				11
2.1 Právna úprava účtovníctva				1
2.2 Základné pojmy účtovníctva				1
2.3 Zásady vedenia účtovníctva				1
2.4 Účtovné knihy				1
2.5 Peňažný denník				3

2.6 Kniha pohľadávok	1
2.7 Kniha záväzkov	1
2.8 Pomocné knihy	1
2.9 Účtovná závierka	1

2.6 VZOROVÉ UČEBNÉ OSNOVY PREDMETU ADMINISTRATÍVA A KOREŠPONDENCIA

Forma štúdia	denná
Vyučovací jazyk	slovenský
Charakteristika predmetu	
<p>Učivo vyučovacieho predmetu administratíva a korešpondencia poskytuje žiakom vedomosti a praktické zručnosti na racionálne vykonávanie administratívnych činností. Predmet administratíva a korešpondencia súvisí s obsahom všetkých odborných predmetov, preto je nevyhnutné uplatňovať medzipredmetové vzťahy hlavne s predmetom informatika pri práci s textovými editormi. Úlohou predmetu administratíva a korešpondencia je osvojiť si základnú odbornú terminológiu z oblasti techniky administratívy, obchodnej a úradnej korešpondencie, získať zručnosti pri písaní desaťprstovou hmatovou metódou, získať zručnosti v editovaní textu a dodržiavať platné normy pri písaní a formálnej úprave textu. Pri výučbe sa uprednostňuje maximálna presnosť pred rýchlosťou písania. Pri odpise odborného textu žiaci dodržiávajú normalizovanú úpravu písomností .</p> <p>Zvolené metódy, formy a prostriedky vyučovania majú stimulovať rozvoj poznávacích schopností žiakov, podporovať ich cieľavedomosť, samostatnosť a tvorivosť. Uprednostňujú sa také stratégie vyučovania, pri ktorých žiak ako aktívny subjekt v procese výučby má možnosť spolurozhodovať a spolupracovať, učiteľ zase má povinnosť motivovať, povzbudzovať a viesť žiaka k čo najlepšiemu výkonu, podporovať jeho aktivity všeobecne, ale aj v oblasti zvýšeného záujmu v rámci študijného odboru. Pri výučbe sa používa forma výkladu, preferuje sa práca s učebnicami, IKT a internetom.</p> <p>Získané vedomosti si žiaci upevňujú formou praktických cvičení po každom nácviku jednotlivých písmen. Hodnotenie žiakov bude založené na kritériách hodnotenia po každom vzdelávacom výstupe. Klasifikácia bude vychádzať z pravidiel hodnotenia školského vzdelávacieho programu.</p>	
Výchovno-vzdelávacie ciele predmetu	
<p>Cieľom vyučovacieho predmetu administratíva a korešpondencia v študijnom odbore 6405 K pracovník marketingu je poskytnúť žiakom vedomosti a zručnosti na úspešné vykonávanie odborných administratívnych prác.</p> <p>Žiaci získajú praktické zručnosti desaťprstovej hmatovej metódy, získajú správne návyky písania na klávesnici počítača, osobitnej úpravy textu, presnosti a zvyšovania rýchlosti písania.</p> <p>Vo vyučovacom predmete si žiaci osvojujú a rozvíjajú nasledovné kľúčové kompetencie:</p> <p><u>Spôsobilosť konať samostatne v spoločenskom a pracovnom živote</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - logicky a reálne zdôvodňovať svoje názory, konania a rozhodnutia, - identifikovať priame a nepriame dôsledky svojej činnosti, - vybrať si správne rozhodnutie a cieľ z rôznych možností, - definovať svoje ciele a prognózy <p><u>Spôsobilosť interaktívne používať vedomosti, informačné a komunikačné technológie, komunikovať v materinskom a cudzom jazyku</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - vyjadrovať sa správne v materinskom jazyku v písomnej a hovorenej forme, - identifikovať, vyhľadávať, triediť a spracovať rôzne informácie a informačné zdroje, - posudzovať vierohodnosť rôznych informačných zdrojov, - overovať a interpretovať získané údaje, <p><u>Schopnosť pracovať v rôznorodých skupinách</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - prejať empatiu a sebareflexiu, - stanoviť priority cieľov, - budovať a organizovať vyrovnanú a udržateľnú spoluprácu, - rozhodnúť o výbere správneho názoru z rôznych možností, - spolupracovať pri riešení problémov s inými ľuďmi, 	

- pracovať samostatne

Obsah vzdelávania – rozpis učiva

Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník
Administratíva a korešpondencia	prvý	1,5	49,5
Názov tematického celku/Témy			Počet vyučovacích hodín
1. Základné informácie o predmete administratíva a korešpondencia			2
1.1 Úvod do predmetu, obsah predmetu, starostlivosť o počítače. Ergonomické zásady a ochrana zdravia. Správne držanie tela a rúk pri písaní. Oboznámenie sa s programom /napr. ATF/			2
2. Nácvik písania na počítači. Stredný, horný a dolný písmenový rad			23
2.1 Príprava na prácu s počítačom, klávesnica počítača, správna technika písania, základná poloha prstov, riadkovanie			2
2.2 Nácvik písmen: d, f, j, k, a, ô			1
2.3 Praktické cvičenia			1
2.4 Nácvik písmen: s, l			1
2.5 Nácvik písmen: e, čiarka, w, x, o			1
2.6 Nácvik písmen: t, n			1
2.7 Nácvik písmen: c, i, q, y, p			1
2.8 Praktické cvičenia			1
2.9 Nácvik písmen: r, m			1
2.10 Nácvik písmen: u, v			1
2.11 Nácvik písmen: z, b			1
2.12 Praktické cvičenia			1
2.13 Nácvik písmen: Spojovník, pomlčka			1
2.14 Nácvik písmen: h, g			1
2.15 Nácvik písmen: ú, precvičovanie učiva			1
2.16 Praktické cvičenia			1
2.17 Nácvik písmen: Veľké písmená – ľavý preraďovač, Bodka			1
2.18 Nácvik písmen: Veľké písmená – pravý preraďovač			1
2.19 Nácvik písmen: Zámka preraďovača			1
2.20 Nácvik písmen: Precvičovanie učiva			1
2.21 Praktické cvičenia - nácvik súvislého textu			2
3. Nácvik písmen na číselnom rade, nácvik znamienok			18
3.1 Nácvik písmen: ý, ť			1

3.2 Praktické cvičenia	1
3.3 Návčik písmen: á , č	1
3.4 Návčik písmen: í , praktické cvičenia	1
3.5 Návčik písmen: š , é	1
3.6 Praktické cvičenia	1
3.7 Návčik písmen: ľ , ž	1
3.8 Praktické cvičenia	1
3.9 Návčik písmen: ä, ñ	1
3.10 Návčik písmen: Mäkčeň , Dížeň	1
3.11 Praktické cvičenia	2
3.12 Návčik písmen: Otáznik, výkričník	1
3.13 Návčik písmen: Dvojbodka, bodkočiarka, úvodzovky, znamienko opakovania	1
3.14 Návčik písmen: Zátvorky, lomka	1
3.15 Návčik písmen: Podčiarkovacie znamienko	1
3.16 Praktické cvičenia – návčik súvislého textu	1
4. Návčik číslic, symbolov, značiek a číselných údajov	6,5
4.1 Návčik číslic: číslice 5,8, paragraf, priemer, číslice 4, 9, percento, promile	1
4.2 Návčik číslic: 3, 0, 1, matematické značky, teplotný stupeň, pomer, miera	1
4.3 Návčik číslic: 6,7, zmiešané čísla, zlomky, palce,	1
4.4 Návčik číslic: 2, písanie dátumu a časových údajov	1
4.5 Návčik symbolov: Indexy, mocniny, chemické značky, rímske číslice	1
4.6 Praktické cvičenia – návčik súvislého textu	1,5

2.7 VZOROVÉ UČEBNÉ OSNOVY PREDMETU SVET PRÁCE

Forma štúdia	denná
Vyučovací jazyk	slovenský
Charakteristika predmetu	
<p>Vyučovací predmet svet práce poskytne žiakom základné vedomosti o formách a nástrojoch politiky zamestnanosti a trhu práce, žiaci sa naučia základnej orientácii na pracovnom trhu. Predmet vedie žiakov k aktívnemu a efektívnemu postupu pri hľadaní pracovného miesta po ukončení strednej školy.</p> <p>Obsah učiva je štruktúrovaný do dvoch častí. V prvej časti sa žiaci oboznámia so základnými pojmami a problémami pracovnoprávných vzťahov a Zákonníkom práce. V druhej časti sa žiaci oboznámia s rôznymi spôsobmi a zásadami pri hľadaní zamestnania.</p> <p>Učivo umožňuje žiakom získať všeobecné poznatky z oblasti pracovnoprávných vzťahov, naučiť sa správne prezentovať u budúceho zamestnávateľa, orientovať sa na trhu práce. Oboznámiť sa so sprostredkovateľskými a poradenskými službami v oblasti zamestnanosti. Žiaci nadobudnú zručnosť v písaní profesijného a štruktúrovaného životopisu, motivačného listu. Osvoja si základné pravidlá pri hľadaní zamestnania na inzerát v tlači a na internete.</p> <p>Metódy, formy a prostriedky vyučovania predmetu svet práce sa volia podľa obsahu jednotlivých tém. Uprednostňujú sa také, pri ktorých môžu žiaci prejaviť svoju samostatnosť, tvorivosť, komunikatívnosť. Metódy ako výklad, riadený rozhovor, práca s textom, spoločné i samostatné riešenie úloh sa striedajú, čo vedie žiakov k rozvoju poznávacích schopností.</p> <p>Predmet vedie žiakov k tomu, aby verbálne a neverbálne komunikačné spôsoby i personálne vzťahy budovali na základe korektnosti a prípadné konflikty vedeli riešiť kultivovaným spôsobom. Medzi</p>	

významné prvky vo výchovno-vzdelávacom procese predmetu svet práce patria nové informačné technológie. Internet a interaktívna tabuľa ponúkajú širokú možnosť prepojenia teórie na prax. Vyučovanie predmetu prebieha v odbornej alebo klasickej triede podľa potreby. Hodnotenie žiakov bude založené na kritériách hodnotenia v každom vzdelávacom výstupe. Klasifikácia bude vychádzať z pravidiel hodnotenia školského vzdelávacieho programu. Použijú sa primerané metódy a prostriedky hodnotenia.

Výchovno-vzdelávacie ciele predmetu

Cieľom vyučovacieho predmetu svet práce v študijnom odbore 6405 K pracovník marketingu je umožniť získať žiakom odborné teoretické vedomosti a zručnosti v oblasti pracovnoprávných vzťahov a trhu práce, spoločenských kontaktoch, spoločenského správania sa ako aj etického rozhodovania sa. Poskytnúť žiakom možnosť využívať a aplikovať poznatky z iných predmetov, formovať ich logické myslenie a rozvíjať vedomosti, zručnosti a kľúčové kompetencie využiteľné v ďalšom vzdelávaní a v pracovných aktivitách, aby sa úspešne presadil na trhu práce.

Vo vyučovacom predmete si žiaci osvojujú a rozvíjajú nasledovné kľúčové kompetencie:

Spôsobilosť konať samostatne v spoločenskom a pracovnom živote

- logicky a reálne zdôvodňovať svoje názory, konania a rozhodnutia
- porovnať formálne a neformálne pravidlá, zákonitosti, predpisy, sociálne normy, morálne zásady, vlastné a celospoločenské očakávania v systéme v ktorom existuje,
- identifikovať priame a nepriame dôsledky svojej činnosti
- vybrať si správne rozhodnutie a cieľ z rôznych možností
- vysvetliť svoje životné plány, záujmy a predsavzatia,
- popísať svoje ľudské práva, popísať svoje povinnosti, záujmy, obmedzenia a potreby,
- definovať svoje ciele a prognózy.

Spôsobilosť interaktívne používať vedomosti, informačné a komunikačné technológie, komunikovať v materinskom a cudzom jazyku

- vyjadrovať sa správne v materinskom jazyku v písomnej a v hovorenej forme,
- posudzovať vierohodnosť rôznych informačných zdrojov
- overovať a interpretovať získané údaje
- pracovať s elektronickou poštou.

Schopnosť pracovať v rôznorodých skupinách

- diskutovať konštruktívne, aktívne predkladať progresívne návrhy a pozorne počúvať druhých,
- prejavíť empatiu a sebareflexiu
- stanoviť priority cieľov
- určovať najzávažnejšie rysy problému, rôzne možnosti riešenia, ich klady a zápory v danom kontexte aj v dlhodobjších súvislostiach, kritériá pre voľbu konečného optimálneho riešenia,
- pracovať samostatne a riadiť práce v menšom kolektíve.

Obsah vzdelávania – rozpis učiva

Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník
Svet práce	štvrtý	0,5	15
Názov tematického celku/Témy			Počet vyučovacích hodín
1. Úvod do pracovného práva			1
1.1 Charakteristika pracovnoprávných vzťahov			1
2. Kolektívne pracovné právo			1
2.1 Kolektívne vyjednávanie, partnerstvo			1

3. Vznik, zmena a ukončenie pracovného pomeru	3
3.1 Vznik pracovného pomeru	1
3.2 Pracovná zmluva, náležitosti	1
3.3 Skončenie pracovného pomeru	1
4. Pracovný čas a čas odpočinku v pracovnom pomere	1
4.1 Pracovný čas, čas odpočinku, dovolenka, pracovné voľno	1
5. Mzda	1
5.1 Formy mzdy, pohyblivé zložky mzdy, minimálna mzda	1
6. Prekážky v práci	1
6.1 Náhrady výdavkov poskytované zamestnancom v súvislosti s výkonom práce	1
7. Bezpečnosť a ochrana zdravia pri práci	1
7.1 Povinnosti zamestnanca pri práci a zamestnávateľa pri vytváraní podmienok na prácu	1
8. Zamestnanosť, príprava na povolanie, rekvalifikácia	2
8.1 Sprostredkovanie zamestnania	1
8.2 Rekvalifikácia, pojem, význam	1
9. Svet práce a trh práce	2
9.1 Pojem trh práce, uplatnenie sa na trhu práce	1
9.2 Evidencia nezamestnaných	1
10. Ako sa uchádzať o zamestnanie	2
10.1 Životopis, druhy, náležitosti	1
10.2 Motivačný list, jeho cieľ, význam	1

2.8 VZOROVÉ UČEBNÉ OSNOVY PREDMETU APLIKOVANÁ INFORMATIKA

Forma štúdia	denná
Vyučovací jazyk	slovenský
Charakteristika predmetu	
<p>Predmet aplikovaná informatika je zameraný tak, aby sa žiaci naučili pracovať s informáciami., t.j. vyhľadávať, vyhodnocovať a spracúvať informácie a údaje. Žiaci sa naučia na užívateľskej úrovni používať operačný systém, získajú a osvoja si základné praktické zručnosti s aplikáciami, s prezentačným softvérom, s kancelárskym a grafickým softvérom, ktoré využijú v praxi. Získané poznatky sa naučia interpretovať prostredníctvom diagramov, grafov a prezentácií obsahovo zameraných pre daný odbor štúdia.</p> <p>Dôraz sa kladie na činnostný spôsob nadobúdania poznatkov, na spájanie teórie s praxou, čo znamená okamžité vyskúšanie preberaného učiva. Pri vyučovaní sa bude poukazovať na praktický význam prebraných technológií a postupov. Pri výbere úloh je nevyhnutné využívať medzipredmetové vzťahy s predmetmi administratíva a korešpondencia, matematika, účtovníctvo.</p> <p>Metódy, formy a prostriedky vyučovania predmetu aplikovaná informatika majú stimulovať rozvoj poznávacích schopností žiakov, podporovať ich cieľavedomosť, samostatnosť a tvorivosť. Uprednostňujú sa také stratégie vyučovania, pri ktorých žiak ako aktívny subjekt v procese výučby má možnosť</p>	

spolurozhodovať a spolupracovať, učiteľ motivuje, povzbudzuje a vedie žiaka k čo najlepším výkonom. Vyučovanie predmetu aplikovaná informatika sa uskutočňuje v PC učebni, trieda sa delí na skupiny podľa príslušných predpisov o bezpečnosti práce. Pri delbe na skupiny sa prihliada na záujem a predchádzajúce vedomosti a zručnosti žiakov.

Žiak má možnosť pracovať na praktických úlohách individuálne, resp. skupinovo. Zadaný praktický projekt vychádza zo zamerania konkrétneho študijného odboru.

Predmet aplikovaná informatika zameriava na odborný administratívny štýl v písomnej komunikácii v úradnom jazyku pri dodržiavaní jazykových, štylistických a formálnych zásad. Vedie žiakov k tvorivosti pri štylizácii obchodných listov a ďalších písomností, k používaniu moderných IKT.

Kladie sa dôraz na prepojenie výchovno-vzdelávacieho procesu s hospodárskou praxou. Vyučovanie je realizované formou praktických cvičení v cvičnej firme. V simulačných modeloch cvičnej firmy sa žiaci učia poznávať komplexné hospodárske a obchodné prípady. Spoznávajú štruktúru podniku, odhaľovanie súvislostí a stratégie podnikania.

Hodnotenie žiakov bude založené na kritériách hodnotenia po každom vzdelávacom výstupe. Klasifikácia bude vychádzať z pravidiel hodnotenia školského vzdelávacieho programu. Použijú sa adekvátne metódy a prostriedky hodnotenia.

Výchovno-vzdelávacie ciele predmetu

Cieľom vyučovacieho predmetu aplikovaná informatika v študijnom odbore 6405 K pracovník marketingu je poskytnúť žiakom vedomosti a zručnosti na úspešne vykonávanie odborných administratívnych prác. Zdokonaľiť žiakov v získavaní poznatkov a zručností pri komplexnom riešení obchodných prípadov, znášať riziko a zodpovednosť vo firmách. Žiaci získajú praktické zručnosti so spracovaním administratívnych písomností hospodárskej praxe pomocou prostriedkov IKT.

Vo vyučovacom predmete si žiaci osvojujú a rozvíjajú nasledovné kľúčové kompetencie:

Spôsobilosti konať samostatne v spoločenskom a pracovnom živote

- logicky a reálne zdôvodňovať svoje názory, konania a rozhodnutia,
- identifikovať priame a nepriame dôsledky svojej činnosti,
- vybrať si správne rozhodnutie a cieľ z rôznych možností,
- definovať svoje ciele a prognózy
- zdôvodňovať svoje argumenty, riešenia, potreby, práva, povinnosti a konanie

Spôsobilosť interaktívne používať vedomosti, informačné a komunikačné technológie, komunikovať v materinskom a cudzom jazyku

- vyjadrovať sa správne v materinskom jazyku v písomnej a hovorenej forme,
- identifikovať, vyhľadávať, triediť a spracovať rôzne informácie a informačné zdroje,
- posudzovať vierohodnosť rôznych informačných zdrojov,
- overovať a interpretovať získané údaje,
- pracovať s elektronickou poštou
- pracovať s rôznymi pokročilejšími informačnými a komunikačnými technológiami

Schopnosť pracovať v rôznorodých skupinách

- prejať empatiu a sebareflexiu,
- stanoviť priority cieľov,
- budovať a organizovať vyrovnanú a udržateľnú spoluprácu,
- rozhodnúť o výbere správneho názoru z rôznych možností,
- spolupracovať pri riešení problémov s inými ľuďmi,
- pracovať samostatne a riadiť práce v menšom kolektíve

Obsah vzdelávania – rozpis učiva

Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník
Aplikovaná informatika	tretí	1	33

Názov tematického celku/Témy	Počet vyučovacích hodín

1. Microsoft Office PowerPoint		13	
1.1 Charakteristika programu PowerPoint, využitie, spustenie, vzhľad, ovládanie		1	
1.2 Štruktúra prezentácie (prehľad, zobrazenia, rozloženie)		2	
1.3 Objekty prezentácie (text, odrážky, obrázky, pozadie, tabuľky, grafy, video, prepojenia)		3	
1.4 Efekty prezentácie (prechod snímky, časovanie, animácie)		2	
1.5 Finalizácia prezentácie (záver, zobrazenia pre prezentujúceho, podoby prezentácie)		1	
1.6 Vlastné záverečné projekty		4	
2. Microsoft Word – rozširujúce techniky práce		8	
2.1 Uplatňovanie programu pri praktických úlohách - tabuľky (formátovanie, výpočty)		3	
2.2 Grafika v programe Word (vloženie obrázku, vytvorenie vodotlače, WordArt, kreslenie obrázkov, diagramy, vytváranie grafov, vkladanie rovníc)		3	
2.3 Väzby na ďalšie aplikácie – export a import údajov (väzba Word – Excel, väzba Word – PowerPoint, Word - internet)		2	
3. Microsoft Office Excel		12	
3.1 Tvorba tabuľky -výpočty (vkladanie vzorcov)		2	
3.2 Tvorba tabuľky - výpočty (vkladanie funkcií a ich využitie)		2	
3.3 Práca s grafmi (vytváranie grafov, formátovanie objektov v grafe, úpravy grafov)		2	
3.4 Filtrovanie		1	
3.5 Funkcie s podmienkou		1	
3.6 Tlač (nastavenie vzhľadu stránky, nastavenie parametrov pre tlač)		1	
3.7 Záverečné projekty		3	
Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník
Aplikovaná informatika	štvrtý	2	60
Názov tematického celku/Témy		Počet vyučovacích hodín	
1. Písomnosti v oblasti marketingu		8	
1.1 Tvorba inzerátu na PC – Využitie nadobudnutých zručností z textového editora pri tvorbe		1	
1.2 Návrh a tvorba letáku na PC		1	
1.3 Návrh a tvorba pútača na PC		1	
1.4 Návrh a tvorba sloganu na PC		1	
1.5 Návrh a tvorba náborového plagátu na PC		2	
1.6 Návrh a tvorba loga		2	
2. Písomnosti v obchodnom styku		11	

2.1 Tvorba objednávky na PC	2
2.2 Tvorba faktúry na PC, formátovanie	2
2.3 Vypĺňanie faktúry na PC	2
2.4 Tvorba dodacieho listu na PC	2
2.5 Tvorba urgencie na PC	1
2.6 Tvorba reklamácie a reklamačného zápisu na PC	2
3. Písomnosti v oblasti platobného styku	6
3.1 Tvorba a vypĺňanie príjmového pokladničného dokladu na PC	2
3.2 Tvorba a vypĺňanie výdavkového pokladničného dokladu na PC	2
3.3 Tvorba príkazu na úhradu a vypĺňanie tlačív na PC	2
4. Personálne písomnosti	6
4.1 Tvorba žiadosti o prijatie do pracovného pomeru na PC	2
4.2 Tvorba europasu (životopisu) na PC	2
4.3 Tvorba motivačného listu na PC	2
5. Založenie cvičnej firmy	3
5.1 Predmet činnosti	1
5.2 Organizačno-právna forma podnikania	1
5.3 Platobný styk, založenie podnikateľského účtu	1
6. Organizácia činnosti cvičnej firmy	6
6.1 Pracovno-právne vzťahy cvičnej firmy	1
6.2 Mzdy zamestnancov	1
6.3 Organizačné usporiadanie firmy	1
6.4 Vzťahy nadriadenosti a podriadenosti	1
6.5 Pracovné porady	1
6.6 Zápisnice z porád	1
7. Obchodná činnosť cvičnej firmy	12
7.1 Marketing a reklama	1
7.2 Tvorba vizitky	1
7.3 Tvorba katalógu	2
7.5 Veľtrh, výstavy	1
7.6 Obchodné rokovania	1
7.7 Uzatváranie kúpnych zmlúv	1
7.8 Nákup a skladovanie	1
7.9 Evidencia zásob	1
7.10 Hotovostný platobný styk	1
7.11 Bezhotovostný platobný styk	1
7.12 Elektronické bankovníctvo	1
8. Evidencia cvičnej firmy	8
8.1 Obeh a evidencia dokladov	1
8.2 Objednávka	1
8.3 Faktúra	1

8.4 Ponukový list	1
8.5 Urgencia	1
8.6 Reklamácia	1
8.7 Výpis z bankového účtu	1
8.8 Vyhodnotenie cvičnej firmy	1

2.9 VZOROVÉ UČEBNÉ OSNOVY PREDMETU ODBORNÝ VÝCVIK

Forma štúdia	denná
Vyučovací jazyk	slovenský
Charakteristika predmetu	
<p>Odborný predmet odborný výcvik v študijnom odbore 6405 K pracovník marketingu rozvíja, rozširuje a prehľbuje učivo ekonomiky, marketingu, komunikácie a propagácie a tovaroznalectva. Vedomosti a zručnosti, ktoré žiaci získajú v tomto predmete veľmi úzko súvisia so zabezpečovaním vedomostí a zručností v oblasti marketingových činností v obchode. Pri výbere učiva sa prihliada k jeho aplikácii v ďalších odborných predmetoch, na vymedzenú týždennú hodinovú dotáciu, aj na proporionalitu a primeranosť učiva podľa schopností žiakov. V prvom a druhom ročníku je učivo zamerané na základné obchodné zručnosti, prezentáciu tovaru a sortimentné zameranie tovaru v závislosti od konkrétneho zamestnávateľa. V treťom a štvrtom ročníku sa kladie dôraz na marketingové činnosti v obchode manažment marketingu, administratívne činnosti a platobný styk.</p> <p>Predmet vedie žiakov k tomu, aby komunikačné spôsobilosti a personálne vzťahy budovali na základe tolerancie, aby získali a osvojili si praktické vedomosti a zručnosti v oblasti bezpečnej a hygienickej práce a manipulácie s tovarom a IKT.</p> <p>Metódy, formy a prostriedky vyučovania odborného výcviku stimulujú rozvoj poznávacích schopností žiakov, podporujú ich cieľavedomosť, samostatnosť, tvorivosť a nápaditosť v oblasti marketingu.</p> <p>Klasifikácia vychádza z pravidiel hodnotenia školského vzdelávacieho programu.</p> <p>Realizácia odborného výcviku bude prebiehať na pracoviskách praktického vyučovania u zamestnávateľa, ktorý získal osvedčenie o spôsobilosti poskytovať praktické vyučovanie v systéme duálneho vzdelávania, prípadne v dielni v škole.</p>	
Výchovno-vzdelávacie ciele predmetu	
<p>Všetky vzdelávacie ciele v oblasti odborného vzdelávania sa sústreďujú na determinovanie a rozvíjanie vedomostí, zručností a postojov, ktoré musí žiak počas štúdia nadobudnúť a výkonov, ku ktorým musí dospieť za špecifických podmienok. Cieľom vyučovacieho predmetu odborný výcvik v študijnom odbore 6405 K pracovník marketingu je poskytnúť žiakom súbor praktických zručností z oblasti marketingových a obchodných činností a služieb. Žiaci sa naučia používať všetky marketingové a komunikačné nástroje, obchodné a administratívne činnosti, získajú praktické poznatky o tovare a tovarových sortimentoch, o možnostiach využitia prostriedkov marketingového mixu.</p> <p>Vo vyučovacom predmete si žiaci osvojujú a rozvíjajú nasledujúce kľúčové kompetencie:</p> <p><u>Spôsobilosť konať samostatne v spoločenskom a pracovnom živote</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - logicky a reálne zdôvodňovať svoje názory, konania a rozhodnutia, - porovnať formálne a neformálne pravidlá, zákonitosti, predpisy, sociálne normy a morálne zásady, vlastné a celospoločenské očakávania v systéme, v ktorom existuje, - identifikovať priame a nepriame dôsledky svojej činnosti, - vybrať si správne rozhodnutie a cieľ z rôznych možností, - vysvetliť svoje životné plány, záujmy a predsavzatia, - definovať svoje ciele a prognózy, - popísať svoje ľudské práva, svoje povinnosti, záujmy, obmedzenia a potreby, - zdôvodňovať svoje argumenty, riešenia, potreby, práva, povinnosti a konanie. <p><u>Spôsobilosť interaktívne používať vedomosti, informačné a komunikačné technológie, komunikovať v materinskom a cudzom jazyku</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - vyjadrovať sa správne v materinskom jazyku v písomnej a hovorenej forme, - riešiť matematické príklady a rôzne situácie, 	

- identifikovať, vyhľadávať, triediť a spracovať rôzne informácie a informačné zdroje,
- posudzovať vierohodnosť rôznych informačných zdrojov a kriticky hodnotiť získané informácie,
- hodnotiť kriticky získané informácie,
- overovať a interpretovať získané údaje,
- pracovať s pokročilejšími informačnými a komunikačnými technológiami.

Schopnosť pracovať v rôznorodých skupinách

- prejavovať empatiu a sebareflexiu,
- motivovať pozitívne seba a druhých,
- prezentovať svoje myšlienky, návrhy a postoje,
- rozhodnúť o výbere správneho názoru z rôznych možností,
- spolupracovať pri riešení problémov s inými ľuďmi,
- pracovať samostatne a riadiť prácu v menšom kolektíve.

Obsah vzdelávania – rozpis učiva

Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník
Odborný výcvik	prvý	15	495
Názov tematického celku/Témy			Počet vyučovacích hodín
1. Úvod			12
1.1 Oboznámenie sa so strediskami, zaradenie do skupín. Oboznámenie sa s učivom.			6
1.2 Oboznámenie sa so spoločnosťou. Oboznámenie sa s pracovno-právnymi a organizačnými pokynmi.			6
2. Zásady hygieny a bezpečnosti práce			12
2.1 Základné ustanovenia právnych noriem a bezpečnosti a ochrane zdravia pri práci, Požiarna ochrana			6
2.2 Hygienické predpisy, HACCP			6
3. Zákazník, psychológia predaja			60
3.1 Pravidlá spoločenského správania			6
3.2 Typy zákazníkov – rozlišovanie typov v predajnom procese			6
3.3 Komunikácia so zákazníkmi			12
3.4 Riešenie konfliktných situácií			12
3.5 Praktický nácvik činností - modelové situácie			24
4. Maloobchod			162
4.1 Vývoj a funkcia obchodu, maloobchod a jeho význam			6
4.2 Maloobchodná sieť predajní			12
4.3 Hlavné úlohy predajne			12
4.4 Vonkajšia úprava predajne			6
4.5 Dispozičné a technické riešenie predajne			12
4.6 Zariadenie predajne			12
4.7 Zamestnanci obchodu, pracovná náplň			12
4.8 Predajný proces			18

4.9	Formy predaja – charakteristika, výhody a nevýhody	24	
4.10	Služby – rozdelenie, význam	12	
4.11	Praktický nácvik predaja	36	
5. Všeobecné tovaroznalectvo		42	
5.1	Charakteristika tovaru	6	
5.2	Základné rozdelenie tovaru	12	
5.3	Úžitkové vlastnosti, úžitková hodnota tovaru	6	
5.4	Hodnotenie úžitkových vlastností tovaru	6	
5.5	Vplyvy pôsobiace na tovar – ochrana tovaru, ošetrovanie tovaru	6	
5.6	Čiarový kód, certifikácia, zhoda produktu	6	
6. Základné maloobchodné operácie		66	
6.1	Príprava tovaru na predaj podľa sortimentu	6	
6.2	Manipulácia s tovarom v predajni	24	
6.3	Označovanie tovaru, merné jednotky	6	
6.4	Druhy a spôsoby balenia tovaru	12	
6.5	Druhy baliacich a viazacích materiálov	6	
6.6	Praktický nácvik spotrebiteľského a darčekového balenia tovaru	12	
7. Veľkoobchod		54	
7.1	Funkcie a členenie veľkoobchodu	6	
7.2	Zariadenie veľkoobchodu, dispozičné riešenie, druhy skladov	6	
7.3	Podmienky a spôsoby skladovania tovaru	6	
7.4	Hlavné zásady skladovania	6	
7.5	Manipulácia s tovarom	6	
7.6	Mechanizácia vo veľkoobchode, BOZP pri manipulácii s mechanizačnými prostriedkami	6	
7.7	Skladové operácie	6	
7.8	Distribúcia, distribučné kanály, distribučné stratégie	6	
7.9	Evidencia zásob vo veľkoobchode	6	
8. Marketing a prezentácia tovaru		87	
8.1	Definícia marketingu, základné marketingové pojmy	12	
8.2	Zákaznícky – vernostný program	12	
8.3	Marketingové označenia	12	
8.4	Spôsoby vystavenia tovaru v jednotlivých sortimentoch	12	
8.5	Druhotné vystavenia	9	
8.6	Ponuka tovaru, cenovky	12	
8.7	Úprava výkladu	6	
8.8	Príprava a realizácia vystavovania tovaru podľa vlastného výberu	12	
Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník

Odborný výcvik	druhý	17,5	577,5
Názov tematického celku/Témy		Počet vyučovacích hodín	
1. Zásady hygieny a bezpečnosti práce - preškolenie		7	
2. Sortimentné skupiny tovarov - podľa zamerania zamestnávateľa		266	
3. Obchodné operácie v maloobchode		269,5	
3.1 Nákup tovaru, prieskum trhu		7	
3.2 Objednávanie tovaru		7	
3.3 Praktické vystavovanie objednávky		7	
3.4 Príjem tovaru – odber a prebierka tovaru		21	
3.5 Kontrola a evidencia tovaru		56	
3.6 Praktické vystavovanie tlačív / dodací list, faktúra /		14	
3.7 Dodávateľské reklamácie a spotrebiteľské reklamácie		21	
3.8 Praktické vystavovanie dodávateľskej a spotrebiteľskej reklamácie		21	
3.9 Záručné lehoty, kontrola doby spotreby – význam, proces kontroly		35	
3.10 Skladovanie tovaru		14	
3.11 Zásoby tovaru na sklade, kolobeh tovaru		35	
3.12 Funkcia a úloha obalov		7	
3.13 Druhy obalov, obalová technika		7	
3.14 Manipulácia a skladovanie obalov		7	
3.15 Praktický nácvik manipulácie s obalmi		10,5	
4. Spotrebiteľ		35	
4.1 Zákon o ochrane spotrebiteľa		7	
4.2 Práva spotrebiteľa, ochrana spotrebiteľa v EÚ		7	
4.3 Formy poškodzovania spotrebiteľa		7	
4.4 Ochrana spotrebiteľa v predajnom procese – praktický nácvik		14	
Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník
Odborný výcvik	tretí	17,5	577,5
Názov tematického celku/Témy		Počet vyučovacích hodín	
1. Zásady hygieny a bezpečnosti práce - preškolenie		7	
2. Marketing		283	
2.1 Úloha marketingu v obchode		14	
2.2 Vplyv marketingu na kúpyschopnosť obyvateľstva		7	

2.3 Marketingový mix - produkt	21		
2.4 Marketingový mix - cena	21		
2.5 Marketingový mix - distribúcia	21		
2.6 Marketingový mix - propagácia	21		
2.7 Marketingový komunikačný systém - spätná väzba na spotrebiteľa	14		
2.8 Aplikácia prvkov komunikačného systému v obchodnej sieti	45		
2.9 Tvorba prezentácií v PowerPointe – firma, značka, produkt, služby	35		
2.10 Marketing v podnikaní – právne formy subjektov	14		
2.11 Obchodný zákonník – význam pre subjekt	7		
2.12 Živnostenský zákon – význam pre živnostníka	7		
2.13 Výhody a nevýhody podnikania v obchodných spoločnostiach	7		
2.14 Výhody a nevýhody súkromného podnikania	7		
2.15 Osobnosť podnikateľa	7		
2.16 Podnikateľský plán – praktický nácvik tvorby plánu	35		
3. Administratíva a korešpondencia	189		
3.1 Štruktúra a štylizácia obchodných listov	7		
3.2 Praktický nácvik tvorby obchodných listov	7		
3.3 Zásady tvorby prostriedkov písomnej propagácie – praktický nácvik	28		
3.4 Písomnosti používané v obchodnom styku	21		
3.5 Ponuka produktov formou listu	14		
3.6 Jednoduché právne písomnosti - praktický nácvik	42		
3.7 Vnútro podnikové písomnosti - praktický nácvik	42		
3.8 Osobné listy – praktický nácvik	21		
3.9 Systém uloženia a archivácie písomností	7		
4. Platobný styk	98,5		
4.1 Význam platobného styku	7		
4.2 Hotovostný platobný styk	7		
4.3 Doklady spojené s hotovostným platobným stykom / VPD, PPD /	14		
4.4 Bezhotovostný platobný styk	7		
4.5 Doklady spojené s bezhotovostným platobným stykom / príkaz na úhradu / , platby poštovými poukážkami	14		
4.6 Elektronické bankovníctvo, platobné karty	7		
4.7 Kombinovaný platobný styk	7		
4.8 Elektronická registračná pokladnica – registrácia hotovostnej a bezhotovostnej platby, pokladničná hotovosť	10,5		
4.9 Kniha elektronickej registračnej pokladnice a zúčtovanie tržieb	7		
4.10 Elektronická registračná pokladnica – praktický nácvik	18		
Rozpis učiva predmetu	Ročník	Počet týždenných vyučovacích hodín	Počet vyučovacích hodín za ročník

Odborný výcvik	štvrtý	17,5	525
Názov tematického celku/Témy		Počet vyučovacích hodín	
1. Zásady hygieny a bezpečnosti práce - preškolenie		7	
2. Obchodné záväzkové vzťahy		56	
2.1 Vznik obchodných záväzkových vzťahov		14	
2.2 Kúpna zmluva – náležitosti, odstúpenie od zmluvy		14	
2.3 Praktické vystavovanie kúpnej zmluvy		14	
2.4 Povinnosti predávajúceho a kupujúceho		14	
3. Marketing manažment		413	
3.1 Úloha marketingového manažmentu vo firme		14	
3.2 Výskum trhu – praktický nácvik		56	
3.3 SWOT analýza firmy – praktický nácvik		42	
3.4 Analýza marketingového prostredia firmy		28	
3.5 Produktová stratégia firmy – praktický nácvik		42	
3.6 Cenová stratégia firmy – praktický nácvik		42	
3.7 Distribučná stratégia firmy – praktický nácvik		42	
3.8 Propagačná stratégia firmy – praktický nácvik		42	
3.9 Marketingový plán / časový, finančný / - praktický nácvik		56	
3.10 PowerPoint – prezentácie podľa zadania		49	
4. Manažment – vedenie obchodnej prevádzky		49	
4.1 Organizácia práce		14	
4.2 Štýly vedenia		14	
4.3 Výberové pohovory		21	