
**Stanovení zkoušek, témat, termínů,
absolutoria šk. roku 2023/2024**

Kód a název oboru vzdělání: 82-43-N/.. Multimediální tvorba v propagaci

Název vzdělávacího programu: 82-43-N/11 Multimediální tvorba v propagaci

Profilová část absolutoria

1. povinná zkouška	Cizí jazyk	Ústní zkouška	
2. povinná zkouška	Odborné předměty	Ústní zkouška	Zahrnuje také témata: Dějiny výtvarné kultury Propagace
3. povinná zkouška	Obhajoba absolventské práce	Ústní zkouška	

Jarní termín absolutoria 2024

Odevzdání tématu absolventské práce:	30. 9. 2023
Přihláška k absolutoriu řediteli školy do:	1. 12. 2023
Uzavření klasifikace za letní období:	31. 5. 2024
Ústní zkoušky profilové části: (včetně obhajoby absolventské práce)	10. 6. - 14. 6. 2024*
Předání vysvědčení absolventům:	14. 6. 2024*

*** Konkrétní termíny budou upřesněny harmonogramem nejpozději 2 měsíce před konáním absoluturí.**

S pomůckami povolenými při přípravě na zkoušku u jednotlivých předmětů se můžete seznámit v předstihu, jsou k nahlédnutí u vyučujících příslušných předmětů.

Schváleno dne 4. září 2023



ART ECON
- Vyšší odborná škola, s.r.o.
Husovo nám. 2061/91
796 01 Prostějov
Tel.: +420 777 733 194
IČ: 25373609
Ing. Renata Kubová
ředitelka školy

Témata ústní absolventské zkoušky

školní rok 2023/2024

Předmět: **Anglický jazyk**
Studijní obor: **82-43-N/.. Multimediální tvorba v propagaci**
VP: **82-43-N/11 Multimediální tvorba v propagaci**
Třída: **3.MTP**

1. MULTIMEDIA
2. HISTORY OF ADVERTISEMENT
3. CONTEMPORARY ADVERTISING (21ST CENTURY)
4. MULTIMEDIA ADVERTISING AND HOW TO USE MULTIMEDIA FOR BUSINESS MARKETING
5. CONTROVERSY IN ADVERTISING
6. LOGO, FAMOUS BRAND LOGOS
7. APPLIED PSYCHOLOGY AND ARISTOTLE'S RHETORICAL TRIANGLE
8. WHAT IS GRAPHIC DESIGN AND HOW GRAPHIC DESIGN WORKS
9. THE GRAPHIC DESIGN PROCESS
10. COMPUTER GRAPHIC AND TYPES OF ANIMATION TECHNIQUES IN MULTIMEDIA
11. THE PROCESS OF STOP MOTION ANIMATION
12. THE PROCESS OF 2D ANIMATION
13. 12 ANIMATION PRINCIPLES
14. 3D ANIMATION
15. VISUAL COMMUNICATION
16. THE ROLE OF IMAGES AS A COMMUNICATIVE TOOL/ PHOTOGRAPHY
17. HISTORY AND THE ROLE OF TYPOGRAPHY AND ITS RULES
18. HISTORY OF ART
19. WEB DESIGN
20. VIDEO GAME DESIGN

Zpracovala: Mgr. Iveta Andělová

Dne 4. září 2023 projednáno v katedře ČJL a APSY.

Schváleno dne 5. září 2023



ART ECON
- Vyšší odborná škola, s.r.o.
Husovo nám. 2061/91
796 01 Prostějov
Tel.: +420 777 733 194
IČ: 25373609

Ing. Renata Kubová
ředitelka školy

Povolené pomůcky při přípravě na zkoušku:

- vlastní slovník (bez poznámek a vpisů) schválený před zkouškou zkoušejícím
- Anglicko-český slovník s počitatelností a frázovými slovesy – Obertová Radka, Olomouc 2002
- Anglicko-český česko-anglický slovník - Fronek, Josef
- Student portfolio

Témata ústní absolventské zkoušky

školní rok 2023/2024

Předmět: **Dějiny výtvarné kultury a propagace**
Studijní obor: **82-43-N/.. Multimediální tvorba v propagaci**
VP: **82-43-N/11 Multimediální tvorba v propagaci**
Třída: **3.MTP**

1.
 - a) Propagace a reklama (rozdíl mezi propagací a reklamou, druhy propagace, propaganda, nábor, agitace, public relations, image a cílová skupina, design výrobku – výhody a přínosy nezaměnitelného designu výrobku).
 - b) Výtvarné projevy pravěku
2.
 - a) Vývoj propagace (starověk, středověk, novověk, Průmyslová revoluce a vývoj reklamy v 19. století, reklama ve 20. století).
 - b) Umění Mezopotámie a Egypta
3.
 - a) Základní propagační prostředky, doplňkové a zvláštní propagační prostředky, dělení propagačních prostředků.
 - b) Umění oblasti Egejského moře (Kréta, Mykény) a Řecko
4.
 - a) Faktory rozhodující o účinnosti reklamy a kritéria hodnocení její účinnosti.
 - b) Etruské umění, Řím a Křesťanská antika
5.
 - a) Vliv psychologie na tvorbu propagačních prostředků (vnímání reklamy spotřebitelem, psychologická charakteristika spotřebitelů podle chování při nákupu), využívání strachu, erotických a sexuálních motivů, humoru při tvorbě propagačních prostředků. Etický kodex.
 - b) Umění raného středověku a románský sloh
6.
 - a) Tvorba propagačního textu – textař, obsah propagačního textu, znaky dobrého hesla, titulek, podtitulek, heslo a slogan, zásady při volbě písma, rozlišení sloganů.
 - b) Gotický sloh
7.
 - a) Totožnost firmy, corporate identity. Grafický manuál, 3D reklama, rozdělení propagačních prostředků 3D reklamy.
 - b) Italská renesance

-
- 8.
- a) Značka - její význam, hodnota a způsoby budování značky.
 - b) Zaalpská renesance
- 9.
- a) Volba vhodných propagačních prostředků a faktory ovlivňující jejich výběr.
 - b) Italské baroko
- 10.
- a) Současné trendy v oblasti propagace (zejména využití sociálních sítí v propagaci).
 - b) Zaalpské baroko
- 11.
- a) Reklama (funkce reklamy, druhy reklamy, mobilní reklama, reklama outdoor, reklama indoor, první náznaky reklamy, nevýhoda reklamy, reklama na internetu).
 - b) Rokoko
- 12.
- a) Cíle reklamy, tvorba reklamy a styl reklamního sdělení. Hodnocení účinnosti reklamního sdělení.
 - b) Klasicismus
- 13.
- a) Reklamní agentura – vztah mezi agenturou a klientem, co vyžaduje tvůrčí proces při vytvoření reklamy, POP prostředky, sponzorování.
 - b) Architektura, socha, malba 1. poloviny 19. století - romantismus, realismus, akademismus, historizující architektura
- 14.
- a) Pojmy reklamy, název, značka, logo, logotyp.
 - b) Architektura, socha, malba 2. poloviny 19. století - impresionismus, postimpresionismus, pointilismus, historizující architektura, A. Rodin
- 15.
- a) Marketingový mix a jeho komplexnost a provázanost jednotlivých složek.
 - b) Secese a symbolismus
- 16.
- a) Marketingová komunikace – nástroje vhodné pro realizaci reklamní kampaně.
 - b) Malířské a sochařské směry 1. pol. 20. stol. - fauvismus, expresionismus, kubismus, futurismus, abstrakce, dadaismus, surrealismus
- 17.
- a) Charakteristika jednotlivých aspektů tvorby reklamní kampaně.
 - b) Architektura 1. poloviny 20. století - purismus, funkcionalismus, ind. moderna, konstruktivismus, De Stijl, Bauhaus

18.

a) Zásady a proces tvorby reklamní kampaně.

b) Malířské a sochařské směry 2. poloviny 20. století - Nefigurativní (Akční malba, Op-art, Kinetismus, Minimal-art); Figurativní (Nová figurace, Pop-art, Nový realismus, Hyperrealismus)

19.

a) Proces návrhu reklamní kampaně a základní rozhodnutí při přípravě tohoto návrhu.

b) Architektura 2. poloviny 20. století - Mezinárodní sloh, Individualističtí architekti, Brutalismus, Skořepiny, Paraboly, Postmoderna, Dekonstruktivismus, High-tech, Organická architektura, Minimalistická architektura

20.

a) Analýza existujících reklamních kampaní a současné trendy v oblasti propagace.

b) Akční umění - Konceptualismus, Happening, Performance, Instalace, Objekt, Land-art, Body-art

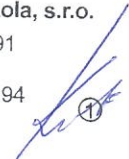
Zpracovali: Mgr. Romana Mikemková, Ing. Pavel Michalec MBA.

Dne 4. září 2023 projednáno v katedře multimediální tvorba.

Schváleno dne 5. září 2023



ART ECON
- Vyšší odborná škola, s.r.o.
Husovo nám. 2061/91
796 01 Prostějov
Tel.: +420 777 733 194
IČ: 25373609



Ing. Renata Kubová
ředitelka školy

Témata absolventské práce

školní rok 2023/2024

Studijní obor: **82-43-N/.. Multimediální tvorba v propagaci**
VP: **82-43-N/11 Multimediální tvorba v propagaci**
Třída: **3.MTP**

1. Corporate design
2. Ilustrovaná kniha
3. Katalog
4. Kalendář
5. Propagační firemní materiály
6. Vlastní návrh témat studentů

Harmonogram absolventských zkoušek:

Harmonogram absolventských zkoušek je zpracován **v příložené tabulce**. Tabulka je zveřejněna na webových stránkách školy. Konkrétní termíny budou upřesněny harmonogramem nejpozději 2 měsíce před konáním absolutorií.

Přihlášky k absolutoriu jaro 2024 žák odevzdá do **1. prosince 2023**

Přesný harmonogram jednotlivých zkušebních dnů bude zveřejněn týden před danou zkouškou.



ART ECON
- Vyšší odborná škola, s.r.o.
Husovo nám. 2061/91
796 01 Prostějov
Tel.: +420 777 733 194
IČ: 25373609

V Prostějově dne 5. září 2023

Ing. Renata Kubová
ředitelka školy

