



Maturitní okruhy 2026/2027

Dějiny umění a Design a reklama

1. Pojem architektura
2. Pojem malířství
3. Pojem sochařství
4. Pojem grafika
5. Antická mytologie a křesťanské náměty v dějinách umění
6. Antické Řecko
7. Antický Řím a křesťanská antika
8. Svět středověkého člověka
9. Krize pozdního středověku a svět renesančního člověka
10. Svět barokního člověka
11. Klasicismus, historismus a eklektismus
12. Evropské malířství 1824–1874
13. Impresionismus a postimpresionismus
14. Secese a art-deco
15. Svět moderního člověka v dílech výtvarného umění
16. Grafický design; definice, principy, obory a využití vizuální komunikace
17. Rastrová a vektorová grafika; principy, rozdíly, využití, Programy Adobe Photoshop a Adobe Illustrator; specifika, použití a základní rozhraní
18. Korporátní identita; definice, součásti, postup a tvorba, souvislost s korporátním designem, Korporátní design; definice, součásti, tvorba a využití v praxi
19. Logo; definice, druhy, konstrukce a využití
20. Grafický manuál; pravidla použití vizuální identity, obsah, cíl, použití, popis jednotlivých částí
21. Webdesign; principy, návrh a uživatelské rozhraní
22. Reklamní kampaň; plánování, realizace a vyhodnocení
23. Typy reklamních kampaní; druhy, měření a vyhodnocování metrik
24. Formáty reklamních kampaní; druhy, využití a specifika
25. Tvorba obsahu pro sociální sítě; strategie, formáty a trendy digitální komunikace
26. Psychologie barev; význam, působení a využití v grafickém designu, symboly v reklamě a grafickém designu
27. Typografie; principy sazby, druhy písma, čitelnost a využití v grafickém designu
28. Veřejný a digitální prostor, rozdíly mezi nimi, způsoby reklamy používané v každém z nich a příklady grafického designu ve veřejném prostoru (orientační systémy, značky, identita měst...), vizuální smog
29. Obrazový materiál v reklamě a grafickém designu, reklamní a produktová fotografie/video, příklady zajímavých reklamních kampaní z obrazového hlediska
30. Umělá inteligence v reklamě, médiích, designu a dalších oblastech života – vysvětlení pojmu, různé modely/chatboty/asistenty/nástroje AI, generativní a obecná AI, generování reklamního obrazového obsahu, fenomén deep-fake a možnosti jeho rozpoznávání, metody trénování AI a „halucinování“ AI či „předpojatost“ AI získaná z dat, omezení generativní AI a etické otázky spojené s AI