Specialista/specialistka marketingu (kód: 66-021-N)

Autorizující orgán: Ministerstvo průmyslu a obchodu
Skupina oborů: Obchod (kód: 66)
Týká se povolání: Specialista marketingu
Kvalifikační úroveň NSK - EQF: 5

Odborná způsobilost

Název	Úroveň
Orientace v základních principech marketingu	5
Orientace v marketingovém mixu	5
Orientace v marketingových strategiích	5
Provádění marketingových analýz	5
Příprava podkladů pro marketingový výzkum	5
Zpracování a prezentace marketingového dotazníku	5
Spolupráce na tvorbě marketingového a obchodního plánu	5
Analýza prodeje a trhů a monitoring trhu	5

Platnost standardu

Standard je platný od: 11.02.2022

Kritéria a způsoby hodnocení

Orientace v základních principech marketingu

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Definovat marketing a vyjmenovat podnikatelské koncepce	Ústní ověření
b) Charakterizovat podnikatelské koncepce, popsat jejich podstatu a vysvětlit na příkladech	Ústní ověření
c) Vysvětlit roli marketingu v tržním hospodářství a podrobit marketing kritice	Ústní ověření
d) Rozlišit vnímání základních složek marketingu z pozice firmy a z pozice zákazníka	Ústní ověření
e) Vysvětlit pozici marketingu ve firemním řízení	Ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Orientace v marketingovém mixu

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Definovat a charakterizovat jednotlivé složky marketingového mixu	Ústní ověření
b) Rozčlenit výrobek podle různých kritérií	Ústní ověření
c) Vymezit značku výrobku a rozlišit jednotlivé druhy značek	Ústní ověření
d) Vysvětlit jednotlivé fáze životního cyklu výrobku na praktických příkladech	Ústní ověření
e) Vymezit podstatu velkoobchodu a charakterizovat jednotlivé typy velkoobchodu	Ústní ověření
f) Vyjmenovat maloobchodní jednotky a orientovat se v současném maloobchodu (obchodní řetězce)	Ústní ověření
g) Zdůvodnit význam propagace pro úspěch firmy na trhu	Ústní ověření
h) Posoudit kalkulaci ceny zadaného produktu z pozice firmy a užitné hodnoty (ceny) z pohledu spotřebitele	Praktické předvedení a ústní ověření
i) Uvést a navrhnout základní cíle a metody při stanovování ceny pro zadaný produkt a zpracovat kalkulaci prodejní ceny zadaného produktu	Praktické předvedení a ústní ověření
j) Navrhnout vhodnou distribuční cestu pro zadaný produkt	Praktické předvedení a ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Orientace v marketingových strategiích

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Charakterizovat marketingové strategie	Ústní ověření
b) Popsat matici růstu podniku	Ústní ověření
c) Orientovat se v konkurenčních strategiích	Ústní ověření
d) Popsat a předvést tvorbu marketingové strategie u konkrétního výrobku	Praktické předvedení a ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Provádění marketingových analýz

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Charakterizovat podstatu marketingového řízení a plánování	Ústní ověření
b) Zpracovat a popsat analýzu BCG na konkrétním příkladu	Praktické předvedení a ústní ověření
c) Zpracovat a popsat SWOT analýzu na konkrétním příkladu	Praktické předvedení a ústní ověření
d) Popsat a předvést postup při zkoumání dynamiky trhu	Praktické předvedení a ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Příprava podkladů pro marketingový výzkum

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Charakterizovat podstatu marketingového výzkumu	Ústní ověření
b) Orientovat se v technikách marketingového výzkumu	Ústní ověření
c) Získat, třídit a využít informace pro realizaci marketingového výzkumu	Praktické předvedení a ústní ověření
d) Navrhnout marketingový informační systém	Praktické předvedení a ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Zpracování a prezentace marketingového dotazníku

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Popsat postup tvorby dotazníku	Ústní ověření
b) Formulovat otázky v dotazníku	Praktické předvedení a ústní ověření
c) Provést vyhodnocení výzkumu	Praktické předvedení a ústní ověření
d) Vytvořit prezentaci a prezentovat výsledky zjištěné dotazníkem	Praktické předvedení a ústní ověření
e) Pracovat s nástrojem na tvorbu a vyhodnocení dotazníku Google Formuláře	Praktické předvedení a ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Spolupráce na tvorbě marketingového a obchodního plánu

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Popsat a předvést procesy spolupráce jednotlivých úseků organizace při studii trhů organizace	Praktické předvedení a ústní ověření
b) Popsat a předvést procesy spolupráce jednotlivých úseků organizace při studiu chování zákazníků	Praktické předvedení a ústní ověření
c) Popsat a předvést vývoj marketingové strategie v podniku	Praktické předvedení a ústní ověření
d) Popsat a převést postup při tvorbě marketingového plánu v jednotlivých etapách (průzkum trhu, konkurence, strategie marketingového plánu, rozpočet marketingového plánu, marketingové cíle, marketingový mix a sledování výsledků marketingového plánu)	Praktické předvedení a ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Analýza prodeje a trhů a monitoring trhu

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Popsat a předvést analýzu počtu zákazníků	Praktické předvedení a ústní ověření
b) Popsat a předvést analýzu výkyvů prodeje	Praktické předvedení a ústní ověření
c) Popsat a předvést analýzu trhu z pohledu celkového podílu na trhu, podílu segmentu a relativního podílu na trhu	Praktické předvedení a ústní ověření
d) Popsat a předvést monitoring značky a monitoring zákazníka	Praktické předvedení a ústní ověření
e) Zpracovat a předvést prezentaci z analýzy prodeje a trhů	Praktické předvedení a ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Organizační a metodické pokyny

Pokyny k realizaci zkoušky

Autorizovaná osoba informuje, které doklady musí uchazeč předložit, aby zkouška proběhla v souladu s platnými právními předpisy.
Před zahájením vlastního ověřování musí být uchazeč seznámen s pracovištěm a s požadavky bezpečnosti a ochrany zdraví při práci (BOZP) a požární ochrany (PO), o čemž bude autorizovanou osobou vyhotoven a uchazečem podepsán písemný záznam.

Autorizovaná osoba, resp. autorizovaný zástupce autorizované osoby, je oprávněna předčasně ukončit zkoušku, pokud vyhodnotí, že v důsledku činnosti uchazeče bezprostředně došlo k ohrožení nebo bezprostředně hrozí nebezpečí ohrožení zdraví, života a majetku či životního prostředí. Zdůvodnění předčasného ukončení zkoušky uvede AOs do Záznamu o průběhu a výsledku zkoušky. Uchazeč může ukončit zkoušku kdykoliv v jejím průběhu, a to na vlastní žádost.

Zdravotní způsobilost pro vykonání zkoušky není vyžadována.

Kompetence: **Orientace v marketingovém mixu**, kritérium h) - i) uchazeč v rámci těchto kritérií navrhne základní cíle a metody při stanovení ceny, zpracuje kalkulaci prodejní ceny. Zároveň posoudí kalkulaci ceny z pozice firmy a užitné hodnoty z pohledu spotřebitele. Kritérium j) pro zadaný produkt uchazeč navrhne vhodnou distribuční cestu od výrobce po spotřebitele.

Kompetence: **Orientace v marketingových strategiích**, kritérium d) uchazeč na konkrétním výrobku, nebo zboží popíše a předvede tvorbu marketingové strategie.

Kompetence: **Provádění marketingových analýz**, kritérium b) - d) uchazeč vytvoří BCG matici a popíše význam jednotlivých kvadrantů pro rozhodování managementu firmy. Kritérium c) uchazeč zpracuje SWOT analýzu pomocí mřížky, to znamená v čem firma vyniká a co je její slabou stránkou, jaké zdroje a jaký objem zdrojů má k dispozici a jakým způsobem lze s danými zdroji pracovat, jaké jsou vstupy do výroby, pracovníci a jejich kvalifikovanost, volné finanční prostředky, stabilita a kvalifikovanost manažerů firmy. Kritérium d) uchazeč popíše a předvede postup při zkoumání dynamiky trhu.

Kompetence: **Příprava podkladů pro marketingový výzkum**, kritérium c) - d) uchazeč obdrží před zahájením zkoušky od autorizované osoby informace o 10 výrobcích popřípadě zboží; jejich cenu, prodej za rok a podle jednotlivých měsíců; distribuční kanály; zákazníky - cílové skupiny, konkurenci, tržní příležitosti v okolí firmy. Na základě těchto podkladů popíše způsob jejich získání, provede jejich vytřídění a vysvětlí jejich využití. Zároveň obdrží objednávky a prodeje za rok, ceny, výše skladových zásob, obrátky zásob, přehled pohledávek u odběratelů a navrhne informační systém pro management firmy v rozsahu - počty pracovníků, zařízení a informační technologie pro sběr, třídění, analyzování a distribuování potřebných včasných a přesných informací pro rozhodování.
Kompetence: **Zpracování a prezentace marketingového dotazníku**, kritérium b) - e) bezprostředně před zahájením zkoušky zadá autorizovaná osoba uchazeči specifikaci pro zpracování marketingového dotazníku s konkrétním zaměřením na jeden produkt nebo službu. Uchazeč zpracuje dotazník, který musí obsahovat minimálně 5 otevřených a 5 uzavřených otázek. Uchazeč v rámci zkoušky předvede práci při zpracování marketingového dotazníku jednak prostřednictvím textového a tabulkového procesoru a také s využitím nástroje Google Formuláře. K vyhodnocení dotazníku použije textový a tabulkový editor a vytvoří minimálně jeden graf s komentářem. Zároveň vyhodnotí dotazník s využitím nástroje Google Formuláře.

Kompetence: **Spolupráce na tvorbě marketingového a obchodního plánu**, kritérium a) - d) uchazeč před zahájením zkoušky obdrží od autorizované osoby informace o stávající konkurenci – 3 firmy, nové konkurenci – 1 firma, 10 zákaznících a výši jejich odběrů za rok v kusech a korunách, 3 potencionálních zákaznících na trhu a popíše a předvede procesy spolupráce jednotlivých úseků organizace při studiu trhů organizace a chování zákazníků. Dále obdrží informace o výši finančních prostředků firmy, výši celkových prodejů za rok a popis konkurenční výhody proti konkurenci, tržní podíl a počty zákazníků, seznam propagačních aktivit, distribučních kanálů, oceňování produktů a systém řízení vztahů se zákazníky a popíše a předvede vývoj marketingové strategie a marketingového plánu.

Kompetence: **Analýza prodeje a trhů a monitoring trhu**, kritérium a) - e) uchazeč před zahájením zkoušky obdrží od autorizované osoby informace o 10 výrobcích – zboží a 5 výrobcích privátní značky, jejich ceně, prodeji za rok a podle jednotlivých měsíců, tržní podíl na obratu firmy a tržní podíl na vnějším trhu, výši skladových zásob, obrátky zásob, distribučních kanálech, 50 zákaznících rozdělených do cílových skupin, konkurenci, tržních příležitostech v okolí firmy a

zpracuje, popíše a předvede analýzy a monitoring dle zadání.

Výsledné hodnocení

Zkoušející hodnotí uchazeče zvlášť pro každou kompetenci a výsledek zapisuje do záznamu o průběhu a výsledku zkoušky. Výsledné hodnocení pro danou kompetenci musí znít „splnil“ nebo „nesplnil“ v závislosti na stanovení závaznosti, resp. nezávaznosti jednotlivých kritérií u každé kompetence. Výsledné hodnocení zkoušky zní buď „vyhověl“, pokud uchazeč splnil všechny kompetence, nebo „nevyhověl“, pokud uchazeč některou kompetenci nesplnil. Při hodnocení „nevyhověl“ uvádí zkoušející vždy zdůvodnění, které uchazeč svým podpisem bere na vědomí.

Počet zkoušejících

Zkouška probíhá před jednou autorizovanou osobou; zkoušejícím je jedna autorizovaná fyzická osoba s autorizací pro příslušnou profesní kvalifikaci anebo jeden autorizovaný zástupce autorizované podnikající fyzické nebo právnické osoby s autorizací pro příslušnou profesní kvalifikaci.

Požadavky na odbornou způsobilost autorizované osoby, resp. autorizovaného zástupce autorizované osoby

Autorizovaná osoba, resp. autorizovaný zástupce autorizované osoby musí splňovat tento požadavek:

a) Vyšší odborné vzdělání v oblasti marketingu, ekonomiky nebo obchodu a alespoň 5 let odborné praxe v oblasti marketingu nebo ve funkci učitele praktického vyučování nebo odborného výcviku v oblasti marketingu, ekonomiky nebo obchodu.
b) Vysokoškolské vzdělání se zaměřením na marketing, ekonomiku nebo obchod a alespoň 5 let odborné praxe v oblasti marketingu nebo ve funkci učitele odborných předmětů nebo učitele praktického vyučování nebo odborného výcviku v oblasti marketingu, ekonomiky nebo obchodu.
c) Profesní kvalifikace 66-021-N Specialista/specialistka marketingu a střední vzdělání s maturitní zkouškou a alespoň 5 let odborné praxe v oblasti marketingu.

Žadatel o udělení autorizace prokazuje splnění požadavků na odbornou způsobilost autorizujícímu orgánu, a to předložením dokladu nebo dokladů o získání odborné způsobilosti v souladu s hodnoticím standardem této profesní kvalifikace, nebo takovým postupem, který je v souladu s požadavky uvedenými v hodnoticím standardu této profesní kvalifikace autorizujícím orgánem stanoven.

Žádost o udělení autorizace naleznete na internetových stránkách autorizujícího orgánu: Ministerstvo průmyslu a obchodu, www.mpo.cz.

Nezbytné materiální a technické předpoklady pro provedení zkoušky

- zkušební místnost, výpočetní technika vybavená operačním systémem, textovým a tabulkovým editorem, programem pro tvorbu prezentací s připojením k internetu, dataprojektor
- psací potřeby, kancelářský papír, kalkulačka
- podkladové materiály v tištěné nebo elektronické formě v rozsahu:
  - informace o 10 výrobcích popřípadě zboží; jejich cenu, prodej za rok a podle jednotlivých měsíců; distribuční kanály; zákazníky - cílové skupiny, konkurenci, tržní příležitosti v okolí firmy
  - výrobní a režijní náklady na výrobu jednoho kusu konkrétního výrobku nebo zboží, procento plánované obchodní marže, jejich cena, prodeje za jednotlivé měsíce a rok, výše skladových zásob, obrátky zásob, pohledávky u odběratelů, dodavatelé surovin potřebných pro jejich výrobu a jejich postavení na trhu, odběratelé a jejich postavení na trhu a množství objednávek, distribuční kanály, zákazníci - cílové skupiny, tržní příležitosti v okolí firmy
  - informace o vnitřním okolí konkrétní firmy - podniku, postavení firmy na trhu - v čem firma vyniká a co je její slabou stránkou, jaké zdroje a jaký objem zdrojů má k dispozici a jakým způsobem lze s danými zdroji pracovat, vstupy do výroby, pracovníci a jejich kvalifikovanost, volné finanční prostředky, stabilita a kvalifikovanost manažerů firmy, hrozbě vstupu nové firmy na trh, atraktivitě trhu, informace o stávající konkurenci – 3 firmy, nové konkurenci – 1 firma, 50 zákaznících a výši jejich odběrů za rok v kusech a korunách, seznam dodavatelů – 5 firem a jejich podíl na dodávkách do firmy a informace o produktu, který může potencionálně nahradit produkt sledované firmy

Autorizovaná osoba, resp. autorizovaný zástupce autorizované osoby musí zajistit, aby pracoviště byla uspořádána a vybavena tak, aby pracovní podmínky pro konání zkoušky z hlediska BOZP odpovídaly bezpečnostním požadavkům a hygienickým limitům na pracovní prostředí a pracoviště.

K žádosti o udělení autorizace žadatel přiloží seznam materiálně-technického vybavení dokládající soulad s požadavky uvedenými v hodnoticím standardu pro účely zkoušky. Zajištění vhodných prostor pro provádění zkoušky prokazuje žadatel odpovídajícím dokladem (např. výpis z katastru nemovitostí, nájemní smlouva, dohoda) umožňujícím jejich užívání po dobu platnosti autorizace.

Doba přípravy na zkoušku

Uchazeč má nárok na celkovou dobu přípravy na zkoušku v trvání 15 minut. Do doby přípravy na zkoušku se nezapočítává doba na seznámení uchazeče s pracovištěm a s požadavky BOZP a PO.

Doba pro vykonání zkoušky

Celková doba trvání vlastní zkoušky jednoho uchazeče (bez času na přestávky a na přípravu) je 5 až 6 hodin (hodinou se rozumí 60 minut).

Autoři standardu

Autoři hodnoticího standardu

Hodnoticí standard profesní kvalifikace připravila SR pro obchod a marketing, ustavená a licencovaná pro tuto činnost HK ČR a SP ČR.

Na tvorbě se dále podílely subjekty zastoupené v pracovní skupině:
Doma-Morava holding, a. s.
SOŠ podnikání a obchodu, spol. s r. o.
Pramos, spol. s r. o.