Specialista 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
Využití znalostí o marketingovém prostředí	5
Provádění marketingových analýz	5
Orientace v marketingových strategiích	5
Příprava podkladů pro marketingový výzkum	5
Zpracování a prezentace marketingového dotazníku	5

Platnost standardu

Standard je platný od: 28.01.2014 do: 11.04.2022

Kritéria a způsoby hodnocení

Orientace v základních principech marketingu

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Definovat marketing a vysvětlit podnikatelské koncepce	Písemné ověření
b) Charakterizovat podnikatelské koncepce, popsat jejich podstatu a aplikovat na příkladech	Písemné ověření
c) Posoudit roli marketingu v tržním hospodářství a podrobit marketing kritice	Písemné ověření
d) Rozlišit vnímání základních složek marketingu z pozice firmy (4 P) a z pozice zákazníka (4 C)	Ústní a písemné ověření
e) Vyhodnotit pozici marketingu ve firemním řízení	Ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Orientace v marketingovém mixu

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Definovat a zcharakterizovat jednotlivé složky marketingového mixu	Písemné ověření
b) Rozčlenit výrobek podle různých kritérií	Ústní nebo písemné ověření
c) Vymezit značku výrobku a rozlišit jednotlivé druhy značek	Ústní nebo písemné ověření
d) Vyhodnotit jednotlivé fáze životního cyklu výrobku na praktických příkladech	Ústní ověření
e) Posoudit cenu z pozice firmy a spotřebitele	Ústní ověření
f) Uvést základní cíle a metody při stanovování ceny	Ústní nebo písemné ověření
g) Navrhnout vhodnou distribuční cestu pro určitý produkt	Ústní ověření
h) Vymezit podstatu velkoobchodu a charakterizovat jednotlivé typy velkoobchodu	Ústní nebo písemné ověření
i) Vyjmenovat maloobchodní jednotky a orientovat se v současném maloobchodu (obchodní řetězce)	Ústní nebo písemné ověření
j) Zdůvodnit význam propagace pro úspěch firmy na trhu	Ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Využití znalostí o marketingovém prostředí

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Popsat podstatu tržního hospodářství a vymezit podoby trhu	Ústní nebo písemné ověření
b) Rozčlenit trh podle hledisek segmentace trhu	Ústní nebo písemné ověření
c) Rozlišit marketingové prostředí, které může nebo nemůže firma ovlivnit	Ústní nebo písemné ověření
d) Charakterizovat jednotlivé oblasti marketingového makroprostředí a mikroprostředí	Ústní nebo písemné ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Provádění marketingových analýz

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Charakterizovat podstatu marketingového řízení a plánování	Ústní nebo písemné ověření
b) Zpracovat SWOT analýzu na konkrétním příkladu	Praktické předvedení s ústním vysvětlením
c) Zatřídit a identifikovat výrobky do analýzy BCG	Ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Orientace v marketingových strategiích

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Charakterizovat marketingové strategie	Písemné ověření
b) Popsat matici růstu podniku	Písemné ověření
c) Orientovat se v konkurenčních strategiích	Písemné ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Příprava podkladů pro marketingový výzkum

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Charakterizovat podstatu marketingového výzkumu	Písemné ověření
b) Získat, třídit a využít informace pro realizaci marketingového výzkumu	Písemné ověření
c) Popsat marketingový informační systém	Písemné ověření
d) Orientovat se v technikách marketingového výzkumu	Písemné ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Zpracování a prezentace marketingového dotazníku

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Popsat postup tvorby dotazníku	Písemné ověření
b) Formulovat otázky v dotazníku	Písemné ověření
c) Provést vyhodnocení výzkumu	Písemné ověření
d) Pracovat s programy pro zpracování dat při vyhodnocení dotazníku (textový a tabulkový editor)	Písemné ověření
e) Uplatňovat prezentační dovednosti při prezentaci výsledků zjištěných dotazníkem	Praktické předvedení s ústním vysvětlením

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). Zdravotní způsobilost není vyžadována.

Zároveň s oznámením termínu o konání zkoušky zadá autorizovaná osoba/autorizovaný zástupce uchazeči samostatnou práci - zpracování marketingového dotazníku.
Obsah samostatné práce vychází z kompetencí a kritérií hodnoticího standardu - zejména odborné způsobilosti Zpracování a prezentace marketingového dotazníku - kritéria hodnocení a) – d). Samostatnou práci (zpracovaný a vyhodnocený dotazník) uchazeč předloží u zkoušky. Na zpracování samostatné práce musí mít uchazeč alespoň 2 týdny.
Specifikaci zpracování dotazníku sdělí autorizovaná osoba/autorizovaný zástupce uchazeči nejpozději 4 týdny před termínem konání zkoušky.
Dotazník musí obsahovat minimálně 10 otevřených a uzavřených otázek, vyhodnocení dotazníku musí být formou grafů a komentáře s využitím textového a tabulkového editoru.

Dále autorizovaná osoba/autorizovaný zástupce uchazeči stanoví harmonogram, specifikaci a místo konání zkoušky.
Doba prezentace zpracovaného dotazníku je v délce 15 minut.

Součástí zkoušky je písemný test v délce 60 minut.
Specifikaci doporučené literatury ke zkoušce sdělí autorizovaná osoba/autorizovaný zástupce uchazeči nejpozději 3 týdny před termínem konání zkoušky. Z této literatury pak autorizovaná osoba/autorizovaný zástupce vychází při tvorbě písemného testu.

Pravidla pro aplikaci písemného ověřování formou testu:
Soubor otázek pro testy stanovuje autorizovaná osoba/autorizovaný zástupce podle požadavků hodnoticího standardu.
Otázky vychází z kompetencí a kritérií hodnoticího standardu - zejména odborných způsobilostí:
Orientace v základech marketingu - kritéria hodnocení a) – c)
Orientace v marketingovém mixu - kritérium hodnocení a)
Orientace v marketingových strategiích - kritéria hodnocení a) – c)
Příprava podkladů pro marketingový výzkum - kritéria hodnocení a) – d)

Pravidla pro aplikaci testů jako způsobu ověřování

Soubor otázek pro testy stanovuje autorizovaná osoba podle požadavků hodnoticího standardu. Musí přitom splňovat následující pravidla:

A. Testy pro jednotlivé uchazeče musí být **generovány z dostatečně velkého souboru otázek**, aby bylo umožněno řádově několik desítek různě sestavených testů.

B. Při každé zkoušce **musí být ověřeny všechny kompetence kvalifikačního standardu**. To znamená, že v případě, kdy se některé kompetence nebo kritéria ověřují pomocí testů, musí být splněné následující podmínky:

B1. Pro celkový soubor otázek, z něhož se generují jednotlivé testy:
Pro každé kritérium existuje několik otázek.

B2. Pro jednotlivé vygenerované testy:
Každý uchazeč má ve svém testu pro každé kritérium (u něhož je test způsobem ověření a v návaznosti na pokyn o tom, která kritéria je třeba u zkoušky splnit) **alespoň jednu otázku.**

B3. Pro úspěšné splnění požadavků testu:
Za úspěšné splnění testu se považuje 75 % správně zodpovězených otázek s tím, že pro každé kritérium musí být správně zodpovězeno alespoň 50 % otázek.

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) Vysokoškolské magisterské vzdělání se zaměřením na ekonomii, management nebo marketing a alespoň 5 let odborné praxe v oblasti marketingu nebo ve funkci učitele odborných předmětů se zaměřením na marketing, z toho minimálně jeden rok v období posledních dvou let před podáním žádosti o udělení autorizace.

Další požadavky:
a) Autorizovaná osoba, resp. autorizovaný zástupce autorizované osoby, která nemá odbornou kvalifikaci pedagogického pracovníka podle zákona č. 563/2004 Sb., o pedagogických pracovnících a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů, nebo nemá odbornou kvalifikaci podle zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, nebo praxi v oblasti vzdělávání dospělých (včetně praxe z oblasti zkoušení), nebo nemá osvědčení o profesní kvalifikaci 75-001-T Lektor dalšího vzdělávání, musí být absolventem přípravy zaměřené zejména na praktickou aplikaci části první, hlavy III a IV zákona č. 179/2006 Sb., o ověřování a uznávání výsledků dalšího vzdělávání a o změně některých zákonů (zákon o uznávání výsledků dalšího vzdělávání) ve znění pozdějších předpisů, a přípravy zaměřené na vzdělávání a hodnocení dospělých s důrazem na psychologické aspekty zkoušení dospělých v rozsahu minimálně 12 hodin.
b) Autorizovaná osoba, resp. autorizovaný zástupce autorizované osoby, musí být schopna organizačně zajistit zkušební proces včetně vyhodnocení na PC a vydání jednotného osvědčení (stačí doložit čestným prohlášením).

Žadatel o udělení autorizace prokazuje splnění požadavků na odbornou způsobilost předložením dokladu nebo souboru dokladů o získání odborné způsobilosti autorizujícímu orgánu nebo jiným postupem stanoveným autorizujícím orgánem.

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

Nezbytné materiální a technické předpoklady pro provedení zkoušky

Výpočetní technika vybavená operačním systémem, textovým a tabulkovým editorem, programem pro tvorbu prezentací s připojením k internetu, dataprojektor.

K žádosti o udělení autorizace žadatel přiloží seznam svého materiálně-technického vybavení dokládající soulad s požadavky uvedenými v hodnoticím standardu pro účely zkoušky. Pokud žadatel bude při zkouškách využívat materiálně-technické vybavení jiného subjektu, přiloží k žádosti o udělení nebo prodloužení platnosti autorizace smlouvu (popřípadě smlouvy) umožňující jeho užívání nejméně po dobu 5 let ode dne podání žádosti o udělení nebo prodloužení platnosti autorizace.

Doba přípravy na zkoušku

Celková doba přípravy na zkoušku (včetně případných časů, kdy se uchazeč připravuje během zkoušky) je 15 až 30 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 (bez času na přestávky a na přípravu) je 1,5 až 2,5 hodiny (hodinou se rozumí 60 minut). Zkouška může být rozložena do více dnů.

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
HANYCH – REAL spol. s r. o.
Střední odborná škola podnikání a obchodu, spol. s r. o., Prostějov