# Specialista/specialistka on-line marketingu (kód: 66-053-N)

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

## Odborná způsobilost

| Název | Úroveň |
|---|---|
| Orientace v principech marketingu a on-line marketingu | 5 |
| Budování prezentace firmy na internetu | 5 |
| Práce se sociálními sítěmi | 5 |
| Tvorba zadání webových stránek a způsobů jejich údržby | 5 |
| Práce s e-mailovým marketingem | 5 |

## Platnost standardu

Standard je platný od: 06.01.2023

## Organizační a metodické pokyny

### Pokyny k realizaci zkoušky

**1. Vstupní předpoklady pro účast na zkoušce**

Uchazečem o zkoušku může být každá fyzická osoba starší 18 let, která získala alespoň základy vzdělání, nebo účastník rekvalifikace podle zákona č. 435/2004 Sb., zákon o zaměstnanosti.

Zdravotní způsobilost není vyžadována.

Autorizovaná osoba zároveň s odesláním pozvánky ke zkoušce písemnou formou sdělí, kde a jakým způsobem se uchazeč může informovat o svých povinnostech a průběhu zkoušky a které doklady/dokumenty musí uchazeč předložit bezprostředně před započetím zkoušky.

**2. Průběh zkoušky**

Před zahájením zkoušky uchazeč předloží zkoušejícímu průkaz totožnosti a případně další dokumenty opravňující k připuštění ke zkoušce uvedené v části 1. Vstupní předpoklady pro účast na zkoušce.

Bezprostředně před zahájením zkoušky autorizovaná osoba seznámí uchazeče s pracovištěm, s organizací zkoušky, s jeho právy a povinnostmi v rámci zkoušky dle zákona č. 179/2006 Sb. 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.

Zkoušející uzná, a tedy nemusí ověřovat, ty odborné způsobilosti, které byly již dříve u uchazeče ověřeny v rámci zkoušky z jiné profesní kvalifikace (nutno doložit osvědčením o získání profesní kvalifikace), a které jsou shodné svým rozsahem i obsahem. Rozsah a obsah odborné způsobilosti určují její jednotlivá kritéria a pokyny k realizaci zkoušky popsané v hodnoticím standardu. Zkoušející tyto odborné způsobilosti neuzná jako již ověřené, pokud by tím nebylo zajištěno řádné ověření ostatních požadavků stanovených tímto hodnotícím standardem (například při nutnosti dodržení technologických postupů a časové souslednosti různých činností).

Zkouška se koná v českém jazyce.

Zkouška je veřejná. Praktická část zkoušky a praktická zkouška není veřejná v případech, kdy to je nutné z hygienických důvodů nebo z důvodu ochrany zdraví a bezpečnosti práce.

Autorizovaná osoba nejpozději 2 týdny před zahájením zkoušky specifikuje možné webové nástroje, které budou k dispozici pro část zkoušky s praktickým předvedením. Praktická část zkoušky probíhá na uchazečem zvoleném nástroji (SW řešení, platforma), pokud uchazeč používá jiné řešení, dohodne si jeho využití s AOs nejpozději den před konáním zkoušky. Zpracovaná zadání jsou ve standardních formátech pro tvorbu a publikaci dokumentů (.docx, .xlsx, .pptx – Office Open XML formáty, .jpeg, .png, .gif, .pdf), případně uchazeč ukáže výstupy v daném nástroji. Uchazeč může v rámci praktické části zkoušky používat vlastní technické vybavení, ale je plně zodpovědný za propojení svého vybavení s projektorem. Alternativa je prezentovat pomocí počítače, který bude k dispozici v učebně.

Kompetence: **Orientace v principech marketingu a on-line marketingu**, kritérium a) uchazeč popíše jaké elementy marketingového mixu (produkt, cena, místo prodeje a komunikace) jsou dotčeny on-line marketingem, vysvětlí postavení on-line marketingu v integrovaném marketingu značky/produktu/služby a porovná principy přímého marketingu (direct marketing) s masovou marketingovou komunikací, vysvětlí pojmy "lead generation" (tzv. generování leadů) a další práci se získanými kontakty. Kritérium c) uchazeč charakterizuje nástroje komunikačního mixu a formy marketingové komunikace v on-line marketingu, vysvětlí výhody/nevýhody organického vyhledávání a výkonnostního marketingu, vysvětlí pojmy a význam content marketingu, referenčního marketingu, e-mailing, a komunikace na sociálních médiích. Uchazeč dále popíše základní způsoby vyhodnocování efektivity on-line marketingu.
Kritérium f) uchazeč popíše celkový (ekosystém) on-line marketingu, vyjmenuje hlavní hráče a na konkrétních příkladech představí nové trendy on-line marketingu v posledních pěti letech. Například popíše roli společnosti jako je Google, Seznam, Facebook apod. Uchazeč předvede autorizované osobě na počítači nejméně dvě firmy z oblasti on-line marketingu, na ukázkách popíše princip jejich služby a popíše jejich obchodní model. Kritérium g) uchazeč popíše základní normy, týkající se právních norem v oblasti ochrany osobních údajů a legislativu v oblasti elektronické komunikace.

Kompetence: **Budování prezence firmy v on-line vyhledávačích**, kritérium b) uchazeč popíše optimalizaci pro vyhledávače (SEO) jako způsob zviditelnění firmy on-line, vysvětlí principy, postup při SEO analýze, analýze klíčových

slov a optimalizaci obsahu a linkbuildingu. Kritérium d) uchazeč popíše principy placené reklamy a charakterizuje typy kampaní z hlediska výkonnostní textové a bannerové reklamy a kampaně v obsahové síti (tzv. PPC a), display reklamu a videoreklamu (např, YouTube) a remarketing, dále popíše postup při realizaci PPC auditu.

Kritérium f) a g) autorizovaná osoba vypracuje soubor pěti jednoduchých zadání placené reklamní kampaně. Při zkoušce pak náhodně vybere jednu z nich a zadá ji uchazeči. Uchazeč připraví návrh kampaně na předem dohodnuté platformě (Sklik, Google Ads apod.) a ústně si návrh obhájí před autorizovanou osobou. Uchazeč zároveň vysvětlí a předvede, jak se v kampani stanovují a měří cíle. Kritérium f) uchazeč předvede práci v prostředí Google Adwords nebo Sklik, případně v podobných nástrojích. Uchazeč vybuduje nebo ukáže a okomentuje budování PPC kampaně.

Kompetence: **Práce se sociálními sítěmi**, kritérium b) uchazeč popíše způsoby prezentace firmy ve vybrané sociální síti, především způsob jejich využití, dostupnosti nástrojů, zejména založení firemního/osobního profilu, různé formy placené reklamy, příklady využití obsahu a funkcí. Kritérium e) Uchazeč pracuje s reklamou na vybrané sociální síti Facebooku. Pro toto kritérium vypracuje autorizovaná osoba soubor pěti jednoduchých zadání práce se sociálními sítěmi. Při zkoušce pak náhodně vybere jednu z nich a zadá ji uchazeči. Uchazeč připraví návrh kampaně na předem dohodnuté platformě (Facebook, Twitter, TikTok, Linkedln apod.) a ústně si návrh obhájí před autorizovanou osobou.

Kompetence: **Zadání tvorby webových stránek a jejich údržba**, kritérium b) uchazeč vysvětlí základní pojmy, týkající se webového serveru, hostingu, IP (internetový protokol), adresa a název domény a jejich souvislost s webovou stránkou a vyhledáváním v prohlížeči. Kritérium c) uchazeč popíše klíčové elementy internetových stránek, popíše nejběžnější typy uspořádání webu a pravidla pro rozmístění obsahu na webu (například domovská stránka, navigace na stránkách, navigační lišta a další navigační prvky a navrhne jednoduchou strukturu webu). Pro kritérium c) vypracuje autorizovaná osoba soubor pěti jednoduchých zadání obsahující nabízený produkt nebo službu, cílovou skupinu a několik požadavků na funkci. Při zkoušce pak náhodně vybere jedno ze zadání pro uchazeče. Uchazeč provede skicu (nákres) struktury webu na papír, případně využije techniku tzv. card sortingu a zohlední analýzu klíčových slov, návrh ústně obhájí před autorizovanou osobou. Kritérium d) uchazeč popíše roli obsahových prvků webu - text a jeho členění, dále obrázky, fotogalerie, videa, interaktivní prvky (výzvy k akci), hypertextové odkazy, grafické předěly, mapa, vlastní formuláře apod. Kritérium e) uchazeč popíše způsob využití UX (user experince, zkušenost uživatele se stránkami či aplikací), vyhodnocování webu pomocí statistik návštěvnosti webu například v Google Analytics. Kritérium e) uchazeč popíše nástroje pro měření úspěšnosti webové stránky, interpretuje webovou analytiku a reporting na existující stránce, kterou spravuje, nebo cvičné, kterou poskytne AOs a vysvětlí implementaci závěrů pro další strategii.

Kompetence: **Práce s e-mailovým marketingem**, kritérium e) uchazeč rozliší a vyhodnotí jednotlivé typy e-mailů používaných v e-mailových kampaních. Autorizovaná osoba připraví sadu tří příkladů e-mailových kampaní (newsletter, cílená kampaň vedoucí k poptávce, transakční e-maily, výjimečné e-maily), které při zkoušce poskytne uchazeči. Uchazeč si příklady prostuduje, odliší jednotlivé typy, vyzdvihne vhodné prvky předložených příkladů a případně navrhne vylepšení. Kritérium f) uchazeč pracuje s e-mailových marketingem. Autorizovaná osoba připraví sadu pěti jednoduchých zadání na e-mailing, každé obsahuje informace - cílovou skupinu, produkt či službu, cíle e-mailingu. Při zkoušce zadá uchazeči jedno náhodně vybrané zadání. Uchazeč napíše krátký text e-mailu a načrtne/navrhne další doplňující prvky obsahu (například grafické prvky). Svůj návrh pak obhájí před autorizovanou osobou.

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 autorizovaná osoba do Záznamu o průběhu a výsledku zkoušky. Uchazeč může ukončit zkoušku kdykoliv v jejím průběhu, a to na vlastní žádost.

## Autoři standardu

### Autoři kvalifikačního standardu

Kvalifikační 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:
Střední odborná škola podnikání a obchodu, spol. s r. o. Prostějov
VENDI, s. r. o. Prostějov
oXy Online, s. r. o. Brno
Ing. Hana Huntová, OSVČ