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

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.

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:
Doma-Morava holding, a. s.
SOŠ podnikání a obchodu, spol. s r. o. Prostějov
Pramos, spol. s r. o.