Nákupčí pro internet, multimédia a nová média (kód: 66-032-M)

Autorizující orgán: Ministerstvo průmyslu a obchodu
Skupina oborů: Obchod (kód: 66)
Týká se povolání: Nákupčí pro internet, multimédia a nová média
Kvalifikační úroveň NSK - EQF: 4

Odborná způsobilost

Název	Úroveň
Výběr vhodných míst a časů pro umístění reklamních sdělení na internetu, v multimédiích a nových médiích s ohledem na zadání klienta	4
Zpracování plánu nákupu internetových médií, multimédií a nových médií na základě zadání klienta	4
Zpracování rozpočtů nákupu internetových médií, multimédií a nových médií včetně vyjednání cen	4
Orientace v odborném mediálním názvosloví z oblasti internetu, multimédií a nových médií	4
Získávání aktuálních dat a informací z internetu, multimédií a nových médií potřebných k rozhodování o umístění reklamních sdělení	4

Platnost standardu

Standard je platný od: 19.06.2020

Kritéria a způsoby hodnocení

Výběr vhodných míst a časů pro umístění reklamních sdělení na internetu, v multimédiích a nových médiích s ohledem na zadání klienta

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Zpracovat brief (zadání) od klienta a dotázat se klienta na doplňující informace potřebné pro umístění reklamních sdělení, které nebyly v zadání uvedeny	Praktické předvedení a ústní ověření
b) Navrhnout a zpracovat výběr konkrétních internetových médií včetně analýzy předností vybraných internetových médií pro umístění reklamních sdělení podle zadání klienta	Praktické předvedení a ústní ověření
c) Navrhnout a zpracovat výběr konkrétních multimédií včetně analýzy předností vybraných multimédií pro umístění reklamních sdělení podle zadání klienta	Praktické předvedení a ústní ověření
d) Navrhnout a zpracovat výběr konkrétních nových médií včetně analýzy předností vybraných nových médií pro umístění reklamních sdělení podle zadání klienta	Praktické předvedení a ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Zpracování plánu nákupu internetových médií, multimédií a nových médií na základě zadání klienta

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Zpracovat mediální plán pro dané zadání	Praktické předvedení
b) Zdůvodnit výběr médií a načasování kampaně	Písemné a ústní ověření

Je třeba splnit obě kritéria.

Zpracování rozpočtů nákupu internetových médií, multimédií a nových médií včetně vyjednání cen

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Vyjmenovat jednotlivé položky rozpočtu	Písemné a ústní ověření
b) Popsat práci s jednotlivými položkami rozpočtu	Ústní ověření
c) Předvést způsob vyjednání ceny se zástupci médií včetně slev	Praktické předvedení
d) Zpracovat rozpočet nákupu kampaně na internetu	Praktické předvedení a ústní ověření
e) Zpracovat rozpočet nákupu kampaně v multimédiích	Praktické předvedení a ústní ověření
f) Zpracovat rozpočet nákupu kampaně v nových médiích	Praktické předvedení a ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Orientace v odborném mediálním názvosloví z oblasti internetu, multimédií a nových médií

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Vysvětlit význam zadaných odborných výrazů z oblasti nákupu internetových médií	Písemné a ústní ověření
b) Vysvětlit význam zadaných odborných výrazů z oblasti nákupu multimédií	Písemné a ústní ověření
c) Vysvětlit význam zadaných odborných výrazů z oblasti nákupu nových médií	Písemné a ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Získávání aktuálních dat a informací z internetu, multimédií a nových médií potřebných k rozhodování o umístění reklamních sdělení

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Popsat v obecné rovině způsob získávání dat a informací z internetových médií potřebných k rozhodování o umístění reklamních sdělení	Písemné a ústní ověření
b) Popsat v obecné rovině způsob získávání dat a informací z multimédií potřebných k rozhodování o umístění reklamních sdělení	Písemné a ústní ověření
c) Popsat v obecné rovině způsob získávání dat a informací z nových médií potřebných k rozhodování o umístění reklamních sdělení	Písemné a ústní ověření
d) Vysvětlit proces získávání dat potřebných k rozhodování o umístění reklamních sdělení pro internetový trh a jejich aplikaci do mediálního plánu	Ústní ověření
e) Vysvětlit proces získávání dat potřebných k rozhodování o umístění reklamních sdělení pro multimediální trh a jejich aplikaci do mediálního plánu	Ústní ověření
f) Vysvětlit proces získávání dat potřebných k rozhodování o umístění reklamních sdělení pro trh nových médií a jejich aplikaci do mediálního plánu	Ústní ověření
g) Předvést způsob získávání dat a informací z internetových médií, multimédií nebo nových médií potřebných k rozhodování o umístění reklamních sdělení dle modelového zadání kampaně	Praktické předvedení

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.

Autorizovaná osoba připraví minimálně 3 modelová zadání kampaně pro ověření kompetencí:
- Výběr vhodných míst a časů pro umístění reklamních sdělení na internetu, v multimédiích a nových médiích s ohledem na zadání klienta
- Zpracování plánu nákupu internetových médií, multimédií a nových médií na základě zadání klienta
- Zpracování rozpočtů nákupu internetových médií, multimédií a nových médií včetně vyjednání cen
- Získávání aktuálních dat a informací z internetu, multimédií a nových médií potřebných pro rozhodování o umístění reklamních sdělení

Uchazeč si vylosuje jedno z minimálně 3 předložených modelových zadání kampaně.
Jednotlivé kompetence, znalosti a způsobilosti uchazeče se ověřují při modelovém nákupu internetových médií, multimédií a nových médií.

Při ověřování kompetence Orientace v odborném mediálním názvosloví z oblasti internetových médií, multimédií a nových médií uchazeč vysvětlí význam 5 odborných výrazů zadaných autorizovanou osobou u každého z kritérií hodnocení.

Pro způsoby ověření „Písemné a ústní ověření" autorizovaná osoba připraví písemná zadání, která budou obsahově vycházet z kritérií hodnocení. Po vyhodnocení písemné části může autorizovaná osoba požadovat po uchazeči ústní upřesnění odpovědí.

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 alespoň jednu z následujících variant požadavků:

a) Střední vzdělání s maturitní zkouškou a alespoň 5 let odborné praxe v oblasti nákupu médií, marketingu, médií, mediálních a reklamních agentur.
b) Vyšší odborné vzdělání a alespoň 5 let odborné praxe v oblasti nákupu médií, marketingu, médií, mediálních a reklamních agentur.
c) Vysokoškolské vzdělání a alespoň 5 let odborné praxe v oblasti nákupu médií, marketingu, médií, mediálních a reklamních agentur, nebo ve funkci učitele odborných předmětů v oblasti marketingu a médií.

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

Počítač s připojením k internetu, LCD obrazovka, dataprojektor, zkušební místnost

Autorizovaná osoba, resp. autorizovaný zástupce autorizované osoby musí zajistit, aby pracoviště byla uspořádána a vybavena tak, aby pracovní podmínky pro provedení 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 60 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 4 až 6 hodin (hodinou se rozumí 60 minut). Zkouška může být rozložena do více dnů. Doba trvání písemné části zkoušky jednoho uchazeče je 60 minut.

Autoři standardu

Autoři hodnoticího standardu

Hodnoticí standard profesní kvalifikace připravila SR pro polygrafii, média a informační služby, ustavená a licencovaná pro tuto činnost HK ČR a SP ČR.

Na tvorbě se dále podílely subjekty zastoupené v pracovní skupině:
C&COM Advertising, s. r. o.
Stanislav Červ, Holly
OUR MEDIA, a. s.
Supraphon, a. s.