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

Kritéria a způsoby hodnocení

Orientace v principech marketingu a on-line marketingu

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Definovat on-line marketing a jeho základní principy	Ústní ověření
b) Vysvětlit způsoby, kterými on-line marketing pomáhá podnikatelům naplnit obchodní a marketingové cíle	Ústní ověření
c) Charakterizovat nástroje/zdroje on-line marketingu a vysvětlit jejich výhody/nevýhody a popsat základní způsoby vyhodnocování efektivity a klíčové metriky, kterými se tyto cíle v on-line marketingu měří	Ústní ověření
d) Charakterizovat nákupní chování zákazníků on-line a off-line, možnosti segmentace cílové skupiny	Ústní ověření
e) Popsat způsob tvorby on-line strategie - volba marketingového mixu, cílové skupiny, stanovení rozpočtu, komunikačního plánu a stanovení priorit	Ústní ověření
f) Popsat celkový (ekosystém) on-line marketingu, vyjmenovat hlavní hráče a představit na příkladech nové trendy on-line marketingu v posledních pěti letech	Praktické předvedení a ústní ověření
g) Orientovat se v právních normách týkajících se reklamy a marketingu	Ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Budování prezentace firmy na internetu

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Charakterizovat funkci internetových vyhledávačů, vysvětlit jak funguje placená inzerce a obsahový marketing	Ústní ověření
b) Popsat obsahový marketing (SEO) jako způsob zviditelnění firmy on-line	Ústní ověření
c) Orientovat se v cenových srovnávačích, věrnostních bodech, slevových webech, firemních zápisech, nákupních seznamech a webové syndikaci	Ústní ověření
d) Popsat principy placené reklamy (SEM, PPC) a charakterizovat typy kampaní	Ústní ověření
e) Charakterizovat princip a základní typy affiliate (partnerského) marketingu	Ústní ověření
f) Nastavit reklamní kampaň v prostředí reklamních služeb jako je Google Ads, Sklik	Praktické předvedení a ústní ověření
g) Stanovit si cíle sledovat a měřit dosažené výsledky	Praktické předvedení a ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Práce se sociálními sítěmi

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Popsat sociální sítě a vysvětlit jejich využití v komerční komunikaci	Ústní ověření
b) Popsat způsoby prezentace firmy na sociálních sítích	Ústní ověření
c) Charakterizovat cíle, metriky a monitoring v sociálních médiích a vysvětlit co obnáší správa sociálních médií	Ústní ověření
d) Popsat současné populární sítě, trendy	Ústní ověření
e) Pracovat s reklamou na vybrané sociální síti	Praktické předvedení

Je třeba splnit všechna kritéria.

Tvorba zadání webových stránek a způsobů jejich údržby

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Popsat, jaké informace musí obsahovat zadání pro tvorbu webu	Ústní ověření
b) Vysvětlit základní pojmy týkající se registrace a umístění webových stránek na internet	Ústní ověření
c) Popsat klíčové elementy internetových stránek, možnosti uspořádání webu a navrhnout architekturu webu	Praktické předvedení a ústní ověření
d) Popsat význam obsahových prvků	Ústní ověření
e) Popsat nástroje pro měření úspěšnosti webové stránky, interpretovat webovou analytiku a reporting a vysvětlit implementace závěrů pro strategii	Praktické předvedení a ústní ověření
f) Vysvětlit, jakým způsobem se udržují a aktualizují webové stránky	Ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Práce s e-mailovým marketingem

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Charakterizovat e-mailový marketing	Ústní ověření
b) Orientovat se v právním rámci e-mailového marketingu	Ústní ověření
c) Popsat cíle e-mailového marketingu	Ústní ověření
d) Vysvětlit podstatu jednotlivých nástrojů pro tvorbu e-mailových kampaní	Ústní ověření
e) Rozlišit a vyhodnotit jednotlivé typy e-mailů používaných v e-mailových kampaních	Praktické předvedení a ústní ověření
f) Pracovat s e-mailovým marketingem	Praktické předvedení

Je třeba splnit všechna kritéria.

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.

Výsledné hodnocení

Zkoušející hodnotí uchazeče zvlášť pro každou odbornou způsobilost a výsledek zapisuje do Záznamu o průběhu a výsledku zkoušky.

Výsledné hodnocení pro danou odbornou způsobilost musí znít:
- „splnil“, nebo
- „nesplnil“ v závislosti na stanovení závaznosti, resp. nezávaznosti jednotlivých kritérií u každé odborné způsobilosti.

Výsledné hodnocení zkoušky zní buď:
- „vyhověl“, pokud uchazeč splnil všechny odborné způsobilosti, nebo
- „nevyhověl“, pokud uchazeč některou odbornou způsobilost nesplnil. Při hodnocení „nevyhověl“ uvádí autorizovaná osoba vždy zdůvodnění, které uchazeč svým podpisem bere na vědomí.

Počet zkoušejících

Zkouška probíhá před jedním zkoušejícím, který musí být přítomen u zkoušky po celou dobu trvání zkoušky. Zkoušející je povinen provádět ověřování odborných způsobilostí při zkoušce přesně podle všech ustanovení tohoto hodnoticího standardu.

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) Vyšší odborné vzdělání v oblasti marketingu nebo obchodu a nejméně 5 let odborné praxe v oblasti marketingu nebo on-line marketingu.
b) Vysokoškolské vzdělání se zaměřením na marketing nebo obchod a nejméně 5 let odborné praxe v oblasti marketingu nebo on-line marketingu.
c) Profesní kvalifikace 66-053-N Specialista/specialistka on-line marketingu a vyšší odborné vzdělání a nejméně 5 let odborné praxe v oblasti marketingu nebo on-line marketingu.

Žadatel o udělení autorizace prokazuje splnění požadavků na odbornou způsobilost a praxi v povolání autorizujícímu orgánu, a to předložením dokladu nebo dokladů o získání odborné způsobilosti a praxe v povolání 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 pro provedení zkoušky
- vybavení potřebným hardware a software – notebook nebo pracovní stanice vybavená podle požadavku uchazeče - aktuální verze Windows, macOP, Linux, software pro tvorbu dokumentů typu (.docx, .xlsx, .pptx – Office Open XML formáty, .jpeg, .png, .gif, .pdf)
- připojení na internet
- tiskárna
- psací potřeby, papír
- flipchart nebo white board
- projektor, plátno
- zpracované zadání jednotlivých úkolů

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).

Doba přípravy na zkoušku

Uchazeč má nárok na celkovou dobu přípravy na zkoušku v trvání 30 minut. Do doby přípravy na zkoušku se nezapočítává doba na seznámení uchazeče s pracovištěm, s organizací zkoušky, s požadavky BOZP a PO a s právy a povinnostmi uchazeče v rámci zkoušky dle zákona č. 179/2006 Sb.

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:
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