

Český institut pro marketing CIMA
Certifikační sekce CS CIMA



**Certifikační schéma odborné
kvalifikace typu
Marketing CIMA- A-(MCA 5-2015)
funkce marketingový manažer**

Tento dokument je určen výhradně pro služební potřebu a včetně příloh je vlastnictvím Českého institutu pro marketing CIMA, z.s, Certifikační sekce CIMA. Jakékoliv šíření tohoto dokumentu pro jiné účely než pro potřebu CIMA lze provádět pouze se souhlasem ředitele Certifikační sekce CIMA.

V případě vyhotovení neřízené kopie si musí být uživatel vědom toho, že dokument byl aktuální pouze v době vyhotovení kopie.

Zpracoval :	Certifikační sekce CIMA	Schválil :	Ing. Otakar Pivoda Ředitel CS CIMA
Datum :	15.5.2015	Datum :	15.5.2015
Podpis :		Podpis :	

QP 75-01-14	<p style="text-align: center;">Certifikační schéma MCA 5-2015</p>		 Český institut pro marketing CIMA, z.s. Certifikační sekce CIMA
Oblast certifikace	Marketingový specialista	Alternativní název funkce:	Specialista marketingu , marketing asistent, junior marketér,
Charakteristika činností/příklady náplně práce	<p>Řízení marketingových činností na úrovni exekutivní a částečně řídicí, a to nižšího až středního managementu, řízení oddělení marketingu, zpracování dat, analýz a faktorů trhů, příprava a koordinace strategického a operativního plánování a řízení, návrh a implementace marketingových nástrojů pro všechny typy trhů a organizací, získávání a využívání informací o potenciálu trhu, konkurenci, požadavcích zákazníků a produktech, rozumí, organizuje a využívá informace a podklady z tržního výzkumu, tvorba koncepce obchodního nebo podnikatelského zaměření organizace. Zajišťování různých způsobů a forem komunikace a propagace, organizace aktivit nebo úseku jejich činností. Vytváření a realizace projektů hodnoty a programů pro informování a prezentaci činnosti firmy ve vztahu k veřejnosti. Komunikace s médii, tvorba a distribuce tiskových zpráv, public relations. Komunikace s dalšími odděleními organizací a koordinace marketingových aktivit. Vyhodnocování efektivity marketingových činností. Reprezentuje organizace na veletrzích, výstavách, jednáních s obchodními partnery, klíčovými zákazníky a dalšími stakeholders.</p> <p>Může být zařazen i na kvalifikační pozice, kde je nutno vykonávat odbornou profesi částečně samostatně včetně požadavku na koordinaci činností s jinými odděleními či profesemi. Je schopen podílet se i na částečném, dílčím řešení rozsáhlejších marketingových problémů a umožnit svými informacemi integrovat komplexní řešení nebo zahrnout názory a řešení ostatních do svého návrhu řešení a pracovat tak v týmu.</p>		
Oblast využití	Marketingové řízení všech typů firem, organizací včetně malého soukromého podnikání, řízení marketingových aktivit, oddělení, apod. Exekutivní, nižší a střední management.	Pro oblast soukromého podnikání vyhovuje pro řízení živnosti malého podniku	
Obecné kompetence a charakteristiky	<p>Kvalifikovaný pracovník v oblasti řízení marketingu (prodeje), ve své činnosti používá specifické marketingové znalosti nabyté zejména v učebním procesu nebo praxi a využívající další dovednosti získané v systému certifikovaného vzdělávání a (částečné) praxe. Rozumí, přehledně se orientuje a umí aplikovat základní marketingovou terminologii. Pro svou činnost musí používat celou řadu dovedností spočívajících z aplikace získaných specializovaných marketingových znalostí pro možnost přípravy a praktické realizace procesu plánování a vytváření marketingových plánů, analýzy trhů, subjektů, segmentace a segmentů trhu, přípravy marketingové a odbytové strategie, implementace nástrojů marketingového mixu. Je schopen analyzovat pozici a faktory determinující konkurenci na trhu, rozumí principům cenové politiky a umí aplikovat do praxe zvolené dostupné nástroje marketingového mixu. Při své odborné činnosti je si vědom postavení firmy na trhu ve smyslu vnitřní síly firmy a organizace firmy pro aplikaci vztahů směrem k trhu a zákazníkům. Umí určit vnější faktory ovlivňující situaci v makro prostředí a situaci firmy na trhu. Orientuje se a chápe význam základních procesů v oblasti aplikace marketingu, prodeje, prodejní politiky, distribuce, výzkumu trhu. Svoji pracovní činnost zvládá obvykle rutinně v určitém typovém kontextu, tj. v rámci vytvořeného a funkčního systému, který je obvyklý a relativně stálý, případně dále pod odborným vedením. Je schopen rozpoznat změny na trhu či ve firmě, určit základní faktory těchto změn (příčiny, ne pouze důsledky) a navrhnout, jak by se změny daly případně řešit. Dokáže vědomě řídit osobní rozvoj a vnímat ho jako účinný nástroj pro ke změnám ve svém okolí, umí navrhnout vlastní určitá vlastní řešení včetně možných přístupů (aplikací) k takovému řešení, umí tato navrhovaná řešení zpětně a průběžně vyhodnocovat a dle potřeby korigovat. Je si vědom důsledků</p>		

	svého jednání a chování a tím přispět k požadovaným změnám ve svém jednání a chování. Umí uplatňovat odborné znalosti při týmové spolupráci zaměřené na dosahování cílů. Pro svou činnost si umí vygenerovat a vyhledat základní potřebná data a informační zdroje a na své pracovní (řídící) úrovni umí řešit problémy výběru a analýzy informací z odborných zdrojů a to i pod časovým tlakem. Do kontextu odborného chování a řešení firemních problémů umí integrovat profesní a etické zásady. Může být zařazen i na kvalifikační pozice, kde je nutno vykonávat odbornou profesi částečně samostatně včetně požadavku na koordinaci činností s jinými odděleními či profesemi. Je schopen podílet se i na částečném, dílčím řešení rozsáhlejších marketingových problémů a umožnit svými informacemi integrovat komplexní řešení nebo zahrnout názory a řešení ostatních do svého návrhu řešení a pracovat tak v týmu. Dodržuje zásady etiky v marketingu, respektuje princip společenské odpovědnosti firmy. Sleduje a realizuje ve své činnosti marketingové inovace.
Odborné znalosti	MARKETINGOVÉ ŘÍZENÍ A PLÁNOVÁNÍ, ANALÝZA EXTERNÍHO A INTERNÍHO PROSTŘEDÍ (MAKRO, MIKRO) ANALÝZA A SEGMENTACE TRHŮ, ANALÝZA KONURENCE, INTERNÍ ANALÝZA, NÁKUPNÍ ROZHODOVÁNÍ ZÁKAZNÍKA, ZÁKLADY FINANČNÍ ANALÝZY, NÁKLADY A ZÁKLADNÍ KALKULACE, RENTABILITA, MARKETINGOVÉ STRATEGIE, MARKETINGOVÉ POLITIKY (PRODUKT, CENA, DISTRIBUCE), INTEGROVANÁ MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE VČETNĚ ON LINE, REKLAMA, MARKETING OBCHODU A SLUŽEB, MARKETINGOVÝ VÝZKUM
Odborné dovednosti prokazované certifikací	<p>Prokazuje schopnost analyzovat samostatně data a faktory z trhu a rozhodovat o jejich výběru a navrhnout možná řešení v časově omezené době, základní externí a interní analýzy marketingu, vývoje trhu, obchodních aktivit.</p> <p>Prokazuje schopnost samostatné tvorby řešení předvídatelného marketingového problému a formulovat komunikačně srozumitelně a odborně strukturovaným způsobem návrh řešení a implementace marketingových nástrojů</p> <p>Prokazuje schopnost určit základní příčiny a důsledky změn na trzích</p> <p>Prokazuje schopnost průběžně vyhodnocovat navržené postupy a případně je korigovat a to i z hlediska vnitřní síly a postavení firmy</p> <p>Prokazuje schopnost orientace na řešení problému z hlediska zákazníka a jeho charakteristik na různých trzích a přidané hodnoty pro zákazníka</p> <p>Prokazuje schopnost porozumění procesu plánování, analýzy trhu, analýzy subjektů na trhu, pozici a faktorů determinujících konkurenci a je si vědom postavení vlastní firmy na konkurenčním trhu.</p> <p>Prokazuje schopnost porozumění a aplikace všech nástrojů marketingového mixu a to i pro další oblasti jako jsou služby, B2B, prodej v rámci firmy i obecně, aplikace marketingových zásad v dalších (neziskových) organizacích</p> <p>Prokazuje schopnost porozumět a využívat základních podkladů z tržního průzkumu</p> <p>Prokazuje schopnost samostatného myšlení, rozhodování v situacích s omezeným počtem stálých i nestálých faktorů a kreativity</p> <p>Koordinace a tvorba marketingových plánů a strategií, marketingové politiky firmy (aplikace marketingové politiky jednotlivých marketingových nástrojů). Schopnost pro zákaznické orientace a tvorby hodnoty pro zákazníka a pro firmu. Koordinace činností s dalšími úseky firmy (nákup, odbyt, výroba atd.)</p>
Kvalifikační úroveň dle NSP a kompetence	<p>5</p> <p>Orientovat se v dokumentaci, normách a standardech a právních předpisech běžně používaných v oboru. Volit z různých možností pracovní postupy, metody, prostředky, suroviny apod. podle podmínek a požadavků na výsledek. Posuzovat kvalitu svých produktů (služeb) a určovat příčiny případných nedostatků a důsledky pro další postup. Při aplikaci zvolených postupů a metod rozpoznávat vznik problémů a určovat jejich příčiny a důsledky pro další postup. Při vzniku problémů rozpoznávat souvislosti sociálních aspektů s příslušnými problémy. Určovat příčiny nestandardních fungování, chování a situací u objektů své práce. Posuzovat relevanci odborných</p>

	informací. Posuzovat výsledky jiných prací z hlediska možností jejich použití v postupech a metodách. Aplikovat a modifikovat zvolené postupy v závislosti na různých podmínkách a požadavcích na výsledek vč. zohlednění sociálního hlediska. Integrovat do řešení problémů odborné informace z různých zdrojů. Navrhovat, jak zlepšit výsledky. Navrhovat méně složité typově analogické nové postupy a produkty. Rozpracovávat navržené postupy a produkty.	
Požadované vzdělání	Středoškolské, maturita a vyšší úroveň	Alternativně přípravný odborný kurz, který je akreditován a má minimálně 100 hodin rozsah
Požadovaná praxe	6 měsíců v oblasti marketingu nebo prodeje	Praxe může být alternativně nahrazena účastí v přípravném odborném akreditovaném kurzu v rozsahu minimálně 100 hodin
Další podmínky pro uchazeče o certifikaci	Dovršení 18 let věku	
Podmínky udělení/získání certifikátu		
Certifikační zkouška rozsah	Zkouška se skládá ze samostatné písemné části formou testu a samostatné písemné části formou řešení případové studie. Podmínky zkoušky jsou dány příslušným zkušebním řádem.	Pro účast na certifikaci je nutno do stanoveného termínu předat řádně vyplněnou žádost o certifikaci, kterou certifikační orgán potvrdí dle stanovených podmínek.
Popis náplně certifikační zkoušky	<p>1. Test 30 otázek s možností výběru odpovědí (zahrnuje i početní příklady) - čas: 1 hodina</p> <p>2. Případová studie – zkouškové požadavky viz odborné dovednosti prokazované certifikací, náhodný výběr problematiky pro až 10 otevřených otázek (s možností dalších podotázek)-čas: 2 hodiny 30 minut</p>	Detaily průběhu a realizace uvedeny v příslušném zkušebním řádu pro dané certifikační schéma/typ certifikace.
Kritéria pro splnění certifikační zkoušky a udělení certifikátu	<ol style="list-style-type: none"> Dodržení podmínek certifikačního procesu certifikačního orgánu ze strany uchazeče Získání potřebného počtu bodového hodnocení v testové části ve výši 21 bodů a 65% z celkového bodového obsahu případové studie. 	Bod 1. se týká zejména případného porušování podmínek zejména zkušebního řádu, případně dalších smluvních podmínek včetně nutnosti podpisu dohody o vydání certifikátu.
Požadovaná odborná způsobilost	Odpovídá odborným dovednostem a odborným znalostem jak uvedeno výše ve schématu	Požadované odborné znalosti a dovednosti jsou například kompatibilní s akreditovanými certifikovanými kurzy CIMA,
Další podmínky pro získání certifikátu	Dodržování smluvních a dalších podmínek, zkušebních a organizačních řádů a opatření certifikačního procesu certifikační sekce pro daný typ certifikace/certifikační schéma. Pro vydání certifikátu je nutné uzavřít	

	<p>dohodu, která specifikuje etické a právní jednání držitele certifikátu:</p> <p>Certifikát smí používat pouze jeho držitel a to v rozsahu a platnosti příslušné odborné kvalifikace, certifikát nesmí být využíván způsobem, který by neodpovídal obsahu, rozsahu nebo platnosti certifikátu, diskreditoval certifikační orgán ve smyslu zavádějících nebo neautorizovaných prohlášení, odkazů na certifikační orgán v případě pozastavení nebo odnětí certifikátu. Držitel certifikátu je povinen udržovat získanou způsobilost na aktuální úrovni a projít procesem dozorování.</p>	
Platnost certifikátu	5 let, v případě splnění podmínek dozorování držitele certifikátu	Možnost opakované certifikace
Udržování certifikátu	Držitel certifikátu předává ve stanoveném období 36-48 měsíců od vydání zpracovaný dotazník pro dozorování. V případě nesplnění podmínek dozorové činnosti mohou být vyžádány dodatečné podklady, stanoven pohovor s držitelem nebo ověření kompetencí formou zkoušky. U negativním výsledku dozoru je možnost pozastavení platnosti certifikátu nebo až odnětí certifikátu	V případě nesplnění podmínek dozoru nelze provést opakovanou certifikaci. Podmínky pro dohled-proces dozoru jsou na www.certifikace-cima.cz
Opakovaná certifikace (recertifikace)	Prodloužení platnosti certifikátu formou opakované certifikace (recertifikace), Opakovaná certifikace je obvykle zahájena nejpozději 3 měsíce před ukončením stanovené doby platnosti certifikátu vydávaného Certifikační sekci CS CIMA a netýká se případů pozastavení nebo odnětí certifikátu. Probíhá formou zpracovaného dotazníku pro prověření udržování a úrovně získaných kompetencí uchazeče zkoušky v elektronické podobě formou testu. Podmínky zkoušky jsou určovány každoročně od září běžného roku.	Podmínky, obsah, rozsah opakované certifikace jsou uveřejněny na www.certifikace-cima.cz
Pozastavení platnosti a odnětí certifikátu	<p>Pozastavení platnosti certifikátu nastává v případech:</p> <ol style="list-style-type: none"> Porušování podmínek pro držení certifikátu a využívání certifikace v rozporu s ustanovením certifikačního schématu a Statutu certifikace Neplnění podmínek dozoru ze strany certifikované osoby včetně nevyřešení problémů v době stanovené Neplnění podmínek Dohody o vydání a převzetí certifikátu držitelem certifikátu <p>Odebrání certifikátu nastává v případech:</p> <ol style="list-style-type: none"> Hrubého a soustavného porušování podmínek pro držení certifikátu a využívání certifikace v rozporu s ustanovením Statutu certifikace Nesplnění podmínek dozoru ze strany certifikované osoby dle Statutu certifikace 	

	c) Nesplnění podmínek a hrubé a soustavné narušování je řádně zdokumentováno, auditováno radou pro certifikaci a rozhodnutí je odůvodněno.	
Certifikát	<p>V případě splnění podmínek certifikace pro dané schéma/typ certifikace je úspěšnému uchazeči vydán certifikát, který splňuje podmínky</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jméno a příjmení certifikované osoby ▪ Název (logo, značku) certifikačního orgánu ▪ Datum narození uchazeče a fakultativně místo narození uchazeče ▪ Datum vydání osvědčení (nebo datum zkoušky) ▪ Typ certifikace (název odborné kvalifikace), název funkce, odkaz na datovaný dokument se specifikací požadavků ▪ Datum zahájení účinnosti certifikátu, pokud jím není rozuměno datum vydání nebo zkoušky a platnosti certifikátu ▪ Platnost (doba platnosti) vydaného certifikátu ▪ Pokud je funkce akreditovaná, má certifikát akreditační značku propůjčenou od akreditačního orgánu <p>Materiál, ze kterého je certifikát, obsahuje prvky proti zneužití.</p>	
Přezkoumání a validace certifikačního schématu	Zajišťuje certifikační orgán, zkušební komise a rada pro certifikaci pravidelně a systematicky formou vyhodnocení a dozorů jednou za sledované období	

Certifikace odborné kvalifikace typu Marketing CIMA-A, funkce „marketingový specialista“ se realizuje na základě:

1. Dokumentu QP 75-01-14, vydání č. 2, Certifikační schéma
2. Dokumentu QP 75-01-01 (Statut certifikace CS CIMA)- interní charakter
 - a) článek VII- Postup a proces certifikace
 - b) článek VII- Certifikát
 - c) článek IX- Odvolání a stížnosti
 - d) článek X- Dozor
 - e) článek XI- Recertifikace
3. Dokumentu QP 75-01-04 -Hodnotící standardy marketing CIMA-A –interní charakter
4. Dokumentu QP 75-01-02- Zkušební řád marketing CIMA-A- interní charakter
5. Dokumentu QP-75-07/02- Žádost uchazeče o certifikaci a v případě recertifikace dokumentu QF 75-15/00- Žádost uchazeče o recertifikaci
6. Dokumentu QF 75-13/02- Dohoda o vydání certifikátu

Otakar Pivoda
Platnost od 4.12.2018