


| | | | |
|--|---|---|--|
| QP 75-01-14 | <p style="text-align: center;">Certifikační schéma</p> <p style="text-align: center;">MCA 5-2015</p> | | <p style="text-align: center;">Český institut pro marketing CIMA, Certifikační sekce CIMA</p>  |
| Oblast certifikace | Marketingový manažér | Alternativní název funkce: | Marketing manager, marketing asistent, junior marketér, |
| Charakteristika činností/příklady náplně práce | <p>Řízení marketingových činností na úrovni exekutivní a částečně řídící, 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 spočívající 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</p> | | |

| | |
|--|--|
| | <p>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 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.</p> |
| Odborné znalosti | <p>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</p> |
| Odborné dovednosti prokazované certifikací | <p>Prokazuje schopnost analyzovat samostatně data a faktory z trhu a rozhodovat o jejich výběru a navrhovat 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</p> |

| | | |
|---|---|---|
| | 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 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 | 1. Test 30 otázek s možností výběru odpovědi (zahrnuje i početní příklady) - čas: 1 hodina 2. Případová studie – zkuškové požadavky viz odborné dovednosti prokazované certifikací, náhodný výběr problematiky pro až 10 otevřených otázek (s možností dalších podotázek)-čas: 2 hodiny 30 minut | Detaily průběhu a realizace uvedeny v příslušném zkušebním řádu pro dané certifikační schéma/typ certifikace. |
| Kritéria pro splnění certifikační zkoušky a udělení certifikátu | 1. Dodržení podmínek certifikačního procesu certifikačního orgánu ze strany uchazeče 2. 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. | |

| | | |
|--|---|--|
| | <p>Pro vydání certifikátu je nutné uzavřít 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 28-36 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 manažer“ 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

Platné od : 1.7.2015