


QP 75-01-16	<p align="center">Certifikační schéma MCC</p> <p align="center">5-2015</p> <p align="center">MBA Diplomovaný marketér</p>	<p align="center">Český institut pro marketing CIMA, Certifikační sekce CIMA</p> 	
Oblast certifikace	MBA - Diplomovaný marketér	Alternativní název funkce:	<p>Marketingový ředitel, Ředitel marketingu, Managing Director, ředitel, generální ředitel apod. na nejvyšší řídicí úrovni organizace marketingu a/nebo obchodu, alternativní označení CEO.</p> <p>Jsou možné i další názvy, které se obsahem činností a požadavky na kvalifikaci dle evropského modelu EQF shodují. Rovněž tak se může jednat o typově stejné nebo podobné kvalifikace z jiných dalších oborů jako výzkum, komunikace, obchod, prodej, nákup, logistika, distribuce apod.</p>
Charakteristika činností/příklady náplně práce	<p>Vysoce odborně kvalifikovaný expert v oblasti marketingového řízení firem, řízení jednotlivých podnikových funkcí marketingu jako například komunikace, prodej, péče o zákazníky, dále obecně v oblasti vrcholového (TOP) managementu. Ve své činnosti využívá vysoké odborné marketingové znalosti nabyté v teoretické přípravě a praktické aplikaci znalostí příslušného oboru na nejvyšších firemních řídicích a rozhodovacích úrovních a využívá další znalosti a dovednosti pro strategické řízení firem a organizací získané v systému dalšího odborného celoživotního vzdělávání a odborné praxe.</p> <p>Charakter práce: Komplexní řídicí a rozhodovací činnost, rozhodování, tvorba marketingových plánů a strategií včetně mezinárodního charakteru, řízení marketingového auditu a nástrojů kvality, samostatná tvůrčí, řídicí a kontrolní práce a současně práce v týmu s efektivním stanovením rozhodovacích a odpovědnostních kompetencí v řízení dalších pracovníků. Základní úkoly ve firmě/organizaci: plánování, organizování, vedení, rozhodování, kontrola, pracovníků, procesů, informací v organizaci. V některých zemích je také odpovědný z právního hlediska, jako statutární orgán. CEO deleguje část svých pravomocí a odpovědností na další vrcholové</p>		

	manažery či manažery nižších úrovní. CEO udržuje strategické vztahy s klíčovými zákazníky. CEO tvoří vrcholový management s dalšími funkcemi jako například finanční, obchodní, personální ředitel atd.	
Oblast využití	Marketingové řízení všech typů firem a organizací včetně všech forem a velikostí v živnostenském soukromém podnikání, řízení podnikových a marketingových aktivit, oddělení, apod., vyšší management, možné specializace pro strategické řízení SBU, odborů v rámci marketingového řízení (např. branding, customer, account management apod.)	Pro oblast soukromého živnostenského podnikání vyhovuje pro vrcholové řízení všech typů a velikostí firem a jejich strategický rozvoj.
Obecné kompetence a charakteristiky	<p>Vysoce kvalifikovaný odborník, který zvládá řízení marketingové řízení ve firmách a organizacích, orientuje se a zná, umí používat a demonstruje inovace a měřitelnost požadovaných efektů v používaných metodách.</p> <p>Umí analyzovat a vyhodnocovat ekonomické výhody a nevýhody alternativních řešení a technologií, předvídat a odvracet tržní a ekonomické ohrožení formy, analyzovat a syntetizovat informace pro své manažerské rozhodování; vyhodnocovat konkurenční strategické kroky a opatření a na základě toho vytvářet hodnoty pro zákazníky, akcionáře, a stake-holders. Reprezentuje firmu jako vedoucí nebo jeden z vedoucích rozhodujících pracovníků TOP managementu. Efektivně chrání zájmy akcionářů a vlastníků. Spolupracuje s klíčovými partnery a zákazníky na dlouhodobé partnerské bázi při vytváření strategických aliancí a spolupráce. Součástí znalostí získaných z teorie a praxe jsou komplexní strategické, kritické a kreativní přístupy v aplikaci marketingové filozofie podnikání a managementu firem.</p> <p>Při své řídicí manažerské činnosti je má komplexní odpovědnost za výkony a chování firmy v sociálním k trhu a zákazníkům. Pracuje s faktory ovlivňujícími nepředvídatelně celkovou situaci firmy v makro i mikro prostředí. Zvládá a vyžaduje řešení strategických komplexních problémů při existenci mnoha vzájemně se ovlivňujících faktorů, ovládá řízení procesů a ovlivňuje ostatní pracovníky tak, aby společnost plnila strategické firemní a společenské sociální cíle.</p> <p>Komunikuje kvalifikovaně s dalšími vysoce postavenými odbornými pracovníky i s veřejností na základě a s použitím expertních kvalitativních a kvantitativních informací. Má rozhodující podíl na efektivním a optimálním řešení problémů zákazníků a vytváření hodnoty pro zákazníka a společnost. Řeší krizové firemní situace s ohledem na firemní a sociální aspekty.</p> <p>Písemný projev na vysoce odborné úrovni, zpracování expertních analýz, slovní projev, schopnost vyjadřování s využitím kvantitativních a kvalitativních informací. Manažerské dovednosti- řízení jiných, vedení, motivace, kontrola a hodnocení týmu managementu, vytváření strategických obchodních (partnerských) vztahů, reprezentace firmy, vedení osobním příkladem, delegace pravomoci a odpovědnosti, úkolů, organizace času, práce a priorit, rozhodování na základě znalostí, zkušeností a efektivního využívání faktů, schopnost vyhodnotit, akceptovat a rozhodnout rizika, využití znalostí a faktů k dosažení cílů firmy v příslušném sociálním kontextu.</p> <p>Řízení týmů; Zákaznická orientace; Poradenství; Spolupráce s klíčovými zákazníky a partnery; Orientace na vytváření hodnot pro akcionáře.</p>	
Odborné znalosti a dovednosti	Detailní specifikace požadavků na znalosti uvedena interním dokumentu QP 75-01-13, akt.vydání na vyžádání u CS CIMA	
Odborné dovednosti prokazované certifikací	Zvládání problémů v oblasti možných nepředvídatelných změn s mnoha vzájemně se ovlivňujícími faktory; Schopnost analýzy a evaluace údajů pro řešení a rozhodování včetně alternativních kreativních řešení; Prokázání schopnosti vytvářet inovační a kreativní marketingová řešení za účelem zvyšování firemní konkurenční pozice v národním a mezinárodním měřítku; Schopnost ovlivnění, formulace a rozhodování zákaznické a inovační strategie v daném firemním a tržním	

	<p>kontextu, aplikace filozofie hodnoty pro zákazníka a zákaznické hodnoty; Schopnost syntézy aplikace poznatků a znalostí z různých pramenů a zdrojů při efektivním řešení marketingových strategických problémů</p> <p>Komplexní orientace v problematice, schopnost analýz, tvorby, organizace, aplikace a řízení strategických marketingových problémů a potřeb v oblasti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketingový management firem a organizací • Strategický marketing • Tržní segmentace • Marketingový výzkum a získávání dat, včetně přípravy marketingové strategie • Management produktu a management značky • Tvorba hodnoty ve firmě, hodnota zákazníka • Controlling a audit v marketingu • Nákupní marketing • Marketingové strategie ve specifických tržních situacích • Integrovaná marketingová komunikace 	
<p>Kvalifikační úroveň dle NSP a kompetence</p>	<p>6 až 7</p> <p>6. stupeň: Orientovat se v dokumentaci, normách, standardech a právních předpisech 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. Analyzovat příčiny nestandardních fungování, chování a situací u objektů své práce a jejich souvislosti. Analyzovat méně složité systémy, jevy a procesy. Posuzovat relevanci odborných informací. Posuzovat výsledky jiných složitých 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.</p> <p>Řešit složitější úkoly, pro které nejsou k dispozici vytvořené postupy a metody. Řešit problémy spojené s nutností abstrahování a zobecňování. Integrovat do řešení problémů odborné informace z různých zdrojů. Integrovat více řešení do komplexních řešení. Navrhovat systémová zlepšení. Navrhovat složité nové postupy a produkty.</p> <p>7.stupeň:</p>	
	<p>Znalosti:</p> <p><i>vysoce specializované znalosti, z nichž některé jsou v popředí znalostí v oboru práce nebo studia, sloužící jako základ originálního myšlení nebo výzkumu</i></p> <p><i>kritické uvědomování si znalostí v oboru a na rozhraní mezi různými oblastmi</i></p>	<p>Dovednosti:</p> <p><i>speciální dovednosti požadované při řešení problémů ve výzkumu a/nebo při inovacích s cílem rozvíjet nové znalosti a postupy a integrovat poznatky z různých oblastí</i></p> <p>Kompetence:</p> <p><i>řídít a transformovat pracovní nebo vzdělávací kontexty, které jsou složité, nelze je předvídat a vyžadují nové strategické přístupy</i></p> <p><i>nést odpovědnost za přispívání k profesním znalostem a postupům a/nebo za posuzování strategických výkonů týmů</i></p>
<p>Požadované vzdělání</p>	<p>Vysokoškolské, typu magisterské, MBA s aplikací marketingového řízení, nebo bakalářské</p>	<p>Alternativně přípravný odborný kurz, který je akreditován a má minimálně 100 hodin rozsah na kompatibilní úrovni marketing CIMA-C</p>

	s certifikátem marketingového specialisty na úrovni CIMA-B	
Požadovaná praxe	36 měsíců v oblasti marketingu nebo prodeje	Praxe může být alternativně částečně nahrazena účastí v přípravném odborném akreditovaném kurzu v rozsahu minimálně 100 hodin, studiem a vzděláním typu MBA s marketingovým zaměřením na řízení firmy, podniku, organizace apod.
Další podmínky pro uchazeče o certifikaci	Splnění podmínek pro registraci na certifikační zkoušku	Podmínky stanoví příslušný zkušební řád daného typu zkoušky
Podmínky udělení/získání certifikátu		
Certifikační zkouška rozsah	Certifikační zkouška jako jedna součást systému celkového hodnocení uchazeče v procesu certifikace se skládá z písemné části (zpracování diplomové práce) a ústní části.	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	Diplomová práce je zpracována uchazečem v termínu, rozsahu a formátu dle stanovených podmínek zkušebního řádu. Součástí ústní části zkoušky je obhajoba vlastní DP zpracované v písemné formě uchazečem a předané před samotnou zkouškou dle podmínek uvedených v tomto zkušebním řádu a dále odpovědi na doplňující otázky členů zkušební komise při obhajobě DP jakož i k dalším problémům marketingu v relaci na odpovídající úroveň zkoušky a typové pozice.	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"> 1. Dodržení podmínek certifikačního procesu certifikačního orgánu ze strany uchazeče 2. Získání potřebné hodnoty hodnocení v obou částech zkoušky 1,2 nebo 3 při stanovené stupnici hodnocení 1- až 4, přičemž 1=nejlepší, 4=nepříjemná úroveň, nejhorší <p>Kompletní podmínky hodnocení jsou dány zkušebním řádem pro dané certifikační schéma.</p>	<p>Bod 1. se týká zejména případného porušování podmínek zejména zkušebního řádu, případně dalších smluvních podmínek včetně nutnosti podpisu dohody o vydání certifikátu.</p> <p>Bod. 2 – Výsledné hodnocení zkoušky je aritmetickým průměrem příslušného hodnocení.</p>
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 dohodu, která	

	<p>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 Nesplnění podmínek a hrubé a soustavné narušování je řádně zdokumentováno, auditováno radou pro certifikaci a rozhodnutí je odůvodněno. 	
Certifikát	V případě splnění podmínek certifikace pro dané schéma/typ certifikace je úspěšnému uchazeči vydán certifikát, který splňuje podmínky	

	<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-C, funkce „Diplomovaný marketér“ se realizuje na základě:

1. Dokumentu QP 75-01-16 Certifikační schéma MCC 5-2015
2. Dokumentu QP 75-01-01 (Statut certifikace CS CIMA)-
 - 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 75-01-13 -Hodnotící standardy marketing CIMA-C
4. Dokumentu QP 75-01-11- Zkušební řád CIMA-C
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

Platnost od 1.7.2015