

Názov kvalifikácie: Pracovník v oblasti reklamy

Kód kvalifikácie	C5249999-00739
Úroveň SKKR	4
Sektorová rada	Obchod, marketing, gastronómia a cest. ruch
SK ISCO-08	5249999 Iný pracovník v oblasti predaja inde neuvedený
SK NACE Rev.2	G VEĽKOOBCHOD A MALOOBCHOD; OPRAVA MOTOROVÝCH VOZIDIEL A MOTOCYKLOV, 46 Veľkoobchod okrem motorových vozidiel a motocyklov
Doklad o získanej kvalifikácii	
Názov povolania	Pracovník v oblasti reklamy

Kvalifikačný štandard

Vedomosti:
<i>popísať zásady marketingu</i>
<i>definovať marketingovú komunikáciu</i>
<i>definovať manažment všeobecne</i>
<i>popísať základy obchodného a pracovného práva pre potreby reklamnej praxe, etický kódex reklamnej praxe, zákonitosti pôsobenia zákona o reklame a autorský zákon</i>
<i>popísať aplikáciu psychológie na proces tvorby účinnej reklamy a jej pôsobenia na psychiku jednotlivca</i>
<i>popísať spôsob prípravy a vedenia reklamných kampaní</i>
<i>vysvetliť priebeh a zložky reklamnej komunikácie vo všetkých médiách</i>
<i>definovať reklamné ciele a stratégie</i>
Zručnosti:
<i>plánovať reklamné, propagačné a komunikačné aktivity</i>
<i>zabezpečovať reklamné, propagačné a komunikačné aktivity</i>
<i>používať informačné a komunikačné technológie</i>
<i>koordinovať činnosti pracovníkov/tímov, vrátane spolupráce s ostatnými úsekmi organizácie</i>
<i>organizovať reklamné a propagačné akcie</i>
<i>zastupovať organizácie na rokovaníach s partnermi/inštitúciami</i>
<i>tvoriť koncepcie reklamných kampaní a propagačných akcií</i>
<i>pripravovať podklady na spracovanie návrhov koncepcií jednotlivých reklamných projektov, tvorbu mediálnych plánov, stratégií a analýz</i>
<i>komunikovať a jednať s ľuďmi/klientmi na základe ich potrieb resp. požiadaviek</i>
<i>vyhodnocovať úspešnosť reklamných kampaní</i>
<i>spracovávať mediálnu politiku a marketingovú stratégiu podujatí</i>
Kompetencie:
<i>schopnosť prezentovať navrhované riešenia</i>
<i>zodpovednosť za výsledky práce tímu i svojej práce</i>
<i>schopnosť flexibility a kreativity</i>
<i>samostatnosť pri práci</i>

Hodnotiaci štandard

Hodnotená spôsobilosť:
<i>popísať zásady marketingu</i>
<i>definovať marketingovú komunikáciu</i>

popísať základy obchodného a pracovného práva pre potreby reklamnej praxe, etický kódex reklamnej praxe, zákonitosti pôsobenia zákona o reklame a autorský zákon
 popísať aplikáciu psychológie na proces tvorby účinnej reklamy a jej pôsobenia na psychiku jednotlivca
 popísať spôsob prípravy a vedenia reklamných kampaní

Kritériá hodnotenia:	Metódy hodnotenia	Nástroje hodnotenia
<i>preukázať teoretické znalosti z oblasti, marketingu, psychológie komunikácie a legislatívy súvisiacej s reklamou</i>	písomná metóda	test
<i>vysvetliť marketingovú komunikáciu</i>	ústna metóda	ústna odpoveď s vysvetlením
<i>definovať základy obchodného a pracovného práva pre potreby reklamnej praxe, etický kódex reklamnej praxe, zákonitosti pôsobenia zákona o reklame a autorský zákon</i>	ústna metóda	ústna odpoveď
<i>vysvetliť psychológiu procesu tvorby účinnej reklamy a jej pôsobenia na psychiku jednotlivca</i>	ústna metóda	ústna odpoveď s vysvetlením
<i>vysvetliť spôsob prípravy a vedenia reklamných kampaní</i>	ústna metóda	ústna odpoveď s vysvetlením

Podmienky úspešného vykonania skúšky:

Podmienkou úspešného vykonania skúšky je splnenie všetkých uvedených kritérií minimálne na 70%.

Hodnotená spôsobilosť:

definovať reklamné ciele a stratégie
 spracovávať mediálnu politiku a marketingovú stratégiu podujatí
 pripravovať podklady na spracovanie návrhov koncepcií jednotlivých reklamných projektov, tvorbu mediálnych plánov, stratégií a analýz
 tvoriť koncepcie reklamných kampaní a propagačných akcií
 plánovať reklamné, propagačné a komunikačné aktivity
 zabezpečovať reklamné, propagačné a komunikačné aktivity

Kritériá hodnotenia:	Metódy hodnotenia	Nástroje hodnotenia
<i>definovať strategické ciele v oblasti reklamy v simulovanom podniku</i>	praktické skúšanie	simulovaná úloha
<i>sformulovať mediálnu politiku podľa zadania</i>	praktické skúšanie	simulovaná úloha
<i>nastaviť reklamné, propagačné a komunikačné aktivity simulovaného podniku</i>	praktické skúšanie	simulovaná úloha
<i>určiť potrebné podklady na spracovanie návrhov koncepcií jednotlivých reklamných projektov podľa zadania</i>	písomná metóda	písomná úloha
<i>zostaviť koncepciu reklamných kampaní a propagačných akcií podľa zadania</i>	praktické skúšanie	PC prezentácia
<i>definovať zásady riadenia reklamných, propagačných a komunikačných aktivít</i>	ústna metóda	ústna odpoveď s vysvetlením
<i>riešiť problémovú úlohu z oblasti propagácie podľa zadania</i>	písomná metóda	písomná úloha

Podmienky úspešného vykonania skúšky:

Podmienkou úspešného vykonania skúšky je splnenie všetkých uvedených kritérií minimálne na 70%.

Hodnotená spôsobilosť:

vysvetliť priebeh a zložky reklamnej komunikácie vo všetkých médiách
 komunikovať a jednať s ľuďmi/klientmi na základe ich potrieb resp. požiadaviek
 zastupovať organizácie na rokovaníach s partnermi/inštitúciami
 používať informačné a komunikačné technológie

Kritériá hodnotenia:	Metódy hodnotenia	Nástroje hodnotenia
<i>popísať priebeh a zložky reklamnej komunikácie vo všetkých médiách</i>	ústna metóda	ústna odpoveď s vysvetlením
<i> viesť náročný rozhovor so zamestnancom (aktívne počúvanie,</i>	praktické skúšanie	praktické

<i>poskytovanie spätnej väzby, argumentácia a zvládanie námietok)</i>		predvedenie
<i> viesť rokovanie s obchodným partnerom (aktívne počúvanie, poskytovanie spätnej väzby, argumentácia a zvládanie námietok, win-win komunikácia)</i>	praktické skúšanie	praktické predvedenie
<i>spracovať zadané údaje pomocou IKT a pripraviť prezentáciu výsledku</i>	praktické skúšanie	PC prezentácia
Podmienky úspešného vykonania skúšky:		
Podmienkou úspešného vykonania skúšky je splnenie všetkých uvedených kritérií minimálne na 70%.		
Hodnotená spôsobilosť:		
definovať manažment všeobecne organizovať reklamné a propagačné akcie koordinovať činnosti pracovníkov/tímov, vrátane spolupráce s ostatnými úsekmi organizácie vyhodnocovať úspešnosť reklamných kampaní		
Kritériá hodnotenia:	Metódy hodnotenia	Nástroje hodnotenia
<i>popísať zásady manažmentu riadenia</i>	písomná metóda	test
<i>stanoviť organizáciu reklamnej a propagačnej akcie podľa zadania</i>	ústna metóda	rozhovor
<i>vysvetliť zásady riadenia pracovníkov a tímov pri riešení úloh</i>	ústna metóda	ústna odpoveď s vysvetlením
<i>stanoviť procesy riadenia zadanej úlohy</i>	ústna metóda	ústna odpoveď
<i>vyhodnotiť reklamnú kampaň na základe zadaných informácií</i>	praktické skúšanie	simulovaná úloha
Podmienky úspešného vykonania skúšky:		
Podmienkou úspešného vykonania skúšky je splnenie všetkých uvedených kritérií minimálne na 70%.		

Organizačné a metodické pokyny

Metodické pokyny:
<i>Formálne vzdelávanie:</i> <i>Zákon 245/2008 Z.z. o výchove a vzdelávaní (školský zákon) a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, § 72-90 a §109-111.</i> <i>Neformálne vzdelávanie a informálne učenie sa:</i> <i>Zákon 568/2009 Z.z. o celoživotnom vzdelávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, §17 a §18.</i>
Pokyny na realizáciu skúšky:
<i>Formálne vzdelávanie:</i> <i>Zákon 245/2008 Z.z. o výchove a vzdelávaní (školský zákon) a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, § 72-90 a §109-111.</i> <i>Neformálne vzdelávanie a informálne učenie sa:</i> <i>Zákon 568/2009 Z.z. o celoživotnom vzdelávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, §17 a §18.</i>
Proces hodnotenia:
<i>Formálne vzdelávanie:</i> <i>Zákon 245/2008 Z.z. o výchove a vzdelávaní (školský zákon) a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, § 72-90 a §109-111.</i> <i>Neformálne vzdelávanie a informálne učenie sa:</i>

<i>Zákon 568/2009 Z.z. o celoživotnom vzdelávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, §17 a §18.</i>	
Výsledné hodnotenie:	
<i>Formálne vzdelávanie:</i>	
<i>Zákon 245/2008 Z.z. o výchove a vzdelávaní (školský zákon) a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, § 72-90 a §109-111.</i>	
<i>Neformálne vzdelávanie a informálne učenie sa:</i>	
<i>Zákon 568/2009 Z.z. o celoživotnom vzdelávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, §17 a §18.</i>	
Zloženie skúšobnej komisie:	
<i>Formálne vzdelávanie:</i>	
<i>Zákon 245/2008 Z.z. o výchove a vzdelávaní (školský zákon) a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, § 72-90 a §109-111.</i>	
<i>Neformálne vzdelávanie a informálne učenie sa:</i>	
<i>Zákon 568/2009 Z.z. o celoživotnom vzdelávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, §17 a §18.</i>	
Požiadavky na odbornú spôsobilosť skúšajúceho:	
<i>Formálne vzdelávanie:</i>	
<i>Zákon 245/2008 Z.z. o výchove a vzdelávaní (školský zákon) a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, § 72-90 a §109-111.</i>	
<i>Neformálne vzdelávanie a informálne učenie sa:</i>	
<i>Zákon 568/2009 Z.z. o celoživotnom vzdelávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, §17 a §18.</i>	
<i>Skúšajúci musí spĺňať nasledujúce požiadavky:</i>	
• <i>minimálne VŠ vzdelávanie II. stupňa v oblasti marketingu/manažmentu</i> • <i>prax v odbore marketingová komunikácia, z toho minimálne 5 rokov na manažérskej pozícii</i>	
Materiálne a technické podmienky skúšky:	
<i>Materiálové požiadavky:</i>	
• <i>PC/notebook s adekvátnymi informačnými technológiami a vybavením</i> • <i>LCD projektor (na prezentáciu)</i>	
<i>Priestorové požiadavky: samostatná miestnosť</i>	

Kartu kvalifikácie schválila MŠVVaŠ dňa:	25.9.2015
Platnosť karty kvalifikácie od:	25.9.2015