

PRACOVNÍ NÁPLŇ PRAXE

PROVOZNĚ EKONOMICKÁ FAKULTA

Studijní program:	N-M
Garant programu:	doc. Ing. Lea Kubíčková, Ph.D.
Počet hodin praxe:	400 h
Kredity:	15

Náplň praxe pro studenty a studentky jednotlivých specializací by měla reflektovat dovednosti a znalosti získané během studia a připravit studující na konkrétní pracovní pozice v jejich oboru. Níže jsou uvedené příklady vhodného obsahu praxe pro každou specializaci. Praxe by měla studentům umožnit získat praktické zkušenosti ve svém oboru, prohloubit své znalosti a dovednosti a připravit je na vstup do pracovního procesu na odpovídajících pozicích. Obecně studující programu Marketing mohou na praxi zastávat role, které jim umožní aplikovat získané znalosti z oblasti marketingového řízení, tvorby strategií a práce s daty. Praxe by například mohla zahrnovat následující činnosti:

- Marketingový analytik: Analýza tržních dat a spotřebitelského chování pomocí business intelligence nástrojů a big data, identifikace cílových skupin a segmentace trhu.
- Asistent marketingového manažera: Podílení se na tvorbě marketingových plánů, strategické řízení marketingových kampaní, spolupráce na vývoji produktu z pohledu designu a UX.
- Koordinátor marketingových kampaní: Plánování, realizace a vyhodnocení marketingových kampaní, včetně práce s digitálními médii, SEO optimalizace a influencer marketingu.
- Specialista interní komunikace: Řízení interní komunikace, krizová komunikace a public affairs, tvorba strategie pro udržitelnost a reflexe aktuálních trendů v marketingu.

Specializace Marketingová komunikace

Praxe pro studující specializaci Marketingová komunikace by měla zahrnovat pozice a úkoly zaměřené na kreativní a strategické aspekty marketingové komunikace.

Doporučené obsahy stáží:

- Specialista vizuální komunikace: Tvorba vizuálních prvků a materiálů pro reklamní kampaně, design grafiky a vizuálního obsahu pro sociální média a online platformy.
- Mediální plánovač: Tvorba a optimalizace mediálních plánů, sledování efektivity reklamních kampaní napříč různými kanály, analýza dosažených výsledků.
- Brand manažer/ asistent brand manažera: Budování a posilování značky, tvorba brandové identity, implementace strategií na podporu dlouhodobých vztahů se zákazníky.
- Koordinátor integrované komunikace: Vytváření a implementace integrovaných komunikačních strategií, propojení různých marketingových nástrojů a posílení jejich synergie.

Specializace Marketing v cestovním ruchu

Pro studující specializaci Marketing v cestovním ruchu by praxe měla být zaměřena na aplikaci marketingových dovedností v kontextu cestovního ruchu a turismu.

Doporučené obsahy stáží:

- Destinační manažer/ asistent destinačního manažera Plánování a realizace marketingových strategií pro destinace, péče o image destinace, komunikace s místními partnery a poskytovateli služeb.

- Event manažer/ asistent event. manažera: Organizace a propagace turistických a kulturních akcí, práce na tvorbě a prodeji turistických produktů, péče o zákaznický servis a spokojenost návštěvníků.
- Specialista pro zákaznický servis a kvalitu: Monitoring a analýza spokojenosti zákazníků a návštěvníků destinace, implementace inovací v oblasti služeb cestovního ruchu.
- PR a komunikační specialista: Tvorba a realizace komunikačních kampaní zaměřených na propagaci destinace, správa online a offline komunikace, budování loajality návštěvníků."