



Evropská unie  
Evropský sociální fond  
Operační program Zaměstnanost



Úřad práce ČR

## PLÁN REALIZACE ODBORNÉ PRAXE

### I. Uchazeč o zaměstnání **ABSOLVENT**

Jméno a příjmení:

Datum narození:

Kontaktní adresa:

Telefon:

Zdravotní stav dobrý:

/zaškrtněte/

Omezení /vypište/:

V evidenci ÚP ČR od:

Vzdělání:

Znalosti a dovednosti:

Pracovní zkušenosti:

Absolvent se účastnil před nástupem na  
Odbornou praxi v rámci aktivit projektu:

a) Poradenství

b) Rekvalifikace

## II. ZAMĚSTNAVATEL

Název organizace: **Global Free s.r.o.**  
IČO: 017 55 854  
Adresa pracoviště: náměstí Míru 101, 344 01 Domažlice  
Vedoucí pracoviště: Aleš Híkl  
Kontakt na vedoucího pracoviště: 379482339

Zaměstnanec pověřený vedením  
Odborné praxe – **MENTOR**

Jméno a příjmení: Aleš Híkl  
Kontakt: 379482339

Pracovní pozice/Funkce Mentora Vedoucí projektu obchodního centra

Druh práce Mentora /rámec pracovní náplně/  
kompletní zajištění provozu obchodního centra  
Převzetí stavby obchodního centra  
Zajištění provozního vybavení obchodního centra  
Zajištění smluv s dodavateli zboží  
Zajištění pracovních sil do obchodního centra  
Zpracování marketingová a reklamní strategie obchodního centra  
Zahájení provozu  
Zajišťování provozu po otevření: dodavatelsko- odběratelské vztahy, nájemní smlouvy, smlouvy o službách a další smlouvy  
Zajišťování reklamy a marketingových akcí

### III. ODBORNÁ PRAXE

Název pracovní pozice absolventa:	<b>Managerka marketingu a reklamy</b>
Místo výkonu Odborné praxe:	náměstí Míru 101, 344 01 Domažlice
Smluvený rozsah Odborné praxe:	40 hodin/týden
Kvalifikační požadavky na absolventa:	VŠ obor: marketingová komunikace
Specifické požadavky na absolventa:	angličtina, němčina slovem i písmem – pokročilá úroveň
Druh práce - rámec pracovní náplně absolventa	monitoring podnikatelského prostředí a jeho vyhodnocení, stanovení marketingové strategie, příprava kampaní a realizace marketingu v praxi

#### KONKRETIZUJTE STANOVENÍ CÍLŮ ODBORNÉ PRAXE A ZPŮSOB JEJICH DOSAŽENÍ:

##### PRŮBĚŽNÉ CÍLE:

- a) Seznámení s podnikatelským prostředím, základní zaškolení, seznámení se s plánem a strategií rozvoje podniku a nově budovanou provozovnou
- b) Monitoring marketingového a podnikatelského prostředí podniku
- c) Produktový positioning
- d) Řízení marketingových informací a jejich plánování
- e) Marketingová strategie
- f) Realizace marketingové komunikace podniku
  - Marketingová kampaň

##### STRATEGICKÉ CÍLE:

Získání dostatečné praxe pro další uplatnění v naší společnosti. Osvojení si marketingových aktivit firmy. Prohloubení teoretických znalostí. Průběžná školení v daném odvětví.

##### VÝSTUPY ODBORNÉ PRAXE:

/doložte přílohou/

**Příloha č. 1** Průběžné hodnocení absolventa

**Příloha č. 2** Závěrečné hodnocení absolventa

**Příloha č. 3** Osvědčení o absolvování Odborné praxe

**Příloha č. 4** Reference pro budoucího zaměstnavatele\*

*\* V případě, že si zaměstnavatel účastníka neponechá v pracovním poměru po skončení Odborné praxe, poskytne zaměstnavatel „Reference pro budoucího zaměstnavatele“, a to ve volné formě.*

## HARMONOGRAM ODBORNÉ PRAXE

*Harmonogram Odborné praxe, tj. časový a obsahový rámec průběhu Odborné praxe je vhodné předjednat a konzultovat mezi zaměstnancem KrP a KoP ÚP ČR, mentorem a absolventem již před nástupem absolventa na Odbornou praxi, aby jeho rámec byl zřejmý již před podepsáním Dohody o vyhrazení společensky účelného pracovního místa a popřípadě Dohody o poskytnutí příspěvku na mentora. Podle aktuální situace a potřeby může být harmonogram doplňován nebo upravován.*

Měsíc/Datum	Aktivita	Rozsah	Zapojení Mentora
Prosinec 2016	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) školení BOZP a PO</li> <li>2) seznámení s mentorem panem Alešem Hiklem, který je vedoucím projektu</li> <li>3) seznámení s hierarchií společnosti a s pracovištěm ve firmě</li> <li>4) seznámení s plánovanou nově budovanou provozovnou</li> </ol>	176 hod.	Ano
Leden 2017	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) seznámení se strategií rozvoje činnosti společnosti - projektem</li> <li>2) monitoring marketingového a podnikatelského prostředí podniku               <ul style="list-style-type: none"> <li>- typologie trhu a jeho fungování</li> <li>- místo a vztahy podniku v tržním prostředí (služební cesty, návštěvy)</li> <li>- analýza vnitřního prostředí podniku pomocí SWOT</li> <li>- využití situační analýzy podniku</li> </ul> </li> <li>3) typologie zákazníka v hodnotovém procesu (vztahový marketing)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- hodnota produktu mezi podnikem a zákazníkem</li> <li>- koexistence produktu marketingu</li> <li>- 4 stupňová analýza produktu</li> <li>- typologie zákazníků</li> <li>- značka a image pro zákazníka</li> <li>- tvorba cen</li> </ul> </li> <li>4) místo a vztahy podniku v tržním prostředí (služební cesty, návštěvy)</li> </ol>	176 hod.	Ano
Únor 2017	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) analýza vnitřního prostředí podniku pomocí SWOT</li> <li>2) využití situační analýzy podniku</li> <li>3) typologie zákazníka v hodnotovém procesu (vztahový marketing)</li> </ol>	160 hod.	Ano
Březen 2017	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) hodnota produktu mezi podnikem a zákazníkem</li> <li>2) koexistence produktu marketingu</li> <li>3) 4 stupňová analýza produktu</li> <li>4) typologie zákazníků</li> <li>5) produktový positioning</li> <li>6) bonita zákaznických segmentů</li> </ol>	184 hod.	Ano

Duben 2017	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) značka a image pro zákazníka</li> <li>2) tvorba cen</li> <li>3) řízení marketingových informací a jejich plánování</li> <li>4) marketingový výzkum trhu</li> <li>5) marketingové plánování</li> <li>6) marketingové plánování</li> </ol>	160 hod.	Ano
Květen 2017	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) marketingová strategie</li> <li>2) marketingová strategie</li> <li>3) cenová strategie</li> <li>4) cenová strategie</li> <li>5) komunikační strategie</li> </ol>	184 hod.	Ano

Dne 22. 11. 2016 schválili Bc. Jan Beck , Marek Híkl .....