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:	**ProSEO Media s.r.o.**
IČO:	01856758
Adresa pracoviště:	Sedláčkova 20, 301 00 Plzeň
Vedoucí pracoviště:	Bc. Jan Potůček
Kontakt na vedoucího pracoviště:	776 163 438, potucek@proseo.cz

Zaměstnanec pověřený vedením
Odborné praxe – **MENTOR**

Jméno a příjmení:	Bc. Jan Potůček
Kontakt:	776 163 438, potucek@proseo.cz
Pracovní pozice/Funkce Mentora	Jednatel společnosti

Druh práce Mentora /rámec pracovní náplně/:
Projektový manažer pro online marketing (správa sociálních sítí, optimalizace pro vyhledávače, placená reklama, tvorba webů, e-mailing)

III. ODBORNÁ PRAXE

Název pracovní pozice absolventa:	**Administrativní pracovník pro marketing JUNIOR**
Místo výkonu Odborné praxe:	Sedláčkova 20, 301 00 Plzeň
Smluvený rozsah Odborné praxe:	40 hodin/týden
Kvalifikační požadavky na absolventa:	Absolvent VŠ technického nebo ekonomického zaměření
Specifické požadavky na absolventa:	Základní znalost online pojmů SEO, PPC, Facebook, Instagram, LinkedIn
Druh práce - rámec pracovní náplně absolventa	Participace na správě online propagace klientských projektů (sociální sítě, e-mailing, PPC kampaně, SEO, copywriting, obsahový marketing).

KONKRETIZUJTE STANOVENÍ CÍLŮ ODBORNÉ PRAXE A ZPŮSOB JEJICH DOSAŽENÍ:

PRŮBĚŽNÉ CÍLE:

Zadání konkrétních úkolů činnosti

Získání základních znalostí, jak funguje online marketing. Od definování strategického plánu až po jeho realizaci. Praktikant se tak seznámí, a následně si i vyzkouší, se všemi odvětvími online propagace. Bude aktivním účastníkem schůzek s klienty, takže si zlepší i své komunikační a prezentační dovednosti. Po vyzkoušení si všech odvětví bude následovat specializace na některou konkrétní oblast.

STRATEGICKÉ CÍLE:

zvýšení kvalifikace, osvojení si odborných kompetencí daného oboru a nové praktické dovednosti (znalost systémů např. Mailchimp, Facebook Ads, Sklik, AdWords, Google Analytics), získání vědomostí z oblasti online marketing (jak funguje PPC, SEO, marketing na sociálních sítích, obsahový marketing), zlepšení komunikačních a prezentačních dovedností, manažerské jednání (strategické řízení), leadership (projektové řízení)

VÝSTUPY ODBORNÉ PRAXE: **Datum vydání přílohy**

/doložte přílohou/

Příloha č. 2 Průběžné hodnocení absolventa

Příloha č. 3 Závěrečné hodnocení absolventa

Příloha č. 4 Osvědčení o absolvování Odborné praxe

Příloha: 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
09/2016	Seznámení s kolektivem, představení činnosti firmy, procesního řízení jednotlivých aktivit, zákazníků a budoucího směřování firmy, základní zaškolení ve fungování online marketingu, seznámení s programy pro interní komunikaci, zaškolení BOZP. Proškolení v oblasti internetového marketingu, účastník se začíná orientovat v základních marketingových procesech a marketingovém cyklu, pasivní účast na jednáních s klienty. Školení v oblasti time managamentu.	176 hod.	ANO
10/2016	Úvod to tvorby webových stránek a plnění obsahu do webových stránek. Základy UX analýzy a optimalizace použitelnosti webových stránek. Účastník nabude zkušenosti s tvorbou webů a jejich použitelností. Naučí se, jaké prvky musí obsahovat obchodně účinný web. Pro klientské projekty si vyzkouší připravit návrh podoby budoucího webu (wireframe) a na reálném projektu se naučí, jak vypracovat analýzu klíčových slov. Úvod do webové analytiky (Google Analytics, heatmapy). Účastník získá základní znalosti při nastavení KPI, vyhodnocování kampaní a chování zákazníků na webových stránkách. Učí se určovat klíčové metriky a hodnoty pro vyhodnocování online marketingových kampaní.	168 hod.	ANO
11/2016	Zásady tvorby obsahu a textů pro webové stránky, obsahovým marketingem, redakční činností a copywritingem. Účastník se naučí sestavovat a plánovat redakční plán, organizovat publikaci obsahu a komunikovat s redaktory.	176 hod.	ANO
12/2016	Účastník se seznámí se základy optimalizace pro vyhledávače (SEO) a metodami budování zpětných odkazů a online PR. V této fázi jej budeme prakticky zaškolovat v komunikaci s partnery a naučí se vytvářet rešerše pro linkbuilding (budování zpětných odkazů) a práci s pokročilými analytickými nástroji pro analýzu odkazového profilu.	176 hod.	ANO
01/2017	Účastník se proškolí ve správě a komunikaci se zákazníky na sociálních sítích. Naučí se používat pokročilé nástroje pro správu obsahu na sociálních sítích a získává znalosti v komunikaci na jednotlivých sítích (facebook, twitter, instagram, linkedin). Kromě vytváření obsahu bude zaškolen i ve správě inzertních systémů (např. Facebook Ads).	176 hod.	ANO
02/2017	Inzerce ve vyhledávání (PPC) – naučí se vytvářet reklamy ve vyhledávání Seznamu a Googlu nebo reklamu v obsahové síti (v magazínech). Naučí se kampaně nejen vytvářet, ale bude i zaškolen, jak je dlouhodobě spravovat. Zároveň si může pořídit	160 hod.	ANO

	certifikaci společnosti Google pro správu kampaní ve vyhledávání v jejich inzertním systému AdWords.		
03/2017	Nastavení a správa kampaní ve zbožových srovnávačích. A to Zboží.cz, Google Nákupy a Heuréka. Zde se naučí programovat produktové feedy, které jsou součástí webových stránek klienta. A následnou implementaci feedu do inzertních systémů. Zde je třeba technického, ale i marketingového myšlení. Zároveň si může pořídit certifikaci společnosti Google pro správu Google Nákupů.	184 hod.	ANO
04/2017	Nastavení produktových kampaní a dynamického remarketingu v inzertních systém Sklik, Google AdWords a Facebook Power Editor. Jedná se o typ PPC kampaní vhodných pro E-shopy. Jejich nastavení je závislé na technickém nastavení produktových feedů. Zároveň si může pořídit certifikaci společnosti Google pro správu kampaní v obsahové síti.	160 hod.	ANO
05/2017	Účastník se proškoluje v základech projektového řízení a více se profiluje v jednotlivé oblasti z dřívějších cyklů. Cílem je nalézt v něm předpoklady pro konkrétní marketingovou činnost. Prohlubuje znalosti v dané oblasti. Na starost získává vlastní interní projekt a aktivně ho zapojujeme do dílčích marketingových aktivit pro klienty.	184 hod.	ANO
06/2017	Účastník prohlubuje znalosti v dané oblasti. Na starost získává vlastní interní projekt a aktivně ho zapojujeme do dílčích marketingových aktivit pro klienty. Vyzkouší si také řízení klientských projektů, za které ponese odpovědnost. Bude mít za úkol jednat s klientem, ale zároveň s ostatními specialisty na pracovišti, kterým bude předávat úkoly. Zákazníkovi pak bude reportovat výsledky a zlepší si tak své prezenční schopnosti.	176 hod.	ANO
07/2017	Účastník prohlubuje znalosti v dané oblasti. Na starost získává vlastní interní projekt a aktivně ho zapojujeme do dílčích marketingových aktivit pro klienty. Vyzkouší si také řízení klientských projektů, za které ponese odpovědnost. Bude mít za úkol jednat s klientem, ale zároveň s ostatními specialisty na pracovišti, kterým bude předávat úkoly. Zákazníkovi pak bude reportovat výsledky a zlepší si tak své prezenční schopnosti.	168 hod.	ANO
08/2017	Účastník prohlubuje znalosti v dané oblasti. Na starost získává vlastní interní projekt a aktivně ho zapojujeme do dílčích marketingových aktivit pro klienty. Vyzkouší si také řízení klientských projektů, za které ponese odpovědnost. Bude mít za úkol jednat s klientem, ale zároveň s ostatními specialisty na pracovišti, kterým bude předávat úkoly. Zákazníkovi pak bude reportovat výsledky a zlepší si tak své prezenční schopnosti.	160 hod.	ANO

Schválil(a): Bc. Jan Potůček ..... dne 21. 2. 2017
(jméno, příjmení, podpis)