



PLÁN REALIZACE ODBORNÉ PRAXE

I. Uchazeč o zaměstnání		ABSOLVENT	
Jméno a příjmení:	xxx	xxx	
Datum narození:	xxx		
Kontaktní adresa:	xxx		
Telefon:	xxx		
Zdravotní stav dobrý: /zaškrtněte/ Omezení /vypište/:		xxx	xxx
		xxx	
V evidenci ÚP ČR od:	xxx		
Vzdělání:	xxx		
Znalosti a dovednosti:	xxx		
Pracovní zkušenosti:		xxx	xxx
Absolvent se účastnil před nástupem na odbornou praxi v rámci aktivit projektu:		rozsah	druh
a) Poradenství		xxx	xxx
b) Rekvalifikace		xxx	xxx

II. ZAMĚSTNAVATEL

Název organizace: Johann Pubs s.r.o.

Adresa pracoviště: Bayerova 806/40, 602 00 Brno

Vedoucí pracoviště: xxx

Kontakt na vedoucího pracoviště: xxx

Zaměstnanec pověřený vedením
odborné praxe – **MENTOR**

Jméno a příjmení: -----

Kontakt: -----

Pracovní pozice/Funkce Mentora -----

Druh práce Mentora /rámec pracovní
náplně/ -----

III. ODBORNÁ PRAXE

Název pracovní pozice absolventa:	Specialista pro styk s veřejností
Místo výkonu odborné praxe:	Bayerova 806/40, 602 00 Brno
Smluvený rozsah odborné praxe:	40 hodin týdně, 12 měsíců
Kvalifikační požadavky na absolventa:	Základní přehled o trhu restauračních zařízení, znalost práce na PC.
Specifické požadavky na absolventa:	Znalost práce s marketingovými nástroji sítě Facebook a správou webových stránek.
Druh práce - rámec pracovní náplně absolventa	Administrativní pracovník – analytik

KONKRETIZUJTE STANOVENÍ CÍLŮ ODBORNÉ PRAXE A ZPŮSOB JEJICH DOSAŽENÍ:

PRŮBĚŽNÉ CÍLE:

Zadání konkrétních úkolů činnosti

/v případě potřeby doplňte řádky nebo doložte přílohou/

Seznámení se zaměstnanci a procesy ve společnosti. Analýza procesů souvisejících s vnější komunikací společnosti. Průzkum trhu restauračních zařízení v okolí s důrazem na způsob komunikace a marketingovou strategii těchto zařízení. Analýza získaných dat o konkurenčních společnostech. Vyhodnocení výsledků analýzy. Navržení možných změn či úprav komunikační strategie společnosti. Péče o komunikační kanály společnosti.

STRATEGICKÉ CÍLE:

/v případě potřeby doplňte řádky nebo doložte přílohou/

*(např. zvýšení kvalifikace, **osvojení si odborných kompetencí daného oboru** a nové praktické dovednosti, získání vědomostí)*

Praktické ověření vědomostí nabytých při studiu v oboru marketingové komunikace a styku s veřejností – zvýšení kvalifikace v oboru. Získání přehledu a podrobné znalosti místní situace restauračních zařízení. Nabytí zkušeností v oboru marketingové podpory společnosti prostřednictvím sociálních sítí. Získání zkušeností a rozšíření dovedností při práci s webovými stránkami společnosti.

VÝSTUPY ODBORNÉ PRAXE:

/doložte přílohou/

Název přílohy:**Příloha č. 1** Průběžné
hodnocení absolventa**Příloha č. 2** Závěrečné
hodnocení absolventa**Příloha č. 3** Osvědčení o
absolvování odborné praxe**Příloha:** Reference pro
budoucího zaměstnavatele***Datum vydání přílohy:**20.7.2017,
20.10.2017,
20.1.2018, 31.3.2018
31.3.2018

31.3.2018

31.3.2018

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.

/v případě potřeby doplňte řádky/

Měsíc/Datum	Aktivita	Rozsah	Zapojení Mentora
duben 2017 – červen 2017	Seznámení se zaměstnanci a procesy ve společnosti. Seznámení se s konkrétními činnostmi, které budou vykonávány, od použitých nástrojů, sběr dat ve firmě a zjištění, jakým způsobem společnost funguje. Analýza procesů souvisejících s vnější komunikací společnosti. Seznámení se s činnostmi, jakým způsobem a kdy se dělají, s jejich náležitostmi, s tím, jaký mají na firmu dopad, ať už v pozitivním, tak i v negativním smyslu. Zapojení se do těchto procesů a být jejich součástí, komunikace se zákazníky, telefonicky, emailem, na sociálních sítích.	3 měsíce	---
červenec 2017 – září 2017	Průzkum trhu restauračních zařízení v okolí s důrazem na způsob komunikace a marketingovou strategii těchto zařízení. Fyzické zjišťování daných skutečností v konkurenčních společnostech, průzkum cen, nabízených služeb, porovnání kvality. Sběr dat podle daných kritérií. Práce s webem, analýza online názorů na subjekt i jeho konkurenci, porovnání těchto skutečností.	3 měsíce	---

říjen 2017 – prosinec 2017	Analýza získaných dat o konkurenčních společnostech. Hodnocení dat z hlediska potřeby, efektivity práce a zjištění dopadu. Práce s kancelářskými aplikacemi. Vyhodnocení výsledků analýzy. Zjištění toho, jak se konkurenční firmy chovají a jaký je důsledek jejich chování. Sestavení zprávy s výsledky a návrhem na změnu chování ve firmě. Příprava kampaně na webu k získání nových zákazníků.	3 měsíce	---
---	---	-----------------	-----

leden 2018 – březen 2018	Navržení možných změn či úprav komunikační strategie společnosti. Sepsání zprávy, úprava chování. Péče o komunikační kanály společnosti. Práce s počítačem, na webu na sociálních sítích. Uvedení do praxe. Hledání nových zákazníků, roznos letáků, spuštění marketingové kampaně na webu.	3 měsíce	---
-------------------------------------	---	-----------------	-----

Termíny pro odevzdání průběžného hodnocení:

20.7.2017, 20.10.2017, 20.1.2018, 31.3.2018

Termíny pro vyhotovení příloh – „Osvědčení o absolvování odborné praxe“ a „Závěrečné hodnocení“

31.3.2018

** 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.*

Schválil(a): xxx
(jméno, příjmení, podpis)

dne xxx