# Media buyer

Media buyer zajišťuje nákup reklamního prostoru a času v médiích na základě analýzy jejich hodnoty a účinku.

|  |  |
| --- | --- |
| **Odborný směr:** | Obchod a marketing |
| **Odborný podsměr:** | marketing |
| **Kvalifikační úroveň:** | Střední vzdělání s maturitní zkouškou; Střední vzdělání s výučním listem i maturitní zkouškou |
| **Alternativní názvy:** | Nákupčí médií, Nákupčí mediálního prostoru |
| **Podřízené specializace:** | Pracovník monitoringu médií, Mediální plánovač, Nákupčí audio, video, Nákupčí tiskových médií, Nákupčí pro internet, multimédia a nová média, Nákupčí audio, video, Mediální plánovač, Nákupčí pro internet, multimédia a nová média, Nákupčí tiskových médií, Pracovník monitoringu médií |
| **Regulovaná jednotka práce:** | ne |

## Pracovní činnosti

* Sběr dat a informací z oblasti médií.
* Aplikace poznatků ze sběru dat a informací z oblasti médií do mediálního plánu.
* Definice cílových skupin pro zpracování mediálního plánu a reklamní kampaně.
* Výběr vhodných médií, míst a časů pro umístění reklamy s ohledem na cílovou skupinu.
* Určení frekvence uveřejňování reklamního sdělení.
* Komunikace s analytickými odděleními jednotlivých médií k získání aktuálních dat a informací pro zpracování mediálního plánu.
* Prezentace strategie a mediálního plánu zákazníkovi a jeho obhajoba.
* Sestavení optimálního mediálního plánu.
* Vyjednání cen se zástupcem médií a realizace nákupu konkrétního reklamního prostoru a času v médiích.
* Příprava podkladů pro rámcové a obchodní smlouvy.
* Nákup reklamního prostoru a času v médiích za optimálních podmínek pro zadavatele reklamy.
* Vyhotovení předběžného i konečného rozpočtu včetně detailního mediálního plánu.
* Kontrola plnění všeobecných obchodních podmínek u jednotlivých dodavatelů médií včetně finančního plnění.
* Vyhodnocení a zpracování reportu o zrealizované reklamní kampani a plnění mediálního plánu.
* Vedení reklamačního řízení včetně jeho evidence.
* Sledování vývoje mediálního trhu.
* Vedení příslušné administrativy spojené s nákupem mediální kampaně.

## CZ-ISCO

* Specialisté v oblasti propagace a reklamy
* Specialisté v oblasti reklamy a marketingu, průzkumu trhu

### Hrubé měsíční mzdy podle krajů v roce 2020

#### Specialisté v oblasti reklamy a marketingu, průzkumu trhu (CZ-ISCO 2431)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Mzdová sféra** | **Platová sféra** |
| **Kraj** | **Od** | **Medián** | **Do** | **Od** | **Medián** | **Do** |
| Hlavní město Praha | 34 795 Kč | 53 979 Kč | 115 787 Kč |  |  |  |
| Středočeský kraj | 29 679 Kč | 52 358 Kč | 109 905 Kč |  |  |  |
| Jihočeský kraj | 31 158 Kč | 50 913 Kč | 102 010 Kč |  |  |  |
| Královéhradecký kraj | 26 646 Kč | 32 330 Kč | 76 222 Kč |  |  |  |
| Pardubický kraj | 26 982 Kč | 37 353 Kč | 65 519 Kč |  |  |  |
| Jihomoravský kraj | 23 870 Kč | 39 934 Kč | 74 377 Kč |  |  |  |
| Olomoucký kraj | 34 082 Kč | 46 390 Kč | 62 383 Kč |  |  |  |
| Zlínský kraj | 25 705 Kč | 41 669 Kč | 78 174 Kč |  |  |  |
| Moravskoslezský kraj | 27 265 Kč | 44 780 Kč | 100 076 Kč |  |  |  |

### Hrubé měsíční mzdy v roce 2020 celkem

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Medián za ČR celkem** |
| **CZ-ISCO** |  | **Mzdová sféra** | **Platová sféra** |
| 2431 | Specialisté v oblasti reklamy a marketingu, průzkumu trhu | 40 209 Kč | 51 009 Kč |
| 24312 | Specialisté v oblasti propagace a reklamy | 38 168 Kč | 47 338 Kč |

## ESCO

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kód podskupiny** | **Název podskupiny v ESCO** | **URL - podskupiny v ESCO** |
| 2431 | Specialisté v oblasti reklamy a marketingu | http://data.europa.eu/esco/isco/C2431 |

## Pracovní podmínky

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Název** | **1** | **2** | **3** | **4** |
| Duševní zátěž | x | x |  |  |
| Pracovní doba, směnnost | x | x |  |  |
| Zraková zátěž | x |  |  |  |
| Celková fyzická zátěž | x |  |  |  |

*Legenda:*

* *1. Stupeň zátěže (minimální zdravotní riziko) - Faktor se při výkonu práce nevyskytuje nebo je zátěž faktorem minimální, vliv faktoru je ze zdravotního hlediska nevýznamný.*
* *2. Stupeň zátěže (únosná míra zdravotního rizika) - Ze zdravotního hlediska je míra zátěže faktorem únosná, nepřekračuje limity stanovené předpisy, vliv faktoru je akceptovatelný pro zdravého člověka.*
* *3. Stupeň zátěže (významná míra zdravotního rizika) - Úroveň zátěže překračuje stanovené limitní hodnoty expozice (zátěže), na pracovištích je nutná realizace náhradních technických a organizačních opatření, nelze vyloučit negativní vliv na zdraví pracovníků.*
* *4. Stupeň zátěže (vysoká míra zdravotního rizika) - Úroveň zátěže vysoce překračuje stanovené limitní hodnoty expozice, na pracovištích musí být dodržován soubor preventivních opatření, častěji dochází k poškození zdraví.*

## Kvalifikace k výkonu povolání

### Školní vzdělání

#### Nejvhodnější školní přípravu poskytují obory:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Typ** | **Název** | **Kód** |
| KKOV | Střední vzdělání s maturitní zkouškou (bez vyučení) v oboru ekonomika a podnikání | 6341M |
| RVP | Ekonomika a podnikání | 63-41-M/01 |

#### Vhodnou školní přípravu poskytují také obory:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Typ** | **Název** | **Kód** |
| KKOV | Vyšší odborné vzdělání v oboru ekonomika a podnikání | 6341N |
| RVP | Obchodní akademie | 63-41-M/02 |
| RVP | Obchodní škola | 63-51-J/01 |

## Kompetenční požadavky

### Odborné dovednosti

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kód** | **Název** | **Úroveň 1-8** | **Vhodnost** |
| h11.C.2191 | Projednávání a vyřizování reklamací s dodavateli | 3 | Výhodné |
| h11.C.2192 | Projednávání podmínek při uzavírání smluv s dodavateli médií včetně sjednávání cen | 4 | Nutné |
| h11.C.2141 | Projednávání textů reklam se zákazníky | 3 | Výhodné |
| h11.D.8131 | Příprava podkladů pro tvorbu média plánů včetně získávání informací o vnímání a užívání médií veřejností | 4 | Nutné |
| h11.C.2134 | Projednávání specifických potřeb, požadovaných podmínek a požadavků klientů na reklamní média | 4 | Nutné |
| h11.C.3131 | Provádění nákupu rozhodujících médií (televize, rozhlas) | 4 | Nutné |
| h11.C.2151 | Zajišťování realizace plánů, projektů či programů informovanosti včetně využívání a spolupráce se všemi druhy médií | 4 | Nutné |

*Popisy úrovní naleznete zde: https://nsp.cz/downloads/Priloha\_c2\_manualu.pdf*

### Odborné znalosti

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kód** | **Název** | **Úroveň 1-8** | **Vhodnost** |
| h11.\_.0001 | marketing obecně | 3 | Nutné |
| h11.\_.0003 | průzkum trhu | 3 | Nutné |
| h11.\_.0011 | reklama, její hlavní zásady | 4 | Nutné |
| h11.\_.0012 | reklamní cíle a strategie | 4 | Nutné |
| h11.\_.0013 | prostředky a formy reklamy | 4 | Nutné |
| h11.\_.0019 | reklamní kampaně | 4 | Nutné |
| h11.\_.0006 | marketing a marketingová komunikace | 4 | Nutné |

*Popisy úrovní naleznete zde: https://nsp.cz/downloads/Priloha\_c2\_manualu.pdf*

### Obecné dovednosti

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kód** | **Název** | **Úroveň 0-3** |
| b01 | Počítačová způsobilost | 2 |
| b03 | Numerická způsobilost | 2 |
| b04 | Ekonomické povědomí | 2 |
| b05 | Právní povědomí | 1 |
| b06 | Jazyková způsobilost v češtině | 3 |
| b07 | Jazyková způsobilost v angličtině | 2 |

*Popisy úrovní naleznete zde: https://nsp.cz/downloads/Priloha\_c10\_manualu.pdf*

*Popisy úrovní naleznete zde: https://nsp.cz/downloads/Priloha\_c15\_manualu.pdf*

### Měkké kompetence

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kód** | **Název** | **Úroveň 0-5** |
| 2.1 | Kompetence k efektivní komunikaci | 4 |
| 1.3 | Kompetence ke kreativitě | 4 |
| 1.2 | Kompetence k flexibilitě | 3 |
| 4.1 | Kompetence k aktivnímu přístupu | 3 |
| 2.4 | Kompetence k ovlivňování a rozvíjení ostatních | 4 |

*Popisy úrovní naleznete zde: https://nsp.cz/downloads/Priloha\_c9\_manualu.pdf*

## Zdravotní podmínky

### Onemocnění omezující výkon povolání / specializace povolání.

* Poruchy sluchu
* Poruchy vidění
* Závažná onemocnění pohybového a nervového systému, omezující jemnou motoriku a koordinaci pohybů
* Drogová závislost v anamnéze
* Závažná nervová onemocnění

### Onemocnění vylučující výkon povolání / specializace povolání.e

* Duševní poruchy
* Poruchy chování
* Závažná psychosomatická onemocnění

*Přesné posouzení zdravotního stavu s následným doporučením nebo nedoporučením výkonu této pozice je možné pouze po konzultaci s lékařem.*