

## **ČASTO KLADENÉ DOTAZY K VEDLEJŠÍ SPECIALIZACI MARKETING (3MK)**

### **Proč je potřeba projít výběrovým řízením?**

Studenti procházejí výběrovým řízením hned z několika důvodů. Vedlejší specializace 3MK má větší ambice než být jen shlukem 5 předmětů. Budeme se snažit vybudovat na marketing zaměřenou sociální síť, která dlouhodobě propojí studenty, absolventy, vysokou školu a partnerské organizace z firemní praxe (více v poslání & vizi VS). Klíčovým přínosem pro studenty je akcelerace jejich profesní kariéry po skončení studia. Tato síť by měla být do značné míry skutečně výběrová. Kvalita výuky není dána jen kvalitou pedagogů, ale také individuální kvalitou studentů a kompaktností skupin v kurzech. Partnerské firmy rovněž preferují spolupráci s výjimečnou skupinou studentů, neboť zde mezi talenty hledají své budoucí zaměstnance nebo spolupracovníky pro krátkodobé projekty. Podpora firem je naprosto nezbytná pro naplnění ambicí naší vedlejší specializace. Vedle těchto důvodů výběrovým řízením řešíme poptávku převyšující naše kapacitní možnosti cca 50 studentů na semestr.

### **Kdy probíhá výběrové řízení?**

Výběrové řízení probíhá dvakrát do roka dle harmonogramu semestru daného akademického roku. Bližší informace k výběru a termíny uzávěrek budou vyvěšeny i na stránkách katedry marketingu a na nástěnce na katedře, jakmile budou k dispozici.

### **Jak probíhá výběr do této vedlejší specializace?**

Od ZS 2011/12 probíhá registrace, výběr a automatický zápis standardně jako u ostatních vedlejších specializací prostřednictvím ISISu. Po registraci na naší VS vložíte ve vymezeném čase elektronicky vyplněnou přihlášku do odevzdávací skříně k tomuto účelu vytvořené. Vždy si pečlivě zkontrolujte, že jste provedli své vložení správně – nesprávně vložené přihlášky nelze hodnotit. My vaši přihlášku bodově vyhodnotíme a stanovíme na základě získaných bodů seznam studentů, kteří splnili minimální kvalifikační požadavky na zápis do naší VS (kvalifikace). Systém při automatickém přidělení zohlední prioritu (nejprve obsadí místa všemi prioritami 1), body z kvalifikace a semestr studia. Po skončení ručních doplňovacích zápisů se vám 3MK objeví v ISISu jako vaše vedlejší specializace.

### **V čem je tato vedlejší specializace jiná?**

Důraz je kladen na praktické zaměření, kontakt s firemní praxí a podporu absolventů přesahující vlastní dobu studia.

### **Jaký je rozdíl mezi vedlejšími specializacemi Marketing (3MK/FPH) a Komerční komunikace (2KK/FMV)?**

Obě specializace se zaměřují na marketing, ale každá z jiného úhlu. Zatímco VS Komerční komunikace připravuje své absolventy na kariéru v komunikačních, reklamních a mediálních agenturách, VS Marketing připravuje své absolventy na „řemeslný marketing“ ve firmách (jinak řečeno na straně klienta). Obě specializace mají určitý společný základ a ve svém hlavním zaměření se vzájemně

doplňují. Obě specializace vyžadují kreativitu, každá ale svého druhu. Kreativita v reklamě, komunikaci a médiích je jiná než kreativita marketéra při řízení značky na trhu.

### **Hlásím se na obě specializace – vadí to?**

Otázkou je, proč to děláte? Nevidíte v obou specializacích rozdíl, nebo si vytváříte záložní variantu, když se do jedné z nich nedostanete? V první řadě byste si měli uvědomit specifika každé z obou specializací (viz. některé další časté dotazy) a k čemu vy osobně více inklinujete.

Dále si dejte pozor na specifika automatického výběru do VS - viz dále.

### **Proč je důležitá volba priority při výběru specializace?**

Pokud se hlásíte do obou marketingových specializací, buďte opatrní s volbou jejich priorit! Pokud máte pocit, že zkusíte VS 2KK a když to nevyjde, dostanete se do 3MK, může se Vám to vymstít. Uvedu to na příkladu. V kvalifikaci do 3MK jste získali 98b ze 100. Jste mezi top 5 kandidáty, ale máte jako první prioritu 2KK. Systém prvoplánově přiřazuje do VS podle první priority, takže ve stejném okamžiku, kdy vy bojujete o 2KK, systém přiřazuje všechny s první prioritou a kvalifikované na volná místa v 3MK. Může se tak stát, že když neprojdete výběrem do 2KK, nedostanete se už ani do 3MK, byť poslední vybraný bude mít „jen“ nějakých 55b (zatímco vy 98b) – ale měl první prioritu. Jestliže má systém dostatek kandidátů, kteří se kvalifikovali a mají první prioritu, na ty druhé už nedojde – i kdyby měli 100b.

### **Mám vůbec šanci na přijetí do vaší vedlejší specializace?**

Při výběru vycházíme z dlouhodobého profilu uchazeče. Zvažte svou osobní motivaci a zájem. Kritéria výběru, jejich význam a váha jsou uvedeny v instrukcích k vyplnění přihlášky (Přihláška do vedlejší specializace Marketing 3MK). V dalších semestrech se již nebudou nijak výrazně měnit. Drtivou většinu z nich máte přímo pod kontrolou a svůj profil můžete výrazně vylepšit již během jediného semestru! Obavy z výběrového řízení jsou přirozené. Máte-li skutečnou motivaci, tak by vás to nemělo odradit. Po zbytek života budete muset bojovat o své místo na slunci. Jestli chcete být úspěšní, budete muset často v tomto boji vyhrávat. Tohle je součást vaší přípravy.

### **Jaká jsou kritéria při výběru?**

Kritéria výběru, jejich význam a váha jsou uvedeny v instrukcích k vyplnění přihlášky (Přihláška do vedlejší specializace Marketing 3MK). Jednotlivé oddíly přihlášky odpovídají samotným kritériím. Kritéria jsou zvolena s ohledem na zajištění co nejkvalitnější pokročilé a prakticky zaměřené výuky marketingu v předmětech této vedlejší specializace. Měly by reprezentovat kvalitu jednotlivých studentů a umožnit vhodné obsazení omezeného počtu míst v rámci vedlejší specializace.

### **Byl jsem vybrán do vaší vedlejší specializace. Musím absolvovat všechny předměty najednou v jednom semestru?**

Každopádně vám gratulujeme! Ne, nemusíte všechny předměty vystudovat v jediném semestru. Můžete si je rozložit i do více semestrů, ale zbytečně to neprotahujte. Rozptýlením do tří a více semestrů pravděpodobně ztratíte vzájemnou provázanost předmětů a může vám uniknout obraz marketingu jako celku.

**Řekněte, že se rozhodnu vaši vedlejší specializaci vystudovat v průběhu dvou semestrů. Existuje nějaké doporučení pro optimální sled jednotlivých kurzů?**

Optimální sekvence předmětů je následující: Strategický marketing a inovace, Marketingový výzkum, Segmentace trhu, Komunikační plánování a Product/brand marketing. V tomto pořadí postupujete logicky podél celého procesu marketingu. Od obecnějších strategických konceptů ke konkrétním detailním aspektům marketingového výzkumu a segmentace trhu, dále pak ke specifické oblasti marketingové komunikace a na závěr k vlastnímu praktickému řízení marketingu produktu/značky, kde by se všechny předchozí získané znalosti a dovednosti měly integrovat do jednoho celku. První čtyři zmíněné předměty mají z důvodu časové optimalizace záměrně minimální vzájemný překryv. Pátý předmět, Product/brand marketing, by se měl překrývat se všemi ostatními a být co nejvíce prakticky zaměřený.