|  |
| --- |
| УТВЕРЖДЕН  приказом Министерства  труда и социальной защиты  Российской Федерации  от 04 июня 2018 № 366н |

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

Маркетолог

|  |
| --- |
| 1134 |
| Регистрационный номер |

Содержание

[I. Общие сведения](#_Toc1)

[II. Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт (функциональная карта вида профессиональной деятельности)](#_Toc2)

[III. Характеристика обобщенных трудовых функций](#_Toc3)

[3.1. Обобщенная трудовая функция «Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга»](#_Toc4)

[3.2. Обобщенная трудовая функция «Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга»](#_Toc5)

[3.3. Обобщенная трудовая функция «Управление маркетинговой деятельностью организации»](#_Toc6)

[IV. Сведения об организациях – разработчиках профессионального стандарта](#_Toc7)

# I. Общие сведения

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Организация и управление маркетинговой деятельностью |  | 08.035 |
| (наименование вида профессиональной деятельности) |  | Код |

Основная цель вида профессиональной деятельности:

|  |
| --- |
| Разработка и реализация комплекса мер и подходов к ведению бизнеса, обеспечивающая создание и эффективное управление маркетинговой деятельностью |

Группа занятий:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1221 | Руководители служб по сбыту и маркетингу | 2431 | Специалисты по рекламе и маркетингу |
| (код ОКЗ) | (наименование) | (код ОКЗ) | (наименование) |

Отнесение к видам экономической деятельности:

|  |  |
| --- | --- |
| 70.22 | Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления |
| 73.20.1 | Исследование конъюнктуры рынка |
| (код ОКВЭД) | (наименование вида экономической деятельности) |

# II. Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт (функциональная карта вида профессиональной деятельности)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Обобщенные трудовые функции | | | Трудовые функции | | |
| код | наименование | уровень квалификации | Наименование | код | уровень (подуровень) квалификации |
| A | Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | 6 | Подготовка к проведению маркетингового исследования | A/01.6 | 6 |
| Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | A/02.6 | 6 |
| B | Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга | 7 | Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации | B/01.7 | 7 |
| Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации | B/02.7 | 7 |
| Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации | B/03.7 | 7 |
| Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации | B/04.7 | 7 |
| C | Управление маркетинговой деятельностью организации | 8 | Формирование маркетинговой стратегии организации | C/01.8 | 8 |
| Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации | C/02.8 | 8 |

# III. Характеристика обобщенных трудовых функций

## 3.1. Обобщенная трудовая функция «Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | Код | A | Уровень квалификации | 6 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |  |
|  | | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Возможные наименования должностей, профессий | Специалист по маркетингу  Аналитик  Менеджер по рекламе  Менеджер по связям с общественностью |

|  |  |
| --- | --- |
| Требования к образованию и обучению | Среднее профессиональное образование - программы подготовки специалистов среднего звена |
| Требования к опыту практической работы | - |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | Дополнительное профессиональное образование - программы повышения квалификации |

Дополнительные характеристики

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование документа | Код | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
| ОКЗ | 2431. | Специалисты по рекламе и маркетингу |
| ЕТКС или ЕКС |  | Специалист по маркетингу |
|  | Специалист по рекламе |
|  | Специалист по связям с общественностью |
| ОКПДТР | 24068 | Менеджер (в подразделениях (службах) по маркетингу и сбыту продукции) |
| 24071 | Менеджер по рекламе |
| 26585 | Специалист по маркетингу |
| ОКСО 2016 | 5.38.00.00 | Экономика и управление |
| 5.38.02.04 | Коммерция (по отраслям) |

**3.1.1. Трудовая функция**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Подготовка к проведению маркетингового исследования | Код | A/01.6 | Уровень квалификации | 6 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |  |
|  | | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Трудовые действия | Выявление проблем и формулирование целей исследования |
| Планирование проведения маркетингового исследования |
| Определение маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования |
| Подготовка и согласование плана проведения маркетингового исследования |
| Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации |
| Анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг |
| Разработка технического задания для проведения маркетингового исследования |
| Подготовка процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования |
| Необходимые умения | Применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования |
| Определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования |
| Подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования |
| Анализировать текущую рыночную конъюнктуру |
| Составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования |
| Выполнять основные операции по поиску информации |
| Создавать и воспроизводить видеоролики, презентации, слайд-шоу, медиафайлы и другую итоговую продукцию из исходных аудио-, визуальных и мультимедийных компонентов |
| Управлять размещением цифровой информации, в том числе дисковых хранилищах локальной и глобальной компьютерной сети |
| Формировать медиатеки для структурированного хранения и каталогизации цифровой информации |
| Необходимые знания | Применение основ менеджмента |
| Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность |
| Особенности проведения социологических исследований |
| Принципы системного анализа |
| Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов |
| Основы работы в операционных системах |
| Основные антивирусные программы |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | - |

**3.1.2. Трудовая функция**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | Код | A/02.6 | Уровень квалификации | 6 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |  |
|  | | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Трудовые действия | Планирование и организация сбора первичной и вторичной маркетинговой информации |
| Обработка полученных данных с помощью методов математической статистики |
| Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований |
| Формирование предложений по совершенствованию товарной политики |
| Формирование предложений по совершенствованию ценовой политики |
| Формирование предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж |
| Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации |
| Необходимые умения | Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации |
| Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков |
| Работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования |
| Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга |
| Создавать отчеты по результатам маркетингового исследования |
| Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга |
| Публиковать мультимедиа-контент в сети Интернет |
| Применять подходы безопасной работы в Интернете (защита персональных данных, антивирусная защита, информационная гигиена) |
| Формировать медиатеки для структурированного хранения и каталогизации цифровой информации |
| Использовать системы управления базами данных для просмотра данных в электронных базах данных |
| Изменение данных электронной базы данных с использованием систем управления базами данных |
| Необходимые знания | Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность |
| Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики |
| Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг |
| Методы проведения маркетингового исследования |
| Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях |
| Правила, нормы и основные принципы этики делового общения |
| Методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства |
| Программы управления проектами: наименования, возможности и порядок работы в них |
| Понятийный аппарат управления проектами |
| Способы отслеживания выполнения задач проекта с использованием программ управления проектами |
| Порядок создания отчета о выполненных работах с использованием программ управления проектами |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | - |

## 3.2. Обобщенная трудовая функция «Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга | Код | B | Уровень квалификации | 7 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |  |
|  | | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Возможные наименования должностей, профессий | Начальник отдела маркетинга  Начальник отдела сбыта  Начальник отдела по связям с общественностью |

|  |  |
| --- | --- |
| Требования к образованию и обучению | Высшее образование - магистратура или специалитет |
| Требования к опыту практической работы | Не менее трех лет в области маркетинговой деятельности |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | Дополнительное профессиональное образование - программы повышения квалификации |

Дополнительные характеристики

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование документа | Код | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
| ОКЗ | 1221. | Руководители служб по сбыту и маркетингу |
| ЕТКС или ЕКС |  | Начальник отдела маркетинга |
|  | Начальник отдела сбыта |
|  | Начальник отдела по связям с общественностью |
| ОКПДТР | 24698 | Начальник отдела (по маркетингу и сбыту продукции) |
| 26151 | Руководитель группы (специализированной в прочих отраслях) |
| 26153 | Руководитель группы (функциональной в прочих областях деятельности) |
| ОКСО 2016 | 5.38.00.00 | Экономика и управление |
| 5.38.04.02 | Менеджмент |

**3.2.1. Трудовая функция**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации | Код | B/01.7 | Уровень квалификации | 7 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |  |
|  | | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Трудовые действия | Разработка мер по внедрению инновационных товаров (услуг) |
| Создание нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими |
| Разработка и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг) |
| Тестирование инновационных товаров (услуг) при их внедрении на российский и международный рынки |
| Реализация и совершенствование ассортиментной политики организации |
| Проведение коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов) |
| Разработка технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда |
| Реализация программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации |
| Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов) |
| Необходимые умения | Определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации |
| Проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов) |
| Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок |
| Проводить оценку стоимости брендов организации |
| Улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами |
| Использовать инструменты проектного управления успешными брендами |
| Обрабатывать информацию |
| Формировать документацию и осуществлять ее архивирование |
| Вносить в базы данных сведений, необходимых для работы организации |
| Обновлять антивирусные программы, проверять диски на вирусы |
| Применять операционные системы |
| Необходимые знания | Понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) |
| Инструменты бренд-менеджмента |
| Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития |
| Процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) |
| Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов |
| Методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации |
| Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность |
| Правовые системы |
| Основы цифровизации процессов |
| ERP-системы: наименования, возможности и порядок работы в них |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | - |

**3.2.2. Трудовая функция**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации | Код | B/02.7 | Уровень квалификации | 7 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |  |
|  | | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Трудовые действия | Разработка ценовой политики в организации |
| Создание и реализация стратегии формирования цен на товары (услуги) организации |
| Внедрение методов формирования цен на товары (услуги) организации |
| Разработка конкурентных ценовых стратегий |
| Проведение последовательных действий по разработке политики ценообразования в организации |
| Внедрение системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации |
| Совершенствование политики ценообразования в организации |
| Необходимые умения | Разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги) |
| Рассчитывать цены на товары (услуги) организации |
| Разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования |
| Сравнивать рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги) |
| Проводить маркетинговые исследования по ценам |
| Проводить аудит ценовой политики организации |
| Использовать средства хранения и обработки больших массивов и потоков данных |
| Разрабатывать и проводить презентации инвестиционного проекта |
| Осуществлять поиск информации об изделиях в базе данных ERP-систем |
| Создавать новые записи в базах данных ERP-систем |
| Редактировать записи в базах данных ERP-систем |
| Необходимые знания | Инструменты маркетингового ценообразования |
| Законодательство Российской Федерации, стандарты, этические принципы, регулирующие цены и ценовую политику организаций |
| Методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг на уровне ценовых стратегий |
| Основные элементы интерфейса ERP-систем |
| Возможности и порядок поиска и просмотра информации в ERP-системах |
| Порядок создания, редактирования, удаления записей в базе данных ERP-систем |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | - |

**3.2.3. Трудовая функция**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации | Код | B/03.7 | Уровень квалификации | 7 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |  |
|  | | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Трудовые действия | Формирование средств и каналов распределения (дистрибуции) для взаимодействия с поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации |
| Разработка комплексной системы распределения (дистрибуции) в организации |
| Разработка сбытовой политики организации |
| Совершенствование системы распределения (дистрибуции) в организации |
| Необходимые умения | Работать с информацией и базами данных по системе распределения |
| Выполнять маркетинговые действия по выбору каналов распределения (дистрибуции) |
| Создавать каналы распределения (дистрибуции) в организации |
| Оценивать результативность каналов распределения (дистрибуции) |
| Проводить оценку сбытовой политики организации |
| Управлять продажами товаров и услуг |
| Осуществлять мониторинг по проектированию информационных систем |
| Проводить оценку результатов управления рисками |
| Применять виртуальные технологии |
| Необходимые знания | Методы проведения маркетинговых исследований в области распределения (дистрибуции) и продаж |
| Подходы к формированию сбытовой политики организации |
| Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации |
| Основы архитектуры информационных систем |
| Основы проектирования информационных систем |
| Правила внесения изменений в информационных системах |
| Основы внутрикорпоративных коммуникаций |
| Использование виртуальных технологий |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | - |

**3.2.4. Трудовая функция**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации | Код | B/04.7 | Уровень квалификации | 7 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |  |
|  | | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Трудовые действия | Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации |
| Разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации |
| Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации |
| Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации |
| Формирование имиджа и деловой репутации организации |
| Организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации |
| Разработка и проведение рекламных акций по стимулированию продаж |
| Работа с инструментами прямого маркетинга |
| Подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений |
| Необходимые умения | Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании |
| Формировать имидж и деловую репутацию организации |
| Продвигать товары (услуги) организации на рынок |
| Улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики |
| Выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий |
| Проводить анализ результативности коммуникационной политики |
| Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики |
| Осуществлять поиск информации в базе данных MDM-систем |
| Создавать новые записи в базах данных MDM-систем |
| Редактировать записи в базах данных MDM-систем |
| Необходимые знания | Инструменты маркетинговых коммуникаций |
| Стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации |
| Состав процесса стратегического и оперативного планирования |
| Организация рекламного дела |
| Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации |
| Основы влияния информационных технологий на бизнес-процессы |
| Стандарты информационных технологий для деятельности предприятий |
| MDM-системы: наименования, возможности и порядок работы в них |
| Основные элементы интерфейса MDM-систем |
| Возможности и порядок поиска и просмотра информации в MDM-системах |
| Порядок создания, редактирования, удаления записей в базе данных MDM-систем |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | - |

## 3.3. Обобщенная трудовая функция «Управление маркетинговой деятельностью организации»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Управление маркетинговой деятельностью организации | Код | C | Уровень квалификации | 8 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |  |
|  | | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Возможные наименования должностей, профессий | Директор департамента по маркетингу  Директор департамента по продажам  Директор департамента по сбыту |

|  |  |
| --- | --- |
| Требования к образованию и обучению | Высшее образование - магистратура или специалитет |
| Требования к опыту практической работы | Не менее пяти лет в области маркетинговой деятельности |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | Дополнительное профессиональное образование - программы повышения квалификации |

Дополнительные характеристики

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование документа | Код | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
| ОКЗ | 1221. | Руководители служб по сбыту и маркетингу |
| ЕТКС или ЕКС |  | Заместитель директора по коммерческим вопросам |
|  | Заместитель директора по связям с общественностью |
| ОКСО 2016 | 5.38.00.00 | Экономика и управление |
| 5.38.04.02 | Менеджмент |

**3.3.1. Трудовая функция**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Формирование маркетинговой стратегии организации | Код | C/01.8 | Уровень квалификации | 8 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |  |
|  | | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Трудовые действия | Организация работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации |
| Создание и развитие стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации |
| Создание и развитие операционной системы для выполнения маркетинговых функций в организации |
| Руководство работой по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы организации |
| Необходимые умения | Разрабатывать маркетинговую стратегию организации |
| Прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации |
| Выстраивать систему взаимодействия маркетинговой службы с другими подразделениями организации |
| Реализовывать альтернативные маркетинговые стратегии в организации |
| Работать в рамках процессов облачных технологий бэк-офиса, открытого исходного кода мидл-офиса, а также фронт-офиса |
| Создавать ценность для бизнеса, реализуя инвестиции, связанные с ИТ |
| Достигать стратегических целей и получать выгоду путем эффективного и инновационного использования ИТ |
| Необходимые знания | Методика проведения комплексного маркетингового исследования |
| Особенности риск-менеджмента |
| Инструменты бренд-менеджмента |
| Принципы стратегического и оперативного планирования |
| Методы и стратегии ценообразования |
| Принципы логистики распределения и сбыта |
| Методы управления проектами |
| Системы управления информацией в рамках реализации инвестиционного проекта |
| Особенности применения механизмов по привлечению инвестиций для различных отраслей экономики |
| Международная практика по привлечению инвестиций |
| Факторы влияния на ИТ-структуру (принципы, политики и подходы, процессы, организационная структура, культура, этика и поведение, информация, услуги, инфраструктура и приложения, персонал, навыки и компетенции) |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | - |

**3.3.2. Трудовая функция**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации | Код | C/02.8 | Уровень квалификации | 8 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |  |
|  | | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Трудовые действия  Необходимые умения | Подготовка предложений и разработка планов по работе маркетинговой службы организации |
| Согласование и реализация планов маркетинговой поддержки системы продаж в организации |
| Согласование и реализация плана маркетинга организации |
| Обеспечение развития маркетинговой службы организации |
| Подготовка и защита отчетов о работе маркетинговой службы перед руководящими органами и лицами организации |
| Обеспечение контроля маркетинговой деятельности организации |
| Планировать деятельность маркетинговой службы организации |
| Планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов |
| Проводить оценку результативности маркетинговых программ |
| Осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации |
| Осуществлять поиск и анализ информации для реализации инвестиционного проекта |
| Осуществлять поиск информации в базе данных MES-систем |
| Анализировать информацию о ходе реализации технологических процессов и результатах контроля с использованием MES-систем |
| Необходимые знания | Инструменты риск-менеджмента |
| Методы управления бизнес-процессами |
| Процесс управления знаниями в организации |
| Методы и организационные возможности управления изменениями |
| Методы управления проектами |
| Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности |
| Каскад целей предприятий и организаций |
| MES-системы: наименования, возможности и порядок работы в них |
| Основные элементы интерфейса MES-систем |
| Возможности и порядок поиска и просмотра информации в MES-системах |
| Возможности и порядок использования инструментов MES-систем для анализа производственной информации |
| Основы обеспечения информационных систем |
| Анализ данных и процессов на основе Big Data |
| Классификация бизнес-процессов |
| Основы моделирования бизнес-процессов  Основы автоматизации и управления бизнес-процессами  Принципы совершенствования бизнес-процессов  Принципы выбора программного обеспечения  Система управления взаимоотношениями с клиентами  Технологии автоматизации делопроизводства  • искусственный интеллект,  • блокчейн,  • облачные сервисы,  • виртуальная и дополненная реальность |
| Технологии облачных вычислений |
| Этика финансовых технологий |
| Правила использования приложений, информации и технических решений |
| Правила безопасности информации, обрабатывающей инфраструктуры и приложений |
| Правила оптимизации ИТ-активов, ресурсов и способностей |
| Правила обеспечения работы и поддержка бизнес-процессов, путем интеграции приложений и технологий в бизнес-процессы |
| Правила соблюдения внутренних политик |
| Степень доступности и безопасности факторов влияния |
| Политики информационной безопасности |
| Правила пересмотра политик информационной безопасности |
| Определение и основы управления операционными рискамия |
| Основы информационной безопасности |
| ECM-системы: наименования, возможности и порядок работы в них |
| Основные элементы интерфейса ECM-систем |
| Возможности и порядок поиска и просмотра документов в ECM-системах |
| Порядок загрузки документов в ECM-системы |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | - |

# IV. Сведения об организациях – разработчиках профессионального стандарта

**4.1. Ответственная организация-разработчик**

|  |  |
| --- | --- |
| Ассоциация участников финансового рынка «Совет по развитию профессиональных квалификаций», город Москва | |
| Генеральный директор | Маштакеева Диана Каримовна |

**4.2. Наименования организаций-разработчиков**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | ООР «Российский союз промышленников и предпринимателей», город Москва |
| 2 | НП «Гильдия Маркетологов», город Москва |
| 3 | АНО «Институт социальных и этнокультурных исследований», город Москва |
| 4 | ООО «Группа Реланд», город Москва |
| 5 | ООО «Маркетинговое агентство «Вектор», город Москва |
| 6 | ООО «Маркетинговое агентство «Степ бай степ», город Москва |
| 7 | ООО «Независимый консалтинговый центр «Эталонъ», город Москва |
| 8 | ООО «Стив и Бартон», город Красноярск |
| 9 | ООО «Юниправэкс», город Москва |