

УТВЕРЖДЕН  
приказом Министерства  
труда и социальной защиты  
Российской Федерации  
от «\_\_» \_\_\_\_\_ 2018 г. №\_\_

# ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

## Специалист в области маркетинга (маркетолог)

Регистрационный номер

### Содержание

I. Общие сведения .....	2
II. Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт (функциональная карта вида профессиональной деятельности) .....	4
III. Характеристика обобщенных трудовых функций .....	11
3.1. Обобщенная трудовая функция «Проведение маркетинговых исследований и маркетингового анализа для принятия маркетинговых и управленческих решений под непосредственным руководством специалиста по маркетингу» .....	11
3.2. Обобщенная трудовая функция «Разработка и реализация маркетинговых программ по элементам маркетингового комплекса организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу» .....	17
3.3. Обобщенная трудовая функция «Разработка, реализация и совершенствование маркетинговых коммуникаций организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу» .....	22
3.4. Обобщенная трудовая функция «Проведение маркетинговых исследований и маркетингового анализа с целью получения необходимой для принятия маркетинговых и управленческих решений информации» .....	26
3.5. Обобщенная трудовая функция «Разработка и реализация маркетинговых программ по элементам маркетингового комплекса организации» .....	30
3.6. Обобщенная трудовая функция «Разработка, реализация и совершенствование маркетинговых коммуникаций организации» .....	35
3.7. Обобщенная трудовая функция «Руководство группой сотрудников по разработке, реализации и совершенствовании маркетинговых программ по реализации маркетингового комплекса организации» .....	38
3.8. Обобщенная трудовая функция «Руководство группой сотрудников в разработке и реализации маркетинговых программ по элементам маркетингового комплекса организации» .....	44
3.9. Обобщенная трудовая функция «Руководство группой сотрудников в разработке, реализации и совершенствовании маркетинговых коммуникаций организации» .....	50

3.10. Обобщенная трудовая функция «Руководство маркетинговой деятельностью организации в области маркетинговых исследований и маркетингового анализа с целью получения необходимой для принятия маркетинговых и управленческих решений информации».....	55
3.11. Обобщенная трудовая функция «Руководство деятельностью организации в области разработки маркетинговых программ по элементам маркетингового комплекса организации» .	62
3.11.2. Трудовая функция.....	64
3.11.3. Трудовая функция.....	65
3.11.4. Трудовая функция.....	66
3.11.5. Трудовая функция.....	67
3.11.6. Трудовая функция.....	68
3.12. Обобщенная трудовая функция «Руководство деятельностью организации в области разработки, реализации и совершенствования маркетинговых коммуникаций» .....	69
3.13. Обобщенная трудовая функция «Создание, развитие и оптимизация организационной структуры для выполнения маркетинговых функций в организации».....	75
3.14. Обобщенная трудовая функция «Организация эффективной системы взаимодействия с собственниками, советом директоров и исполнительным органом организации» .....	79
3.15. Обобщенная трудовая функция «Организация системы эффективного взаимодействия с другими функциональными подразделениями компании».....	82

## I. Общие сведения

Маркетинг

(наименование вида профессиональной деятельности)

Код

Основная цель вида профессиональной деятельности:

Системная разработка и реализация комплекса мер и подходов к ведению бизнеса, обеспечивающая:

- формирование стандартов жизни потребителей, культуры потребления и создание потребительского спроса на товары и услуги организации
- обоснование решений организации в области корпоративного развития
- управление потребительским спросом на товары и услуги организации
- создание и эффективное управление системами маркетинговых коммуникаций организации
- формирование эффективного портфеля нематериальных активов организации и управление им для достижения целей организации

Группа занятий:

1233	Менеджер в подразделениях (службах) по маркетингу и сбыту продукции	2413	Специалисты по коммерческой деятельности
(код ОКЗ <sup>1</sup> )	(наименование)	(код ОКЗ)	(наименование)

Отнесение к видам экономической деятельности:

70.10	Деятельность головных офисов
70.10.1	Деятельность по управлению финансово-промышленными группами
70.10.2	Деятельность по управлению холдинг-компаниями

70.22	Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления
73.20.01	Исследования конъюнктуры рынка
(код ОКВЭД <sup>2</sup> )	(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
А	Проведение маркетинговых исследований и маркетингового анализа для принятия маркетинговых и управленческих решений под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	5	Проведение маркетинговых исследований и маркетингового анализа внешней конкурентной среды организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	А/01.5	5
			Проведение маркетинговых исследований и маркетингового анализа с целью разработки, тестирования и внедрения инновационных товаров и услуг организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	А/02.5	5
			Проведение маркетинговых исследований и маркетингового анализа системы продвижения и продаж организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	А/03.5	5
			Проведение исследований внутренней среды организации, маркетинговый анализ финансового, интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, маркетинговый анализ нематериальных активов организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	А/04.5	5
В	Разработка и реализация маркетинговых программ по элементам маркетингового комплекса организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	5	Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров и услуг организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	В/01.5	5
			Разработка, реализация и совершенствование ассортиментной политики организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	В/02.5	5
			Разработка, реализация и совершенствование стратегии и тактики продвижения товаров и услуг организации	В/03.5	5

			под непосредственным руководством специалиста по маркетингу		
			Разработка, реализация и совершенствование политики ценообразования организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	В/04.5	5
			Создание и управление нематериальными активами организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	В/05.5	5
			Разработка, реализация и совершенствование программ привлечения новых клиентов и удержания существующих клиентов организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	В/06.5	5
С	Разработка, реализация и совершенствование маркетинговых коммуникаций организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	5	Разработка, реализация и совершенствование системных маркетинговых коммуникаций с потребителями товаров и услуг организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	С/01.5	5
			Разработка, реализация и совершенствование системных маркетинговых коммуникаций с собственниками, акционерами и сотрудниками организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	С/02.5	5
			Разработка, реализация и совершенствование системных маркетинговых коммуникаций с поставщиками, инвесторами и иными партнёрами организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	С/03.5	5
			Разработка, реализация и совершенствование системных маркетинговых коммуникаций со СМИ, СМК и государственными органами под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	С/04.5	5
D	Проведение маркетинговых исследований и	6	Проведение маркетинговых исследований и анализ конкурентной среды организации	D/01.6	6
			Проведение маркетинговых исследований и	D/02.6	6

	маркетингового анализа с целью получения необходимой для принятия маркетинговых и управленческих решений информации		маркетингового анализа с целью разработки, тестирования и внедрения инновационных товаров и услуг организации		
			Проведение маркетинговых исследований и маркетингового анализа систем продвижения и продаж организации	D/03.6	6
			Проведение исследований внутренней среды организации, маркетинговый анализ финансового, интеллектуального, технологического, и производственного потенциалов, маркетинговый анализ нематериальных активов организации	D/04.6	6
Е	Разработка и реализация маркетинговых программ по элементам маркетингового комплекса организации	6	Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров и услуг организации	E/01.6	6
			Разработка, реализация и совершенствование ассортиментной политики организации	E/02.6	6
			Разработка, реализация и совершенствование стратегии и тактики продвижения товаров и услуг организации	E/03.6	6
			Разработка, реализация и совершенствование политики ценообразования организации	E/04.6	6
			Создание и управление нематериальными активами организации	E/05.6	6
			разработка, реализация и совершенствование программ привлечения новых клиентов и удержания существующих клиентов организации	E/06.6	6
F	Разработка, реализация и совершенствование маркетинговых коммуникаций организации	6	Разработка, реализация и совершенствование системных маркетинговых коммуникаций с потребителями товаров и услуг организации	F/01.6	6
			Разработка, реализация и совершенствование системных маркетинговых коммуникаций с собственниками, акционерами и сотрудниками организации	F/02.6	6
			Разработка, реализация и совершенствование системных маркетинговых коммуникаций с поставщиками, инвесторами и иными партнёрами организации	F/03.6	6
			Разработка, реализация и совершенствование	F/04.6	6

			системных маркетинговых коммуникаций со СМИ, СМК и государственными органами		
G	Руководство группой сотрудников по разработке, реализации и совершенствовании маркетинговых программ по реализации маркетингового комплекса организации	7	Руководство группой сотрудников в проведении маркетинговых исследований и маркетингового анализа внешней конкурентной среды организации	G/01.7	7
			Руководство группой сотрудников в проведении маркетинговых исследований и маркетингового анализа, с целью разработки, тестирования и внедрения инновационных услуг организации	G/02.7	7
			Руководство группой сотрудников в проведении маркетинговых исследований и маркетингового анализа системы продвижения и продаж организации	G/03.7	7
			Руководство группой сотрудников в проведении исследований внутренней среды организации, маркетинговый анализ финансового, интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, маркетинговый анализ нематериальных активов организации	G/04.7	7
H	Руководство группой сотрудников в разработке и реализации маркетинговых программ по элементам маркетингового комплекса организации	7	Руководство группой сотрудников в разработке, тестировании и внедрении инновационных товаров и услуг организации	H/01.7	7
			Руководство группой сотрудников в разработке, реализации и совершенствовании ассортиментной политики организации	H/02.7	7
			Руководство группой сотрудников в разработке, реализации и совершенствовании стратегии и тактики продвижения товаров и услуг организации	H/03.7	7
			Руководство группой сотрудников в разработке, реализации и совершенствовании политики ценообразования организации	H/04.7	7
			Руководство группой сотрудников в создании и управлении нематериальными активами организации	H/05.7	7
			Руководство группой сотрудников в разработке, реализации и совершенствовании программ привлечения новых клиентов и удержания существующих клиентов организации	H/06.7	7

I	Руководство группой сотрудников в разработке, реализации и совершенствовании маркетинговых коммуникаций организации	7	Руководство группой сотрудников в разработке, реализации и совершенствовании системных маркетинговых коммуникаций с потребителями товаров и услуг организации	I/01.7	7
			Руководство группой сотрудников в разработке, реализации и совершенствовании системных маркетинговых коммуникаций с акционерами и сотрудниками организации	I/02.7	7
			Руководство группой сотрудников в разработке, реализации и совершенствовании системных маркетинговых коммуникаций с поставщиками, инвесторами и иными партнёрами организации	I/03.7	7
			Руководство группой сотрудников в разработке и реализации и совершенствовании маркетинговых коммуникаций со СМИ, СМК и государственными органами	I/04.7	7
J	Руководство маркетинговой деятельностью организации в области маркетинговых исследований и маркетингового анализа с целью получения необходимой для принятия маркетинговых и управленческих решений информации	8	Руководство деятельностью организации в области проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа внешней конкурентной среды организации	J/01.8	8
			Руководство деятельностью организации в области проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа с целью разработки, тестирования и внедрения инновационных товаров и услуг организации	J/02.8	8
			Руководство деятельностью организации в области проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа системы продвижения и продаж организации	J/03.8	8
			Руководство деятельностью организации в области проведения маркетинговых исследований внутренней среды организации, маркетингового анализа финансового, интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, маркетингового анализа нематериальных активов организации	J/04.8	8
K	Руководство	8	Руководство деятельностью организации в области	K/01.8	8



	деятельностью организации в области разработки маркетинговых программ по элементам маркетингового комплекса организации		разработки, тестирования и внедрения инновационных товаров и услуг организации		
			Руководство деятельностью организации в области разработки, реализации и совершенствования ассортиментной политики организации	К/02.8	8
			Руководство деятельностью организации в области разработки, реализации и совершенствования стратегии и тактики продвижения товаров и услуг организации	К/03.8	8
			Руководство деятельностью организации в области разработки, реализации и совершенствования политики ценообразования организации	К/04.8	8
			Руководство деятельностью организации в области создания и управления нематериальными активами организации	К/05.8	8
			Руководство деятельностью организации в области разработки, реализации и совершенствования программ привлечения новых клиентов и удержания существующих клиентов организации	К/06.8	8
L	Руководство деятельностью организации в области разработки, реализации и совершенствования маркетинговых коммуникаций	8	Руководство деятельностью организации в области разработки, реализации и совершенствования системных маркетинговых коммуникаций с потребителями товаров и услуг организации	L/01.8	8
			Руководство деятельностью организации в области разработки, реализации и совершенствования системных маркетинговых коммуникаций с собственниками, акционерами и сотрудниками организации	L/02.8	8
			Руководство деятельностью организации в области разработки, реализации и совершенствования системных маркетинговых коммуникаций с поставщиками, инвесторами и иными партнёрами организации	L/03.8	8
			Руководство деятельностью организации в области разработки, реализации и совершенствования системных маркетинговых коммуникаций со СМИ,	L/04.8	8

			СМК и государственными органами		
М	Создание, развитие и оптимизация организационной структуры для выполнения маркетинговых функций в организации	8	Участие в работе коллегиального исполнительного органа организации с целью совершенствования и оптимизации корпоративной структуры и организационной структуры маркетингового подразделения	М/01.8	8
			Участие в разработке предложений собственникам, совету директоров и исполнительному органу организации по структуре маркетингового подразделения организации	М/02.8	8
			Руководство работой по разработке и реализации системы мотивации персонала в маркетинговом подразделении организации	М/03.8	8
			Руководство разработкой должностных инструкций сотрудников маркетингового подразделения организации и регламентов взаимодействия структурных подразделений маркетингового подразделения организации	М/04.8	8
N	Организация эффективной системы взаимодействия с собственниками, советом директоров и исполнительным органом организации	8	Подготовка планов и предложений по работе маркетингового подразделения для совета директоров и исполнительного органа организации	N/01.8	8
			Подготовка и защита отчётов о работе маркетингового подразделения перед советом директоров и исполнительным органом организации	N/02.8	8
O	Организация системы эффективного взаимодействия с другими функциональными подразделениями компании	8	Участие в разработке и согласовании регламентов взаимодействия с другими функциональными подразделениями	O/01.8	8
			Руководство, согласование и осуществление планов маркетинговой поддержки системы продаж организации	O/02.8	8

### III. Характеристика обобщенных трудовых функций

#### 3.1. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Проведение маркетинговых исследований и маркетингового анализа для принятия маркетинговых и управленческих решений под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	Код	A	Уровень квалификации	5
--------------	--	-----	---	----------------------	---

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

Возможные наименования должностей, профессий	Маркетолог - стажёр
--	---------------------

Требования к образованию и обучению	Высшее образование бакалавриат Высшее образование специалитет Программа профессиональной переподготовки по маркетингу
Требования к опыту практической работы	-
Особые условия допуска к работе	-
Другие характеристики	-

#### Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	2413	Специалисты по коммерческой деятельности
	2419	Специалисты по предпринимательской деятельности и кадрам, не вошедшие в другие группы
ЕКС	3	Специалист по маркетингу
ОКСО	03030062	Бакалавр математики
	080111	Маркетинг
	08011251	Маркетолог с углублённой подготовкой

#### 3.1.1. Трудовая функция

Наименование	Проведение маркетинговых исследований и маркетингового анализа внешней конкурентной среды организации под	Код	A/01.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

непосредственным руководством  
специалиста по маркетингу



Происхождение трудовой  
функции

Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Прогнозирование развития ключевых и перспективных для организации рынков, под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Анализ и прогнозирование поведения потребителей товаров и услуг организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение анализировать большие объёмы информации и базы данных о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
Необходимые умения	Умение владеть основными методами прогнозирования сбыта продукции и поведения рынков, работать со специализированными программами для прогнозирования и управления маркетинговыми данными под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение осуществлять процедуры сбора, сортировки, анализа, оценки и распределения необходимой, своевременной и достоверной маркетинговой информации по результатам исследований под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение применять современные инструменты web аналитики и координировать их с базами данных организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение выявлять потенциальные возможности и угрозы внешней среды для организации, слабые и сильные стороны организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение владеть принципами и методами проведения маркетинговых исследований под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение пользоваться основными источниками и методами сбора, средствами хранения и обработки маркетинговой информации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Основы социологии и социальной психологии
Необходимые знания	Основы математической статистики
	Основные концепции современного маркетинга
	Основные принципы и методы проведения маркетинговых исследований
	Основы современной теории инноваций
Другие характеристики	

## 3.1.2. Трудовая функция

Наименование	Проведение маркетинговых исследований и маркетингового анализа с целью разработки, тестирования и внедрения инновационных товаров и услуг организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	Код	A/02.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции

Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Системный сбор информации и поиск инновационных идей, перспективных для развития организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Прогнозирование влияния инноваций на изменение образа жизни потребителей товаров и услуг организации, под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Прогнозирование влияния инноваций на ключевые и перспективные рынки сбыта организации и анализ рисков организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Прогнозирование влияния инноваций на бизнес-процессы организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Подготовка отчётов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований для принятия маркетинговых и управленческих решений, под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Подготовка отчётов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований и маркетингового анализа, для принятия маркетинговых и управленческих решений, под руководством специалиста по маркетингу
Необходимые умения	Умение собирать и анализировать большие объёмы информации и базы данных о маркетинговой среде организации в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение владеть основными методами прогнозирования сбыта продукции и рынков, работать со специализированными программами для сбора и управления маркетинговыми данными и прогнозирования, под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение осуществлять процедуры сбора, сортировки, анализа, оценки и распределения необходимой своевременной и достоверной маркетинговой информации по результатам исследований под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение применять современные инструменты web аналитики и координировать их с базами данных организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение выявлять потенциальные возможности и угрозы внешней среды для организации, сильные и слабые стороны, под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение владеть принципами и методами проведения маркетинговых

	исследований под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение пользоваться основными источниками, методами сбора и средствами хранения и обработки маркетинговой информации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение анализировать большие объёмы информации и базы данных о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
Необходимые знания	Основы социологии и социальной психологии
	Основы математической статистики
	Основные концепции современного маркетинга
	Основные принципы и методы маркетинговых исследований
	Основы современной теории инноваций
Другие характеристики	

### 3.1.3. Трудовая функция

Наименование	Проведение маркетинговых исследований и маркетингового анализа системы продвижения и продаж организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	Код	A/03.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Исследования системы продвижения товаров и услуг организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Исследования системы продаж организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Сбор информации и анализ эффективности системы продвижения товаров и услуг организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Сбор информации и анализ эффективности системы продаж товаров и услуг организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Прогнозирование развития систем продвижения и продаж товаров и услуг организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Прогнозирование продаж товаров и услуг организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
Необходимые умения	Умение собирать и анализировать большие объёмы информации и базы данных о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений, под непосредственным руководством

	специалиста по маркетингу
	Умение владеть основными методами прогнозирования и сбыта продукции и рынков, работать со специализированными программами для управления маркетинговыми данными и прогнозирования под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение осуществлять процедуры сбора, сортировки, анализа, оценки и распределения необходимой своевременной и достоверной информации по результатам исследований под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение применять современные инструменты web аналитики и координировать их с базами данных организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение выявлять потенциальные возможности и угрозы внешней среды для организации, слабые и сильные стороны под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение владеть принципами и методами проведения маркетинговых исследований
	Умение пользоваться основными источниками и методами сбора, средствами хранения и обработки маркетинговой информации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение анализировать большие объёмы информации и базы данных в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
Необходимые знания	Основы социологии и социальной психологии
	Основы математической статистики
	Основные концепции современного маркетинга
	Основные принципы и методы маркетинговых исследований
	Основы современной теории инноваций
Другие характеристики	

### 3.1.4. Трудовая функция

Наименование	Проведение исследований внутренней среды организации, маркетинговый анализ финансового, интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, маркетинговый анализ нематериальных активов организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	Код	A/04.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции

Оригинал	X	Зайствовано из оригинала		
----------	---	--------------------------	--	--

Код оригинала

Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	<p>Сбор информации и анализ финансового потенциала организации и прогнозирование его развития под непосредственным руководством специалиста по маркетингу</p> <p>Сбор информации и анализ интеллектуального потенциала организации и прогнозирование его развития под непосредственным руководством специалиста по маркетингу</p> <p>Сбор информации и анализ технологического потенциала организации и прогнозирование его развития под непосредственным руководством специалиста по маркетингу</p> <p>Сбор информации и анализ производственного потенциала организации и прогнозирование его развития под непосредственным руководством специалиста по маркетингу</p> <p>Сбор информации и анализ нематериальных активов организации и прогнозирование их развития под непосредственным руководством специалиста по маркетингу</p>
Необходимые умения	<p>Умение собирать информацию и анализировать большие объёмы информации и базы данных о маркетинговой среде, в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений под непосредственным руководством специалиста по маркетингу</p> <p>Умение владение основными методами прогнозирования сбыта продукции и рынков, работать со специализированными программами для анализа и управления маркетинговыми данными и прогнозирования, под непосредственным руководством специалиста по маркетингу</p> <p>Умение осуществлять процедуры сбора, сортировки, анализа, оценки и распределения необходимой своевременной и достоверной маркетинговой информации по результатам исследований под непосредственным руководством специалиста по маркетингу</p> <p>Умение применять современные инструменты web аналитики и координировать их с базами данных организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу</p> <p>Умение выявлять потенциальные возможности и угрозы внешней среды для организации, её слабые и сильные стороны под непосредственным руководством специалиста по маркетингу</p> <p>Умение владеть принципами и методами проведения маркетинговых исследований под непосредственным руководством специалиста по маркетингу</p> <p>Умение пользоваться основными источниками, методами сбора, средствами хранения и обработки маркетинговой информации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу</p> <p>Умение анализировать большие объёмы информации и базы данных о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений, под непосредственным руководством специалиста по маркетингу</p>
Необходимые знания	<p>Основы социологии и социальной психологии</p> <p>Основы математической статистики</p> <p>Основные концепции современного маркетинга</p> <p>Основные принципы и методы проведения маркетинговых исследований</p> <p>Основы современной теории инноваций</p>



Другие характеристики	
-----------------------	--

### 3.2. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Разработка и реализация маркетинговых программ по элементам маркетингового комплекса организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	Код	В	Уровень квалификации	5
--------------	--	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал	<input checked="" type="checkbox"/>	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей, профессий	Маркетолог - стажёр
--	---------------------

Требования к образованию и обучению	Высшее образование бакалавриат Высшее образование магистратура Программа профессиональной переподготовки по маркетингу
Требования к опыту практической работы	-
Особые условия допуска к работе	-
Другие характеристики	

#### Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности

### 3.2.1. Трудовая функция

Наименование	Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров и услуг организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	Код	В/01.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	<input checked="" type="checkbox"/>	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер

Трудовые действия	Построение в организации эффективных моделей непрерывного создания инноваций и реализации инновационных конкурентных преимуществ под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений в организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
Необходимые умения	Умение применять инструменты инновационного менеджмента под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение работать в составе временных проектных команд по разработке и запуску инновационных товаров и услуг под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
Необходимые знания	Основы социологии и социальной психологии
	Основные концепции современного маркетинга
	Основы современной теории инноваций
Другие характеристики	

### 3.2.2. Трудовая функция

Наименование	Разработка, реализация и совершенствование ассортиментной политики организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	Код	В/02.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Составление ассортиментной матрицы под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Оптимизация ассортиментной матрицы, с целью получения конкурентных преимуществ под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений в организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
Необходимые умения	Умение определять оптимальный конкурентоспособный ассортимент под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение оптимизировать маржинальный доход по ассортиментной матрице под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение оптимизировать соотношение товаров и услуг в ассортименте, с целью взаимного продвижения или конкуренции, под непосредственным

	руководством специалиста по маркетингу
Необходимые знания	Основы современных концепций маркетинга
	Основы микроэкономики
	Основы бухгалтерского и управленческого учёта
	Основы товароведения и категорийного менеджмента
	основы логистики и управления складскими запасами
Другие характеристики	

### 3.2.3. Трудовая функция

Наименование	Разработка, реализация и совершенствование стратегии и тактики продвижения товаров и услуг организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	Код	В/03.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Непрерывное улучшение системы сбыта и продвижения товаров и услуг под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Планирование продаж организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Внедрение и управление CRM организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Разработка, согласование и запуск POSM (листочки, буклеты и пр.) под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Разработка и управление комплексом трейд-маркетинга, предоставление информации торговому персоналу и клиентам, тренинги, получение обратной связи от клиентов организации, под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Разработка технических заданий для проведения маркетинговых исследований под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений в организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
Необходимые умения	Умение непрерывно улучшать бизнес-процессы организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
Необходимые знания	Основные концепции современного маркетинга
	Основы микроэкономики
	Основы логистики и управления складскими запасами

	Основы бухгалтерского и управленческого учёта
	Современные методы сценарного прогнозирования
Другие характеристики	

### 3.2.4. Трудовая функция

Наименование	Разработка, реализация и совершенствование политики ценообразования организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	Код	В/04.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

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

Трудовые действия	Создание и непрерывная оптимизация политики ценообразования организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Создание и управление системой контроля за ценами на товары и услуги организации под непосредственным контролем специалиста по маркетингу
	Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений в организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
Необходимые умения	Умение осуществлять ценовой аудит и мониторинг под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение работать с ценообразованием на рынках сбыта организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
Необходимые знания	Основные концепции современного маркетинга
	Основы бухгалтерского и управленческого учёта
	Основы микроэкономики
	Основы социологии и социальной психологии
Другие характеристики	

### 3.2.5. Трудовая функция

Наименование	Создание и управление нематериальными активами организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	Код	В/05.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код	Регистрационный

	оригинала	номер профессионального стандарта
Трудовые действия	Создание и развитие брендов под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	
	Создание и оптимизация бренд портфеля организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	
	Формирование и управление репутацией организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	
	Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений в организации, под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	
Необходимые умения	Умение формировать технических заданий под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	
	Умение оценивать нематериальные активы организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	
Необходимые знания	Основные концепции современного маркетинга	
	Основы бухгалтерского и управленческого учёта	
	Основы микроэкономики	
	Основы социологии и социальной психологии	
Другие характеристики		

### 3.2.6. Трудовая функция

Наименование	Разработка, реализация и совершенствование программ привлечения новых клиентов и удержания существующих клиентов организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	Код	В/06.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Разработка и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых клиентов под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	
	Разработка и реализация программ лояльности под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	
	Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений в организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	
Необходимые умения	Умение непрерывно улучшать бизнес-процессы организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	

	Умение осуществлять проектное управление под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение формировать технические задания под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
Необходимые знания	Основы современных концепций маркетинга
	Основы бухгалтерского и управленческого учёта
	Основы микроэкономики
	Основы социологии и социальной психологии
Другие характеристики	

### 3.3. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Разработка, реализация и совершенствование маркетинговых коммуникаций организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	Код	С	Уровень квалификации	5
--------------	---	-----	---	----------------------	---

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

Возможные наименования должностей, профессий	Маркетолог стажёр
--	-------------------

Требования к образованию и обучению	Высшее образование бакалавриат Высшее образование специалитет Профессиональная переподготовка по маркетингу
Требования к опыту практической работы	-
Особые условия допуска к работе	-
Другие характеристики	

#### Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности

### 3.3.1. Трудовая функция

Наименование	Разработка, реализация и совершенствование системных маркетинговых коммуникаций с потребителями товаров и услуг организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	Код	C/01.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заемствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Формирование сред и каналов коммуникаций с потребителями под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Разработка и проведение коммуникационных компаний (рекламных, мероприятий, конкурсов и т.п.) под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и разработке рекламной продукции под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
Необходимые умения	Умение писать статьи, пресс-релизы и т.п. под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение разрабатывать рекламные материалы под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение методологически грамотно реализовывать маркетинговые коммуникации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
Необходимые знания	Основы социологии и социальной психологии
	Основные концепции современного маркетинга
	Основы российского и зарубежного законодательства, стандартов и этических принципов, регулирующих информационно-коммуникационную деятельность
Другие характеристики	

### 3.3.2. Трудовая функция

Наименование	Разработка, реализация и совершенствование системных маркетинговых коммуникаций с собственниками, акционерами и сотрудниками организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	Код	C/02.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заемствовано из оригинала		
				Код	Регистрационный

	оригинала	номер профессионального стандарта
Трудовые действия	Формирование сред и каналов коммуникаций с собственниками, акционерами и сотрудниками организации, под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	
	Разработка и проведение внутренних коммуникационных компаний под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	
	Формирование позитивного имиджа организации в глазах сотрудников организации под руководством специалиста по маркетингу	
	Разработка и реализация внутренних мероприятий по укреплению и защите репутации организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	
Необходимые умения	Умение выстраивать и развивать эффективные внутренние коммуникации в организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	
	Умение писать тексты, проводить мероприятия по развитию эффективных внутренних коммуникаций в организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	
	Умение методологически грамотно реализовывать маркетинговые коммуникации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	
Необходимые знания	Основы социологии и социальной психологии	
	Основные концепции современного маркетинга	
	Основы управления репутационными рисками, инструменты репутационного менеджмента	
	Основные современные подходы к формированию деловой репутации и корпоративного имиджа	
Другие характеристики		

### 3.3.3. Трудовая функция

Наименование	Разработка, реализация и совершенствование системных маркетинговых коммуникаций с поставщиками, инвесторами и иными партнёрами организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	Код	C/03.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта
Трудовые действия	Формирование сред и каналов коммуникаций с поставщиками, инвесторами и иными партнёрами организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу				



	Разработка и проведение коммуникационных компаний под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Формирование позитивного имиджа организации в глазах поставщиков инвесторов и иных партнёров организации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
Необходимые умения	Умение писать статьи, отзывы, пресс-релизы и т.п. под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение разрабатывать имиджевые материалы под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение методологически грамотно реализовывать маркетинговые коммуникации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
Необходимые знания	Основы современных концепций маркетинга
	Основы управления репутационными рисками, инструменты репутационного менеджмента
	Основы современных подходов к формированию деловой репутации и корпоративного имиджа
Другие характеристики	

### 3.3.4. Трудовая функция

Наименование	Разработка, реализация и совершенствование системных маркетинговых коммуникаций со СМИ, СМК и государственными органами под непосредственным руководством специалиста по маркетингу	Код	C/04.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Формирование сред и каналов коммуникации со СМИ, СМК и государственными органами под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и разработка имиджевой рекламной продукции под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
Необходимые умения	Умение писать статьи, пресс-релизы, отзывы и т.п. под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение разрабатывать имиджевые рекламные материалы под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
	Умение методологически грамотно реализовывать маркетинговые коммуникации под непосредственным руководством специалиста по маркетингу
Необходимые знания	Знание современных инструментов маркетинговых коммуникаций
	Знание основ российского и зарубежного законодательства, стандартов и

	этических принципов информационно-коммуникационной деятельности
Другие характеристики	

### 3.4. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Проведение маркетинговых исследований и маркетингового анализа с целью получения необходимой для принятия маркетинговых и управленческих решений информации	Код	D	Уровень квалификации	6
Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал <input checked="" type="checkbox"/>	Заимствовано из оригинала		Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта
Возможные наименования должностей, профессий	Специалист по маркетингу Маркетолог				
Требования к образованию и обучению	Высшее образование бакалавриат Высшее образование специалитет Профессиональная переподготовка по маркетингу				
Требования к опыту практической работы	Более 1 года				
Особые условия допуска к работе	-				
Другие характеристики	-				

#### Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности

#### 3.4.1. Трудовая функция

Наименование	Проведение маркетинговых исследований и анализ конкурентной среды организации	Код	D/01.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
Происхождение трудовой функции	Оригинал <input checked="" type="checkbox"/>	Заимствовано из оригинала		Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Прогнозирование развития ключевых и перспективных рынков организации
	Анализ и прогнозирование поведения потребителей товаров и услуг организации
	Умение анализировать большие объёмы информации и базы данных о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
Необходимые умения	Умение владеть основными методами прогнозирования сбыта продукции и поведения рынков, работать со специализированными программами для прогнозирования и управления маркетинговыми данными
	Умение осуществлять процедуры сбора, сортировки, анализа, оценки и распределения необходимой, своевременной и достоверной маркетинговой информации по результатам исследований
	Умение применять современные инструменты web аналитики и координировать их с базами данных организации
	Умение выявлять потенциальные возможности и угрозы внешней среды для организации, слабые и сильные стороны организации
	Умение владеть принципами и методами проведения маркетинговых исследований
	Умение пользоваться основными источниками и методами сбора, средствами хранения и обработки маркетинговой информации
	Основы социологии и социальной психологии
Необходимые знания	Математическая статистика
	Современный маркетинг
	Принципы и методы проведения маркетинговых исследований
	Современная теория инноваций
Другие характеристики	

### 3.4.2. Трудовая функция

Наименование	Проведение маркетинговых исследований и маркетингового анализа с целью разработки, тестирования и внедрения инновационных товаров и услуг организации	Код	D/02.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заемствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Системный сбор информации и поиск инновационных идей, перспективных для развития организации
	Прогнозирование влияния инноваций на изменение образа жизни

	потребителей товаров и услуг организации
	Прогнозирование влияния инноваций на ключевые и перспективные рынки сбыта организации и анализ рисков организации
	Прогнозирование влияния инноваций на бизнес-процессы организации
	Подготовка отчётов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований и маркетингового анализа для принятия маркетинговых и управленческих решений
Необходимые умения	Умение собирать и анализировать большие объёмы информации и базы данных о маркетинговой среде организации в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
	Умение владеть основными методами прогнозирования сбыта продукции и рынков, работать со специализированными программами для сбора и управления маркетинговыми данными и прогнозирования
	Умение осуществлять процедуры сбора, сортировки, анализа, оценки и распределения необходимой своевременной и достоверной маркетинговой информации по результатам исследований
	Умение применять современные инструменты web аналитики и координировать их с базами данных организации
	Умение выявлять потенциальные возможности и угрозы внешней среды для организации, сильные и слабые стороны
	Умение владеть принципами и методами проведения маркетинговых исследований
	Умение пользоваться основными источниками, методами сбора и средствами хранения и обработки маркетинговой информации
	Умение анализировать большие объёмы информации и базы данных о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
Необходимые знания	Основы социологии и социальной психологии
	Математическая статистика
	Современный маркетинг
	Принципы и методы маркетинговых исследований
	Современная теория инноваций
Другие характеристики	

### 3.4.3. Трудовая функция

Наименование	Проведение маркетинговых исследований и маркетингового анализа системы продвижения и продаж организации	Код	D/03.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

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

Трудовые действия	Сбор информации и анализ эффективности системы продвижения товаров и услуг организации
	Сбор информации и анализ эффективности системы продаж организации
	Прогнозирование развития систем продвижения и продаж организации
	Прогнозирование продаж товаров и услуг организации
Необходимые умения	Умение собирать и анализировать большие объёмы информации и базы данных о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
	Умение владеть основными методами прогнозирования и сбыта продукции и рынков, работать со специализированными программами для управления маркетинговыми данными и прогнозирования
	Умение осуществлять процедуры сбора, сортировки, анализа, оценки и распределения необходимой своевременной и достоверной информации по результатам исследований
	Умение применять современные инструменты web аналитики и координировать их с базами данных организации
	Умение выявлять потенциальные возможности и угрозы внешней среды для организации, слабые и сильные стороны
	Умение владеть принципами и методами проведения маркетинговых исследований
	Умение пользоваться основными источниками и методами сбора, средствами хранения и обработки маркетинговой информации
	Умение анализировать большие объёмы информации и базы данных в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
Необходимые знания	Основы социологии и социальной психологии
	Математическая статистика
	Современный маркетинг
	Принципы и методы маркетинговых исследований
	Современная теория инноваций
Другие характеристики	

### 3.4.4. Трудовая функция

Наименование	Проведение исследований внутренней среды организации, маркетинговый анализ финансового, интеллектуального, технологического, и производственного потенциалов, маркетинговый анализ нематериальных активов организации	Код	D/04.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Сбор информации и анализ финансового потенциала организации и прогнозирование его развития
	Сбор информации и анализ интеллектуального потенциала организации и прогнозирование его развития
	Сбор информации и анализ технологического потенциала организации и прогнозирование его развития
	Сбор информации и анализ производственного потенциала организации и прогнозирование его развития
	Сбор информации и анализ нематериальных активов организации и прогнозирование их развития
Необходимые умения	Умение собирать информацию и анализировать большие объёмы информации и базы данных о маркетинговой среде, в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
	Умение владение основными методами прогнозирования сбыта продукции и рынков, работать со специализированными программами для анализа и управления маркетинговыми данными и прогнозирования
	Умение осуществлять процедуры сбора, сортировки, анализа, оценки и распределения необходимой своевременной и достоверной маркетинговой информации по результатам исследований
	Умение применять современные инструменты web аналитики и координировать их с базами данных организации
	Умение выявлять потенциальные возможности и угрозы внешней среды для организации, её слабые и сильные стороны
	Умение владеть принципами и методами проведения маркетинговых исследований
	Умение пользоваться основными источниками, методами сбора, средствами хранения и обработки маркетинговой информации
	Умение анализировать большие объёмы информации и базы данных о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
Необходимые знания	Основы социологии и социальной психологии
	Математическая статистика
	Современный маркетинг
	Современная теория инноваций
Другие характеристики	

### 3.5. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Разработка и реализация маркетинговых программ по элементам маркетингового комплекса организации		Код	Е	Уровень квалификации	6
Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала		Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей, профессий	Специалист по маркетингу Маркетолог
Требования к образованию и обучению	Высшее образование бакалавриат Высшее образование специалитет Профессиональная переподготовка по маркетингу
Требования к опыту практической работы	Более 1 года
Особые условия допуска к работе	-
Другие характеристики	-

## Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности

## 3.5.1. Трудовая функция

Наименование	Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров и услуг организации	Код	E/01.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Зайствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Построение и организация эффективных моделей непрерывного создания инноваций и реализации инновационных конкурентных преимуществ
	Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений
Необходимые умения	Умение применять инструменты инновационного менеджмента
	Умение работать в составе временных проектных команд по разработке и запуску инновационных товаров и услуг
Необходимые знания	Социальная психология
	Современный маркетинг
	Управление инновациями
Другие характеристики	

### 3.5.2. Трудовая функция

Наименование	Разработка, реализация и совершенствование ассортиментной политики организации	Код	E/02.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

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

Трудовые действия	Составление ассортиментной матрицы организации
	Оптимизация ассортиментной матрицы организации с целью получения конкурентных преимуществ
	Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений в организации
Необходимые умения	Умение определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации
	Умение оптимизировать маржинальный доход по ассортиментной матрице организации
	Умение оптимизировать соотношение товаров и услуг в ассортименте, с точки зрения взаимного продвижения или конкуренции товаров и услуг
Необходимые знания	Современный маркетинг
	Основы бухгалтерского и управленческого учёта
	Основы микроэкономики
	Основы товароведения и категорийного менеджмента
	Основы логистики и управления складскими запасами
Другие характеристики	

### 3.5.3. Трудовая функция

Наименование	Разработка, реализация и совершенствование стратегии и тактики продвижения товаров и услуг организации	Код	E/03.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

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

Трудовые действия	Непрерывное улучшение системы сбыта и продвижения товаров и услуг организации
	Планирование продаж организации
	Внедрение и управление системой CRM организации



	Разработка, согласование и запуск POSM (листовки, буклеты и пр.)
	Разработка и управление комплексом трейд-маркетинга
	Разработка технических заданий для проведения маркетинговых исследований
	Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений
Необходимые умения	Умение непрерывно улучшать бизнес-процессы организации
	Умение использовать инструменты проектного управления
Необходимые знания	Современный маркетинг
	Основы логистики и управления складскими запасами
	Микроэкономика
	Современные методы сценарного прогнозирования
Другие характеристики	

### 3.5.4. Трудовая функция

Наименование	Разработка, реализация и совершенствование политики ценообразования организации	Код	E/04.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Создание и непрерывная оптимизация политики ценообразования компании
	Создание и управление системой контроля за ценами
	Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений в организации
Необходимые умения	Умение осуществлять ценовой аудит и мониторинг
	Умение работать с ценообразованием на рынках сбыта организации
Необходимые знания	Современный маркетинг
	Основы бухгалтерского и управленческого учёта
	Микроэкономика
	Основы социальной психологии
Другие характеристики	

### 3.5.5. Трудовая функция

Наименование	Создание и управление нематериальными	Код	E/05.6	Уровень	6
--------------	---------------------------------------	-----	--------	---------	---

активами организации

(подуровень)  
квалификацииПроисхождение трудовой  
функции

Оригинал

X

Заимствовано из  
оригиналаКод  
оригиналаРегистрационный  
номер  
профессионального  
стандарта

Трудовые действия	Создание и развитие брендов организации
	Создание бренд-портфеля организации
	Управление и оптимизация бренд портфеля организации
	Формирование и управление репутацией организации
	Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений в организации
Необходимые умения	Умение формировать технические задания
	Умение оценивать нематериальные активы организации
Необходимые знания	Современный маркетинг
	Бренд-менеджмент
	Основы бухгалтерского и управленческого учёта
	Микроэкономика
	Основы социальной психологии
Другие характеристики	

### 3.5.6. Трудовая функция

Наименование

Разработка, реализация и совершенствование программ привлечения новых клиентов и удержания существующих клиентов организации

Код

E/06.6

Уровень  
(подуровень)  
квалификации

6

Происхождение трудовой  
функции

Оригинал

X

Заимствовано из  
оригиналаКод  
оригиналаРегистрационный  
номер  
профессионального  
стандарта

Трудовые действия	Разработка и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых клиентов
	Разработка и реализация программ лояльности
	Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений в организации
Необходимые умения	Умение непрерывно улучшать бизнес-процессы организации

	Умение осуществлять проектное управление в организации
	Умение формировать технические задания
Необходимые знания	Современный маркетинг
	Микроэкономика
	Основы социальной психологии
Другие характеристики	

### 3.6. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Разработка, реализация и совершенствование маркетинговых коммуникаций организации	Код	F	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 Маркетолог
--	--

Требования к образованию и обучению	Высшее образование бакалавриат Высшее образование магистратура Профессиональная переподготовка по маркетингу
Требования к опыту практической работы	Более 1 года
Особые условия допуска к работе	-
Другие характеристики	-

Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности

#### 3.6.1. Трудовая функция

Наименование	Разработка, реализация и совершенствование системных маркетинговых коммуникаций с	Код	F/01.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

потребителями товаров и услуг  
организации



Происхождение трудовой  
функции

Оригинал	X	Заемствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Формирование сред и каналов коммуникаций с потребителями товаров и услуг организации
	Разработка и проведение коммуникационных компаний (рекламных мероприятий, конкурсов и пр.)
	Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и разработке рекламной продукции
Необходимые умения	Умение писать статьи, пресс-релизы и т.п.
	Умение разрабатывать рекламные материалы
	Умение методологически грамотно реализовывать маркетинговые коммуникации
Необходимые знания	Знание инструментов маркетинговых коммуникаций
	Знание российского и международного законодательства, стандартов и этических принципов информационно-коммуникационной деятельности
Другие характеристики	

### 3.6.2. Трудовая функция

Наименование	Разработка, реализация и совершенствование системных маркетинговых коммуникаций с собственниками, акционерами и сотрудниками организации	Код	F/02.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой  
функции

Оригинал	X	Заемствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Формирование сред и каналов коммуникаций с собственниками, акционерами и сотрудниками организации
	Разработка и проведение внутренних коммуникационных компаний в организации
	Формирование позитивного имиджа организации в глазах сотрудников организации
Необходимые умения	Умение выстраивать и развивать эффективные внутренние коммуникации в организации
	Умение писать тексты, проводить мероприятия по развитию эффективных внутренних коммуникаций в организации

	Умение методологически грамотно реализовывать маркетинговые коммуникации
Необходимые знания	Современный маркетинг
	Основы управления репутационными рисками, инструменты репутационного менеджмента
	Современные подходы к формированию деловой репутации и корпоративного имиджа
Другие характеристики	

### 3.6.3. Трудовая функция

Наименование	Разработка, реализация и совершенствование системных маркетинговых коммуникаций с поставщиками, инвесторами и иными партнёрами организации	Код	F/03.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Формирование сред и каналов коммуникаций с поставщиками, инвесторами и иными партнёрами организации
	Разработка и продвижение коммуникационных компаний
	Формирование позитивного имиджа организации в глазах поставщиков, инвесторов и иных партнёров организации
Необходимые умения	Умение писать статьи, отзывы, пресс-релизы и т.п.
	Умение разрабатывать имиджевые материалы
	Умение методологически грамотно реализовывать маркетинговые коммуникации
Необходимые знания	Современный маркетинг
	Основы управления репутационными рисками, инструменты репутационного менеджмента
	Современные подходы к формированию деловой репутации и корпоративного имиджа
Другие характеристики	

### 3.6.4. Трудовая функция

Наименование	Разработка, реализация и совершенствование системных маркетинговых коммуникаций со СМИ, СМК и государственными органами	Код	F/04.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займовано из оригинала		

	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта
Трудовые действия	Формирование сред и каналов коммуникаций со СМИ, СМК и государственными органами Разработка и проведение коммуникационных компаний (рекламных мероприятий, конкурсов и т.п.) Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и разработка рекламной продукции	
Необходимые умения	Умение писать статьи, пресс-релизы, отзывы и т.п. Умение разрабатывать имиджевые рекламные материалы Умение методологически грамотно реализовывать маркетинговые коммуникации	
Необходимые знания	Знание инструментов маркетинговых коммуникаций Знание российского и зарубежного законодательства, стандартов и этических принципов информационно-коммуникационной деятельности	
Другие характеристики		

### 3.7. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Руководство группой сотрудников по разработке, реализации и совершенствовании маркетинговых программ по реализации маркетингового комплекса организации	Код	G	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
--	-----------------------------

Требования к образованию и обучению	Высшее специалитет Высшее магистратура Программа профессиональной переподготовки по маркетингу
Требования к опыту практической работы	Более 3 лет
Особые условия допуска к работе	-
Другие	-

характеристики	
----------------	--

## Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности

## 3.7.1. Трудовая функция

Наименование	Руководство группой сотрудников в проведении маркетинговых исследований и маркетингового анализа внешней конкурентной среды организации	Код	G/01.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

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

Трудовые действия	Руководство группой сотрудников по прогнозированию развития ключевых и перспективных рынков организации
	Руководство группой сотрудников по анализу и прогнозированию поведения потребителей товаров и услуг организации
	Руководство группой сотрудников по анализу больших объемов информации и баз данных о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
Необходимые умения	Умение руководить работой группы сотрудников по анализу больших объемов информации и баз данных о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
	Умение руководить работой группы сотрудников по прогнозированию сбыта продукции и поведения рынков, работе со специализированными программами для прогнозирования и управления маркетинговыми данными
	Умение руководить работой группы сотрудников по сбору, сортировке, анализу, оценке и распределению необходимой, своевременной и достоверной маркетинговой информации по результатам исследований
	Умение руководить работой группы сотрудников по применению современные инструменты web аналитики и координированию их с базами данных организации
	Умение руководить работой группы сотрудников по выявлению потенциальных возможностей и угроз внешней среды для организации, слабых и сильных сторон организации

	Умение руководить работой группы сотрудников по сбору, хранению и обработке маркетинговой информации
Необходимые знания	Основы социологии и социальной психологии
	Математическая статистика
	Современный маркетинг
	Принципы и методы проведения маркетинговых исследований
	Современная теория инноваций
Другие характеристики	

### 3.7.2. Трудовая функция

Наименование	Руководство группой сотрудников в проведении маркетинговых исследований и маркетингового анализа, с целью разработки, тестирования и внедрения инновационных услуг организации	Код	G/02.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

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

Трудовые действия	Руководство группой сотрудников в системном сборе информации и поиске инновационных идей, перспективных для развития организации
	Руководство группой сотрудников в прогнозировании влияния инноваций на изменение образа жизни потребителей товаров и услуг организации
	Руководство группой сотрудников в прогнозировании влияния инноваций на ключевые и перспективные рынки сбыта организации и анализ рисков организации
	Руководство группой сотрудников прогнозировании влияния инноваций на бизнес-процессы организации
	Руководство группой сотрудников в подготовке отчётов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований и маркетингового анализа для принятия маркетинговых и управленческих решений
Необходимые умения	Умение руководить работой группы сотрудников по сбору и анализу больших объёмов информации и баз данных о маркетинговой среде организации в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
	Умение руководить работой группы сотрудников по прогнозированию сбыта продукции и рынков, работе со специализированными



	программами для сбора и управления маркетинговыми данными и прогнозирования
	Умение руководить работой группы сотрудников по сбору, сортировке, анализу, оценке и распределению необходимой своевременной и достоверной маркетинговой информации по результатам исследований
	Умение руководить работой группы сотрудников по применению современных инструментов web аналитики и координированию их с базами данных организации
	Умение руководить работой группы сотрудников по выявлению потенциальных возможностей и угроз внешней среды для организации, сильных и слабых сторон
	Умение руководить работой группы сотрудников по сбору, хранению и обработке маркетинговой информации
	Умение руководить работой группы сотрудников по анализу больших объёмов информации и баз данных о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
Необходимые знания	Основы социологии и социальной психологии
	Математическая статистика
	Современный маркетинг
	Принципы и методы маркетинговых исследований
	Современная теория инноваций
Другие характеристики	

### 3.7.3. Трудовая функция

Наименование	Руководство группой сотрудников в проведении маркетинговых исследований и маркетингового анализа системы продвижения и продаж организации	Код	G/03.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Зайствовано из оригинала	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта
Трудовые действия	Руководство группой сотрудников				

	Руководство группой сотрудников в сборе информации и анализе эффективности системы продвижения товаров и услуг организации
	Руководство группой сотрудников в сборе информации и анализе эффективности системы продаж организации
	Руководство группой сотрудников в прогнозировании развития систем продвижения и продаж организации
	Руководство группой сотрудников в прогнозировании продаж товаров и услуг организации
Необходимые умения	Умение руководить работой группы сотрудников по сбору и анализу больших объемов информации и баз данных о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
	Умение руководить работой группы сотрудников по прогнозированию сбыта продукции и рынков, работе со специализированными программами для управления маркетинговыми данными и прогнозирования
	Умение руководить работой группы сотрудников по осуществлению процедуры сбора, сортировки, анализа, оценки и распределения необходимой своевременной и достоверной информации по результатам исследований
	Умение руководить работой группы сотрудников по применению современных инструментов web аналитики и координированию их с базами данных организации
	Умение руководить работой группы сотрудников по выявлению потенциальных возможностей и угроз внешней среды для организации, слабых и сильных сторон
	Умение руководить работой группы сотрудников по сбору, хранению и обработке маркетинговой информации
	Умение руководить работой группы сотрудников по анализу больших объемов информации и баз данных в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
Необходимые знания	Основы социологии и социальной психологии
	Математическая статистика
	Современный маркетинг
	Принципы и методы маркетинговых исследований
	Современная теория инноваций

Другие характеристики	
-----------------------	--

### 3.7.4. Трудовая функция

Наименование	Руководство группой сотрудников в проведении исследований внутренней среды организации, маркетинговый анализ финансового, интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, маркетинговый анализ нематериальных активов организации	Код	G/04.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Руководство группой сотрудников в сборе информации и анализе финансового потенциала организации и прогнозировании его развития
	Руководство группой сотрудников в сборе информации и анализе интеллектуального потенциала организации и прогнозировании его развития
	Руководство группой сотрудников в сборе информации и анализе технологического потенциала организации и прогнозировании его развития
	Руководство группой сотрудников в сборе информации и анализе производственного потенциала организации и прогнозирование его развития
	Руководство группой сотрудников в сборе информации и анализе нематериальных активов организации и прогнозирование их развития
Необходимые умения	Умение руководить работой группы сотрудников по сбору информации и анализу больших объемов информации и баз данных о маркетинговой среде, в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
	Умение руководить работой группы сотрудников по прогнозированию сбыта продукции и рынков, работе со специализированными программами для анализа и управления маркетинговыми данными и прогнозирования
	Умение руководить работой группы сотрудников по сбору, сортировке, анализу, оценке и распределению необходимой своевременной и достоверной маркетинговой информации по результатам исследований
	Умение руководить работой группы сотрудников по применению современных инструментов web аналитики и координированию их с базами данных организации
	Умение руководить работой группы сотрудников по выявлению потенциальных возможностей и угроз внешней среды для организации,

	её слабых и сильных сторон
	Умение руководить работой группы сотрудников по сбору, хранению и обработке маркетинговой информации
	Умение руководить работой группы сотрудников по анализу больших объёмов информации и баз данных о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
Необходимые знания	Основы социологии и социальной психологии
	Математическая статистика
	Современный маркетинг
	Современная теория инноваций
Другие характеристики	

### 3.8. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Руководство группой сотрудников в разработке и реализации маркетинговых программ по элементам маркетингового комплекса организации	Код	Н	Уровень квалификации	7
Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал <input checked="" type="checkbox"/>	Заимствовано из оригинала			
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта	
Возможные наименования должностей, профессий	Руководитель отдела маркетинга				
Требования к образованию и обучению	Высшее образование специалитет Высшее образование магистратура Программа профессиональной переподготовки по маркетингу				
Требования к опыту	Более 3 лет				

практической работы	
Особые условия допуска к работе	-
Другие характеристики	-

## Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности

## 3.8.1. Трудовая функция

Наименование	Руководство группой сотрудников в разработке, тестировании и внедрении инновационных товаров и услуг организации	Код	Н/01.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Руководство группой сотрудников в построении и организации эффективных моделей непрерывного создания инноваций и реализации инновационных конкурентных преимуществ
	Руководство группой сотрудников в подготовке рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений
Необходимые умения	Умение руководить работой группы сотрудников по применению инструментов инновационного менеджмента
	Умение руководить работой группы сотрудников в составе временных проектных команд по разработке и запуску инновационных товаров и услуг
Необходимые знания	Социальная психология
	Современный маркетинг
	Управление инновациями

Другие характеристики	

### 3.8.2. Трудовая функция

Наименование	Руководство группой сотрудников в разработке, реализации и совершенствовании ассортиментной политики организации	Код	Н/02.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

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

Трудовые действия	Руководство группой сотрудников в составлении ассортиментной матрицы организации
	Руководство группой сотрудников в оптимизации ассортиментной матрицы организации с целью получения конкурентных преимуществ
	Руководство группой сотрудников в подготовке рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений в организации
Необходимые умения	Умение руководить работой группы сотрудников по определению конкурентоспособного ассортимента товаров и услуг организации
	Умение руководить работой группы сотрудников по оптимизации маржинальный доход по ассортиментной матрице организации
	Умение руководить работой группы сотрудников по оптимизации соотношения товаров и услуг в ассортименте, с точки зрения взаимного продвижения или конкуренции товаров и услуг
Необходимые знания	Современный маркетинг
	Основы бухгалтерского и управленческого учёта
	Основы микроэкономики

	Основы товароведения и категорийного менеджмента
	Основы логистики и управления складскими запасами
Другие характеристики	

### 3.8.3. Трудовая функция

Наименование	Руководство группой сотрудников в разработке, реализации и совершенствовании стратегии и тактики продвижения товаров и услуг организации	Код	Н/03.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Руководство группой сотрудников в непрерывном улучшении системы сбыта и продвижения товаров и услуг организации
	Руководство группой сотрудников в планировании продаж организации
	Руководство группой сотрудников во внедрении и управлении системой CRM организации
	Руководство группой сотрудников в разработке, согласовании и запуске POSM (листовки, буклеты и пр.)
	Руководство группой сотрудников в разработке и управлении комплексом трейд-маркетинга
	Руководство группой сотрудников в разработке технических заданий для проведения маркетинговых исследований
	Руководство группой сотрудников в подготовке рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений
Необходимые умения	Умение руководить работой группы сотрудников по непрерывному улучшению бизнес-процессы организации
	Умение руководить работой группы сотрудников по управлению проектами
Необходимые знания	Современный маркетинг
	Основы логистики и управления складскими запасами
	Микроэкономика
	Современные методы сценарного прогнозирования

Другие характеристики	

### 3.8.4. Трудовая функция

Наименование	Руководство группой сотрудников в разработке, реализации и совершенствовании политики ценообразования организации	Код	Н/04.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Руководство группой сотрудников в создании и непрерывной оптимизации политики ценообразования компании
	Руководство группой сотрудников в создании и управлении системой контроля за ценами
	Руководство группой сотрудников в подготовке рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений в организации
Необходимые умения	Умение руководить работой группы сотрудников по осуществлению ценового аудита и мониторинга
	Умение руководить работой группы сотрудников по работе с ценообразованием на рынках сбыта организации
Необходимые знания	Современный маркетинг
	Основы бухгалтерского и управленческого учёта
	Микроэкономика
	Основы социальной психологии
Другие характеристики	

### 3.8.5. Трудовая функция



Наименование	Руководство группой сотрудников в создании и управлении нематериальными активами организации	Код	Н/05.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта
Трудовые действия	Руководство группой сотрудников в создании и развитии брендов организации				
	Руководство группой сотрудников в создании бренд-портфеля организации				
	Руководство группой сотрудников в управлении и оптимизации бренд портфеля организации				
	Руководство группой сотрудников в формировании и управлении репутацией организации				
	Руководство группой сотрудников в подготовке рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений в организации				
Необходимые умения	Умение руководить работой группы сотрудников по формированию технических заданий				
	Умение руководить работой группы сотрудников по оценке нематериальных активов организации				
Необходимые знания	Современный маркетинг				
	Бренд-менеджмент				
	Основы бухгалтерского и управленческого учёта				
	Микроэкономика				
	Основы социальной психологии				
Другие характеристики					

### 3.8.6. Трудовая функция

Наименование	Руководство группой сотрудников в	Код	Н/06.7	Уровень	7
--------------	-----------------------------------	-----	--------	---------	---

разработке, реализации и совершенствовании программ привлечения новых клиентов и удержания существующих клиентов организации

(подуровень)  
квалификации

Происхождение трудовой функции

Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Руководство группой сотрудников в разработке и реализации комплекса мероприятий по привлечению новых клиентов
	Руководство группой сотрудников в разработке и реализации программ лояльности
Необходимые умения	Умение руководить работой группы сотрудников по непрерывному улучшению бизнес-процессы организации
	Умение руководить работой группы сотрудников по формированию технических заданий
Необходимые знания	Современный маркетинг
	Микроэкономика
	Основы социальной психологии
Другие характеристики	

### 3.9. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Руководство группой сотрудников в разработке, реализации и	Код	I	Уровень квалификации	7
--------------	--	-----	---	----------------------	---

совершенствовании маркетинговых коммуникаций организации
--

--

--

Происхождение обобщенной трудовой функции

Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей, профессий	Руководитель отдела маркетинга
--	--------------------------------

Требования к образованию и обучению	Высшее специалитет Высшее магистратура Программа профессиональной переподготовки по маркетингу
Требования к опыту практической работы	Более 3 лет
Особые условия допуска к работе	-
Другие характеристики	-

Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности

### 3.9.1. Трудовая функция

Наименование	Руководство группой сотрудников в разработке, реализации и совершенствовании системных маркетинговых коммуникаций с потребителями товаров и услуг организации	Код	I/01.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции

Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Руководство группой сотрудников
	Руководство группой сотрудников

	Руководство группой сотрудников в формировании сред и каналов коммуникаций с потребителями товаров и услуг организации
	Руководство группой сотрудников в разработке и проведении коммуникационных компаний (рекламных мероприятий, конкурсов и пр.)
	Руководство группой сотрудников в разработке технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и разработки рекламной продукции
Необходимые умения	Умение руководить работой группы сотрудников по написанию статей, пресс-релизов и т.п.
	Умение руководить работой группы сотрудников по разработке рекламных материалы
	Умение руководить работой группы сотрудников по реализации маркетинговых коммуникации
Необходимые знания	Знание инструментов маркетинговых коммуникаций
	Знание российского и международного законодательства, стандартов и этических принципов информационно-коммуникационной деятельности
Другие характеристики	

### 3.9.2. Трудовая функция

Наименование	Руководство группой сотрудников в разработке, реализации и совершенствовании системных маркетинговых коммуникаций с акционерами и сотрудниками организации	Код	I/02.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Зайствовано из оригинала	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта
Трудовые действия	Руководство группой сотрудников в формировании сред и каналов коммуникаций с собственниками, акционерами и сотрудниками				

	организации
	Руководство группой сотрудников разработке и проведении внутренних коммуникационных компаний в организации
	Руководство группой сотрудников в формировании позитивного имиджа организации в глазах сотрудников организации
Необходимые умения	Умение руководить работой группы сотрудников по выстраиванию и развитию эффективных внутренних коммуникаций в организации
	Умение руководить работой группы сотрудников по написанию текстов и проведению мероприятий по развитию эффективных внутренних коммуникаций в организации
Необходимые знания	Современный маркетинг
	Основы управления репутационными рисками, инструменты репутационного менеджмента
	Современные подходы к формированию деловой репутации и корпоративного имиджа
	Современный маркетинг
	Основы управления репутационными рисками, инструменты репутационного менеджмента
	Современные подходы к формированию деловой репутации и корпоративного имиджа
Другие характеристики	

### 3.9.3. Трудовая функция

Наименование	Руководство группой сотрудников в разработке, реализации и совершенствовании системных маркетинговых коммуникаций с поставщиками, инвесторами и иными партнёрами организации	Код	I/03.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции

Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер

Трудовые действия	Руководство группой сотрудников по формированию сред и каналов коммуникаций с поставщиками, инвесторами и иными партнёрами организации
	Руководство группой сотрудников по разработке и продвижению коммуникационных компаний
	Руководство группой сотрудников по формированию позитивного имиджа организации в глазах поставщиков, инвесторов и иных партнёров организации
Необходимые умения	Умение руководить работой группы сотрудников по разработке имиджевых материалов и кампаний
Необходимые знания	Современный маркетинг
	Основы управления репутационными рисками, инструменты репутационного менеджмента
	Современные подходы к формированию деловой репутации и корпоративного имиджа
	Современный маркетинг
	Основы управления репутационными рисками, инструменты репутационного менеджмента
	Современные подходы к формированию деловой репутации и корпоративного имиджа
Другие характеристики	

### 3.9.4. Трудовая функция

Наименование	Руководство группой сотрудников в разработке и реализации и совершенствовании маркетинговых коммуникаций со СМИ, СМК и государственными органами	Код	I/04.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции

Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Руководство группой сотрудников в формировании сред и каналов коммуникаций со СМИ, СМК и государственными органами
	Руководство группой сотрудников в разработке и проведении коммуникационных компаний (рекламных мероприятий, конкурсов и т.п.)
	Руководство группой сотрудников в разработке технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и разработка рекламной продукции
Необходимые умения	Умение руководить работой группы сотрудников по написанию статей, пресс-релизов, отзывов и т.п.
	Умение руководить работой группы сотрудников по разработке имиджевых рекламных материалов
Необходимые знания	Знание инструментов маркетинговых коммуникаций
	Знание российского и зарубежного законодательства, стандартов и этических принципов информационно-коммуникационной деятельности
Другие характеристики	

### 3.10. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Руководство маркетинговой деятельностью организации в области маркетинговых исследований и маркетингового анализа с целью получения необходимой для принятия маркетинговых и управленческих	Код	J	Уровень квалификации	8
--------------	---	-----	---	----------------------	---

решений информации

Происхождение  
обобщенной трудовой  
функции

Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей, профессий	Директор по маркетингу
--	------------------------

Требования к образованию и обучению	Высшее образование специалитет Высшее образование магистратура Высшее образование аспирантура Программа профессиональной переподготовки по маркетингу
Требования к опыту практической работы	Более 5 лет
Особые условия допуска к работе	-
Другие характеристики	-

Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности

**3.10.1. Трудовая функция**

Наименование	Руководство деятельностью организации в области проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа внешней конкурентной среды организации	Код	J/01.8	Уровень (подуровень) квалификации	8
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой  
функции

Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Руководство деятельностью организации по прогнозированию развития ключевых и перспективных рынков организации
	Руководство деятельностью организации по анализу и прогнозированию



	поведения потребителей товаров и услуг организации
	Руководство деятельностью организации по анализу больших объёмов информации и баз данных о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
Необходимые умения	Уметь руководить деятельностью организации по анализу больших объёмов информации и баз данных о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
	Уметь руководить деятельностью организации по прогнозированию сбыта продукции и поведения рынков, работе со специализированными программами для прогнозирования и управления маркетинговыми данными
	Уметь руководить деятельностью организации по сбору, сортировке, анализу, оценке и распределению необходимой, своевременной и достоверной маркетинговой информации по результатам исследований
	Уметь руководить деятельностью организации по применению современные инструменты web аналитики и координированию их с базами данных организации
	Уметь руководить деятельностью организации по выявлению потенциальных возможностей и угроз внешней среды для организации, слабых и сильных сторон организации
	Уметь руководить деятельностью организации по сбору, хранению и обработке маркетинговой информации
Необходимые знания	Основы социологии и социальной психологии
	Математическая статистика
	Современный маркетинг
	Принципы и методы проведения маркетинговых исследований
	Современная теория инноваций
Другие характеристики	

### 3.10.2. Трудовая функция

Наименование  Код  Уровень

области проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа с целью разработки, тестирования и внедрения инновационных товаров и услуг организации

--

(подуровень)  
квалификации

--

Происхождение трудовой функции

Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Руководство деятельностью организации в системном сборе информации и поиске инновационных идей, перспективных для развития организации
	Руководство деятельностью организации в прогнозировании влияния инноваций на изменение образа жизни потребителей товаров и услуг организации
	Руководство деятельностью организации в прогнозировании влияния инноваций на ключевые и перспективные рынки сбыта организации и анализ рисков организации
	Руководство деятельностью организации в прогнозировании влияния инноваций на бизнес-процессы организации
	Руководство деятельностью организации в подготовке отчётов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований и маркетингового анализа для принятия маркетинговых и управленческих решений
Необходимые умения	Уметь руководить деятельностью организации по сбору и анализу больших объёмов информации и баз данных о маркетинговой среде организации в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
	Уметь руководить деятельностью организации по прогнозированию сбыта продукции и рынков, работе со специализированными программами для сбора и управления маркетинговыми данными и прогнозирования
	Уметь руководить деятельностью организации по сбору, сортировке, анализу, оценке и распределению необходимой своевременной и достоверной маркетинговой информации по результатам исследований
	Уметь руководить деятельностью организации по применению современных инструментов web аналитики и координированию их с базами данных организации
	Уметь руководить деятельностью организации по выявлению потенциальных возможностей и угроз внешней среды для организации, сильных и слабых сторон
	Уметь руководить деятельностью организации по сбору, хранению и обработке маркетинговой информации
	Уметь руководить деятельностью организации по анализу больших

	объёмов информации и баз данных о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
Необходимые знания	Основы социологии и социальной психологии
	Математическая статистика
	Современный маркетинг
	Общий менеджмент
	Маркетинг менеджмент
Другие характеристики	

### 3.10.3. Трудовая функция

Наименование	Руководство деятельностью организации в области проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа системы продвижения и продаж организации	Код	J/03.8	Уровень (подуровень) квалификации	8
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Руководство деятельностью организации в сборе информации и анализе эффективности системы продвижения товаров и услуг организации
	Руководство деятельностью организации в сборе информации и анализе эффективности системы продаж организации
	Руководство деятельностью организации в прогнозировании развития систем продвижения и продаж организации
	Руководство деятельностью организации в прогнозировании продаж товаров и услуг организации
Необходимые умения	Уметь руководить деятельностью организации по сбору и анализу больших объёмов информации и баз данных о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
	Уметь руководить деятельностью организации по прогнозированию сбыта продукции и рынков, работе со специализированными

	программами для управления маркетинговыми данными и прогнозирования
	Уметь руководить деятельностью организации по осуществлению процедуры сбора, сортировки, анализа, оценки и распределения необходимой своевременной и достоверной информации по результатам исследований
	Уметь руководить деятельностью организации по применению современных инструментов web аналитики и координированию их с базами данных организации
	Уметь руководить деятельностью организации по выявлению потенциальных возможностей и угроз внешней среды для организации, слабых и сильных сторон
	Уметь руководить деятельностью организации по сбору, хранению и обработке маркетинговой информации
	Уметь руководить деятельностью организации по анализу больших объёмов информации и баз данных в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
Необходимые знания	Основы социологии и социальной психологии
	Математическая статистика
	Современный маркетинг
	Принципы и методы маркетинговых исследований
	Современная теория инноваций
	Общий менеджмент
	Маркетинг-менеджмент
Другие характеристики	x
	x
	x

### 3.10.4. Трудовая функция

Наименование	Руководство деятельностью организации в области проведения маркетинговых исследований внутренней среды организации, маркетингового анализа финансового, интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, маркетингового анализа нематериальных активов организации	Код	J/04.8	Уровень (подуровень) квалификации	8
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции

Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Руководство деятельностью организации в сборе информации и анализе финансового потенциала организации и прогнозировании его развития
	Руководство деятельностью организации в сборе информации и анализе интеллектуального потенциала организации и прогнозировании его развития
	Руководство деятельностью организации в сборе информации и анализе технологического потенциала организации и прогнозировании его развития
	Руководство деятельностью организации в сборе информации и анализе производственного потенциала организации и прогнозирование его развития
	Руководство деятельностью организации в сборе информации и анализе нематериальных активов организации и прогнозирование их развития
Необходимые умения	Уметь руководить деятельностью организации по сбору информации и анализу больших объёмов информации и баз данных о маркетинговой среде, в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений
	Уметь руководить деятельностью организации по прогнозированию сбыта продукции и рынков, работе со специализированными программами для анализа и управления маркетинговыми данными и прогнозирования
	Уметь руководить деятельностью организации по сбору, сортировке, анализу, оценке и распределению необходимой своевременной и достоверной маркетинговой информации по результатам исследований
	Уметь руководить деятельностью организации по применению современных инструментов web аналитики и координированию их с базами данных организации
	Уметь руководить деятельностью организации по выявлению потенциальных возможностей и угроз внешней среды для организации, её слабых и сильных сторон
	Уметь руководить деятельностью организации по сбору, хранению и обработке маркетинговой информации
	Уметь руководить деятельностью организации по анализу больших объёмов информации и баз данных о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых и управленческих решений

Необходимые знания	Основы социологии и социальной психологии
	Математическая статистика
	Современный маркетинг
	Современная теория инноваций
	Общий менеджмент
	Маркетинг-менеджмент
Другие характеристики	

### 3.11. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Руководство деятельностью организации в области разработки маркетинговых программ по элементам маркетингового комплекса организации	Код	К	Уровень квалификации	8
--------------	---	-----	---	----------------------	---

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

Возможные наименования должностей, профессий	Директор по маркетингу
--	------------------------

Требования к образованию и обучению	Высшее специалитет Высшее магистратура Высшее аспирантура Программа профессиональной переподготовки по маркетингу
Требования к опыту практической работы	Более 5 лет
Особые условия допуска к работе	-
Другие характеристики	-

Дополнительные характеристики

Наименование	Код	Наименование базовой группы, должности
--------------	-----	--

документа		(профессии) или специальности

### 3.11.1. Трудовая функция

Наименование	Руководство деятельностью организации в области разработки, тестирования и внедрения инновационных товаров и услуг организации	Код	К/01.8	Уровень (подуровень) квалификации	8
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

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

Трудовые действия	Руководство деятельностью организации в построении и организации эффективных моделей непрерывного создания инноваций и реализации инновационных конкурентных преимуществ
	Руководство деятельностью организации в подготовке рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений
Необходимые умения	Уметь руководить деятельностью организации по
	Уметь руководить деятельностью организации по
	Уметь руководить деятельностью организации по
Необходимые знания	Социальная психология
	Современный маркетинг
	Управление инновациями
	Общий менеджмент
	Маркетинг-менеджмент

Другие характеристики	

### 3.11.2. Трудовая функция

Наименование	Руководство деятельностью организации в области разработки, реализации и совершенствования ассортиментной политики организации	Код	К/02.8	Уровень (подуровень) квалификации	8
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

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

Трудовые действия	Руководство деятельностью организации в составлении ассортиментной матрицы организации
	Руководство деятельностью организации в в оптимизации ассортиментной матрицы организации с целью получения конкурентных преимуществ
	Руководство деятельностью организации в подготовке рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений в организации
Необходимые умения	Уметь руководить деятельностью организации по определению конкурентоспособного ассортимента товаров и услуг организации
	Уметь руководить деятельностью организации по оптимизации маржинальный доход по ассортиментной матрице организации
	Уметь руководить деятельностью организации по оптимизации соотношения товаров и услуг в ассортименте, с точки зрения взаимного продвижения или конкуренции товаров и услуг



Необходимые знания	Современный маркетинг
	Основы бухгалтерского и управленческого учёта
	Основы микроэкономики
	Основы товароведения и категорийного менеджмента
	Основы логистики и управления складскими запасами
	Общий менеджмент
	Маркетинг-менеджмент
Другие характеристики	

### 3.11.3. Трудовая функция

Наименование	Руководство деятельностью организации в области разработки, реализации и совершенствования стратегии и тактики продвижения товаров и услуг организации	Код	К/03.8	Уровень (подуровень) квалификации	8
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Руководство деятельностью организации в непрерывном улучшение системы сбыта и продвижения товаров и услуг организации
	Руководство деятельностью организации в планировании продаж организации
	Руководство деятельностью организации во внедрении и управлении системой CRM организации
	Руководство деятельностью организации в разработке, согласовании и запуске POSM (листочки, буклеты и пр.)
	Руководство деятельностью организации в разработке и управлении комплексом трейд-маркетинга
	Руководство деятельностью организации в разработке технических заданий для проведения маркетинговых исследований
	Руководство деятельностью организации в подготовке рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений
Необходимые умения	Уметь руководить деятельностью организации по непрерывному улучшению бизнес-процессы организации

Необходимые знания	Современный маркетинг
	Основы логистики и управления складскими запасами
	Микроэкономика
	Современные методы сценарного прогнозирования
	Общий менеджмент
	Маркетинг-менеджмент
Другие характеристики	

### 3.11.4. Трудовая функция

Наименование	Руководство деятельностью организации в области разработки, реализации и совершенствования политики ценообразования организации	Код	К/04.8	Уровень (подуровень) квалификации	8
Происхождение трудовой функции	Оригинал <input checked="" type="checkbox"/>	Займствовано из оригинала		Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта
Трудовые действия	Руководство деятельностью организации в создании и непрерывной оптимизации политики ценообразования компании				
	Руководство деятельностью организации в создании и управлении системой контроля за ценами				
	Руководство деятельностью организации в подготовке рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений в организации				

Необходимые умения	Уметь руководить деятельностью организации по осуществлению ценового аудита и мониторинга
	Уметь руководить деятельностью организации по работе с ценообразованием на рынках сбыта организации
Необходимые знания	Современный маркетинг
	Основы бухгалтерского и управленческого учёта
	Микроэкономика
	Основы социальной психологии
	Общий менеджмент
	Маркетинг-менеджмент
Другие характеристики	

### 3.11.5. Трудовая функция

Наименование	Руководство деятельностью организации в области создания и управления нематериальными активами организации	Код	К/05.8	Уровень (подуровень) квалификации	8
Происхождение трудовой функции	Оригинал <input checked="" type="checkbox"/>	Заимствовано из оригинала		Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта
Трудовые действия	Руководство деятельностью организации создания и развитии брендов организации				
	Руководство деятельностью организации в создании бренд-портфеля организации				
	Руководство деятельностью организации в управлении и оптимизации бренд портфеля организации				

	Руководство деятельностью организации в формировании и управлении репутацией организации
	Руководство деятельностью организации в подготовке рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений в организации
Необходимые умения	Уметь руководить деятельностью организации по оценке нематериальных активов организации
Необходимые знания	Современный маркетинг
	Бренд-менеджмент
	Основы бухгалтерского и управленческого учёта
	Микроэкономика
	Основы социальной психологии
	Общий менеджмент
	Маркетинг-менеджмент
Другие характеристики	

### 3.11.6. Трудовая функция

Наименование	Руководство деятельностью организации в области разработки, реализации и совершенствования программ привлечения новых клиентов и удержания существующих клиентов организации	Код	К/06.8	Уровень (подуровень) квалификации	8
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой	Оригинал	X	Займствовано из		
------------------------	----------	---	-----------------	--	--

функции	оригинала	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта
Трудовые действия	Руководство деятельностью организации в разработке и реализации комплекса мероприятий по привлечению новых клиентов		
	Руководство деятельностью организации в разработке и реализации программ лояльности		
Необходимые умения	Уметь руководить деятельностью организации по непрерывному улучшению бизнес-процессы организации		
Необходимые знания	Современный маркетинг		
	Микроэкономика		
	Основы социальной психологии		
	Общий менеджмент		
	Маркетинг-менеджмент		
Другие характеристики			

### 3.12. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Руководство деятельностью организации в области разработки, реализации и совершенствования маркетинговых	Код	L	Уровень квалификации	8
--------------	--	-----	---	----------------------	---

коммуникаций		
--------------	--	--

Происхождение  
обобщенной трудовой  
функции

Оригинал	<b>X</b>	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей, профессий	Директор по маркетингу
--	------------------------

Требования к образованию и обучению	Высшее специалитет Высшее магистратура Высшее аспирантура Программа профессиональной переподготовки по маркетингу
Требования к опыту практической работы	Более 5 лет
Особые условия допуска к работе	-
Другие характеристики	-

Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности

### 3.12.1. Трудовая функция

Наименование	Руководство деятельностью организации в области разработки, реализации и совершенствования системных маркетинговых коммуникаций с потребителями товаров и услуг организации	Код	L/01.8	Уровень (подуровень) квалификации	8
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции

Оригинал	<b>X</b>	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Руководство деятельностью организации в формировании сред и каналов коммуникаций с потребителями товаров и услуг организации
-------------------	--

	Руководство деятельностью организации в разработке и проведении коммуникационных компаний (рекламных мероприятий, конкурсов и пр.)
	Руководство деятельностью организации в разработке технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и разработки рекламной продукции
Необходимые умения	Уметь руководить деятельностью организации по реализации маркетинговых коммуникации
Необходимые знания	Знание инструментов маркетинговых коммуникаций
	Знание российского и международного законодательства, стандартов и этических принципов информационно-коммуникационной деятельности
	Общий менеджмент
	Маркетинг-менеджмент
Другие характеристики	

## 3.12.2. Трудовая функция

Наименование	Руководство деятельностью организации в области разработки, реализации и совершенствования системных маркетинговых коммуникаций с собственниками, акционерами и сотрудниками организации	Код	L/02.8	Уровень (подуровень) квалификации	8
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции

Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Руководство деятельностью организации в формировании сред и каналов коммуникаций с собственниками, акционерами и сотрудниками организации
	Руководство деятельностью организации в разработке и проведении внутренних коммуникационных компаний в организации
	Руководство деятельностью организации в формировании позитивного имиджа организации в глазах сотрудников организации
Необходимые умения	Уметь руководить деятельностью организации по выстраиванию и развитию эффективных внутренних коммуникаций в организации
	Уметь руководить деятельностью организации по написанию текстов и проведению мероприятий по развитию эффективных внутренних коммуникаций в организации
Необходимые знания	Современный маркетинг
	Основы управления репутационными рисками, инструменты репутационного менеджмента
	Современные подходы к формированию деловой репутации и корпоративного имиджа
	Общий менеджмент
	Маркетинг-менеджмент
Другие характеристики	




## 3.12.3. Трудовая функция

Наименование	Руководство деятельностью организации в области разработки, реализации и совершенствования системных маркетинговых коммуникаций с поставщиками, инвесторами и иными партнёрами организации	Код	L/03.8	Уровень (подуровень) квалификации	8
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Руководство деятельностью организации по формированию сред и каналов коммуникаций с поставщиками, инвесторами и иными партнёрами организации
	Руководство деятельностью организации по разработке и продвижению коммуникационных компаний
	Руководство деятельностью организации по формированию позитивного имиджа организации в глазах поставщиков, инвесторов и иных партнёров организации
Необходимые умения	Уметь руководить деятельностью организации по разработке имиджевых материалов и кампаний
Необходимые знания	Современный маркетинг
	Основы управления репутационными рисками, инструменты репутационного менеджмента

	Современные подходы к формированию деловой репутации и корпоративного имиджа
	Общий менеджмент
	Маркетинг-менеджмент
Другие характеристики	

## 3.12.4. Трудовая функция

Наименование	Руководство деятельностью организации в области разработки, реализации и совершенствования системных маркетинговых коммуникаций со СМИ, СМК и государственными органами	Код	L/04.8	Уровень (подуровень) квалификации	8
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Руководство деятельностью организации в формировании сред и каналов коммуникаций со СМИ, СМК и государственными органами
	Руководство деятельностью организации в разработке и проведении коммуникационных компаний (рекламных мероприятий, конкурсов и т.п.)
	Руководство деятельностью организации в разработке технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и разработка рекламной продукции
Необходимые умения	Уметь руководить деятельностью организации по разработке имиджевых рекламных материалов
	Уметь руководить деятельностью организации по

Необходимые знания	Знание инструментов маркетинговых коммуникаций
	Знание российского и зарубежного законодательства, стандартов и этических принципов информационно-коммуникационной деятельности
	Общий менеджмент
	Маркетинг-менеджмент
Другие характеристики	

### 3.13. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Создание, развитие и оптимизация организационной структуры для выполнения маркетинговых функций в организации	Код	М	Уровень квалификации	8
--------------	---	-----	---	----------------------	---

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

Возможные наименования должностей, профессий	Директор по маркетингу
--	------------------------

Требования к образованию и обучению	Высшее специалитет Высшее магистратура Высшее аспирантура Программа профессиональной переподготовки по маркетингу
Требования к опыту	Более 5 лет

практической работы	
Особые условия допуска к работе	-
Другие характеристики	-

## Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности

## 3.13.1. Трудовая функция

Наименование	Участие в работе коллегиального исполнительного органа организации с целью совершенствования и оптимизации корпоративной структуры и организационной структуры маркетингового подразделения	Код	М/01.8	Уровень (подуровень) квалификации	8
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Координация работы маркетингового подразделения организации с работой других функциональных подразделений в рамках бизнес-стратегии организации
	Разрешение спорных ситуаций и конфликта интересов с другими функциональными подразделениями организации
	Издание распоряжений в части касающейся маркетингового подразделения организации
	Постановка задач сотрудникам маркетингового подразделения организации
Необходимые умения	Уметь взаимодействовать с другими топ-менеджерами организации
Необходимые знания	Современный маркетинг
	Общий менеджмент
	Маркетинг менеджмент

Другие характеристики	

## 3.13.2. Трудовая функция

Наименование	Участи в разработке предложений собственникам, совету директоров и исполнительному органу организации по структуре маркетингового подразделения организации	Код	M/02.8	Уровень (подуровень) квалификации	8
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Руководство разработкой организационной структуры маркетингового подразделения организации
	Руководство работой по системному развитию и оптимизации организационной структуры маркетингового подразделения организации
Необходимые умения	
Необходимые знания	

Другие характеристики	

## 3.13.3. Трудовая функция

Наименование	Руководство работой по разработке и реализации системы мотивации персонала в маркетинговом подразделении организации	Код	М/03.8	Уровень (подуровень) квалификации	8
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

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

Трудовые действия	Руководство разработкой системы мотивации персонала в маркетинговом подразделении организации
	Руководство работами по развитию и оптимизации системы мотивации персонала в маркетинговом подразделении организации
Необходимые умения	
Необходимые знания	
Другие характеристики	

## 3.13.4. Трудовая функция

Наименование	Руководство разработкой должностных	Код	М/04.8	Уровень	8
--------------	-------------------------------------	-----	--------	---------	---

инструкций сотрудников маркетингового подразделения организации и регламентов взаимодействия структурных подразделений маркетингового подразделения организации

(подуровень)  
квалификации

Происхождение трудовой функции

Оригинал

X

Займствовано из оригинала

Код оригинала

Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	
Необходимые умения	
Необходимые знания	
Другие характеристики	

### 3.14. Обобщенная трудовая функция

Наименование

Организация эффективной системы взаимодействия с собственниками, советом директоров и исполнительным органом организации

Код

N

Уровень квалификации

8

Происхождение обобщенной трудовой функции

Оригинал

X

Займствовано из оригинала

Код

Регистрационный

	оригинала	номер профессионального стандарта
Возможные наименования должностей, профессий	Директор по маркетингу	
Требования к образованию и обучению	Высшее специалитет Высшее магистратура Высшее аспирантура Программа профессиональной переподготовки по маркетингу	
Требования к опыту практической работы	Более 5 лет	
Особые условия допуска к работе	-	
Другие характеристики	-	

## Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности

## 3.14.1. Трудовая функция

Наименование	Подготовка планов и предложений по работе маркетингового подразделения для совета директоров и исполнительного органа организации	Код	N/01.8	Уровень (подуровень) квалификации	8
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

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

Трудовые действия	



Необходимые умения	
Необходимые знания	
Другие характеристики	

## 3.14.2. Трудовая функция

Наименование	Подготовка и защита отчётов о работе маркетингового подразделения перед советом директоров и исполнительным органом организации	Код	N/02.8	Уровень (подуровень) квалификации	8
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

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

Трудовые действия	
Необходимые умения	

Необходимые знания	
Другие характеристики	

### 3.15. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Организация системы эффективного взаимодействия с другими функциональными подразделениями компании	Код	О	Уровень квалификации	8
--------------	--	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал	Х	Займствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей, профессий	Директор по маркетингу
--	------------------------

Требования к образованию и обучению	Высшее специалитет Высшее магистратура Высшее аспирантура Программа профессиональной переподготовки по маркетингу
Требования к опыту практической работы	Более 5 лет
Особые условия допуска к работе	-
Другие характеристики	-

#### Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности

## 3.15.1. Трудовая функция

Наименование	Участие в разработке и согласовании регламентов взаимодействия с другими функциональными подразделениями	Код	О/01.8	Уровень (подуровень) квалификации	8
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

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

Трудовые действия	
Необходимые умения	
Необходимые знания	
Другие характеристики	

## 3.15.2. Трудовая функция

Наименование	Руководство, согласование и осуществление планов маркетинговой поддержки системы продаж организации	Код	О/02.8	Уровень (подуровень) квалификации	8
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер

Трудовые действия	
Необходимые умения	
Необходимые знания	
Другие характеристики	

. Сведения об организациях – разработчиках  
профессионального стандарта

#### 4.1. Ответственная организация-разработчик

Некоммерческое партнёрство "Гильдия маркетологов"
(наименование организации)
Президент Игорь Станиславович Березин (должность и ФИО руководителя)

#### 4.2. Наименования организаций-разработчиков

1	ООО "Юниправэкс" (генеральный директор - Зимин Виктор Алексеевич, г. Москва)
2	ООО "Маркетинговое агентство "Вектор" (Генеральный директор Чумаков Дмитрий Сергеевич, г. Москва)

3	ООО "Стив и Бартон" (Директор Петров Светослав Петров, г. Красноярск)
4	АНО "Институт социальных и этнокультурных исследований" (Генеральный директор Григорьев Николай Иванович, г. Москва)
5	ООО "Маркетинговое агентство "Степ бай степ" (Генеральный директор Птуха Анастасия Романовна, г. Москва)
6	ФГБОУ ВО "Российский государственный гуманитарный университет (Ректор Ивахненко Евгений Николаевич, г. Москва)
7	ФГБОУ ВО РЭУ им. М.В. Плеханова (Проректор по развитию Штыхно Дмитрий Александрович, г. Москва)
8	ФГБОУ ВО "Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Ректор Эскиндаров Мухадин Абдурахманович, г. Москва)
9	ООО "Группа Реланд" (Директор Коро Николас Рудольфович, г. Москва)
10	ООО "Независимый консалтинговый центр "Эталонъ" (генеральный директор Скатов Максим Алексеевич, г. Москва)

---

<sup>1</sup> Общероссийский классификатор занятий

<sup>2</sup> Общероссийский классификатор видов экономической деятельности