

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<br>Высшее образование специалитет<br>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 | X | Заемствовано из оригинала |               |   |
|   |          |   |                           | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

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

|  |  |
|--|--|
| Требования к образованию и обучению    | Высшее образование бакалавриат<br>Высшее образование магистратура<br>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 | X | Заемствовано 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 | Заимствовано 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<br>Высшее образование специалитет<br>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   | Займовано 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 | Займствовано 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 X  | Заимствовано из оригинала |               |   |   |
|  |   |                           | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |   |
| Возможные наименования должностей, профессий | Специалист по маркетингу<br>Маркетолог  |                           |               |   |   |
| Требования к образованию и обучению          | Высшее образование бакалавриат<br>Высшее образование специалитет<br>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 X  | 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 |     |        |                                   |   |

|                       |  |
|-----------------------|--|
| 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   | Х | Займствовано из оригинала |   | Код оригинала        | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |   |
|--|---|
| Возможные наименования должностей, профессий | Специалист по маркетингу<br>Маркетолог  |
| Требования к образованию и обучению          | Высшее образование бакалавриат<br>Высшее образование специалитет<br>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 | Займствовано 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 | Заемствовано 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 оригинала |  |  |
|----------|---|---------------------------|--|--|

Код  
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 оригинала |  |  |
|----------|---|---------------------------|--|--|

Код  
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<br>Маркетолог |
|--|--|

|  |  |
|--|--|
| Требования к образованию и обучению    | Высшее образование бакалавриат<br>Высшее образование магистратура<br>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<br>Высшее магистратура<br>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<br>Высшее образование магистратура<br>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<br>Высшее магистратура<br>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 <input checked="" type="checkbox"/>   | 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 | <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 образование специалитет<br>Высшее образование магистратура<br>Высшее образование аспирантура<br>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 | <b>X</b> | Заимствовано из оригинала |               |   |
|          |          |                           | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|                   |   |
|-------------------|---|
| Трудовые действия | Руководство деятельностью организации по прогнозированию развития ключевых и перспективных рынков организации<br>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 | Заимствовано 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 отчетов 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 объемов 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 прогнозировании его развития  |
|                    | Руководство деятельностью организации в сборе информации и анализе нематериальных активов организации и прогнозировании 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<br>Высшее магистратура<br>Высшее аспирантура<br>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       | Регистрационный                         |
|-----------------------|---|-----------|---|
|                       |   | оригинала | номер<br>профессионального<br>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<br>Высшее магистратура<br>Высшее аспирантура<br>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<br>Высшее магистратура<br>Высшее аспирантура<br>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 | Займствовано 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

Заимствовано 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

Заимствовано из оригинала

Код

Регистрационный

|  | оригинала  | номер профессионального стандарта |
|--|--|-----------------------------------|
| Возможные наименования должностей, профессий | Директор по маркетингу   |                                   |
| Требования к образованию и обучению          | Высшее специалитет<br>Высшее магистратура<br>Высшее аспирантура<br>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 | X | Займствовано из оригинала |               |   |
|   |          |   |                           | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

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

|  |  |
|--|--|
| Требования к образованию и обучению    | Высшее специалитет<br>Высшее магистратура<br>Высшее аспирантура<br>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<br>(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