УТВЕРЖДЕН

приказом Министерства

труда и социальной защиты Российской Федерации

от «4» августа 2014 г. №535н

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

**Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации**

|  |
| --- |
| 112 |
| Регистрационный номер |

1. **Общие сведения**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Организация продвижения и распространения продукции средств массовой информации (СМИ), включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания |  | 06.009 |
| (наименование вида профессиональной деятельности) | Код |
| Основная цель вида профессиональной деятельности: |
| Содействие формированию и удовлетворению потребительского спроса на продукцию СМИ, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания |
| Группа занятий: |
| 2413 | Специалисты по коммерческой деятельности | 3415 | Агенты по продаже |
| (код ОКЗ[[1]](#endnote-1)) | (наименование) | (код ОКЗ) | (наименование) |
| Отнесение к видам экономической деятельности: |
| 51.18.23 | Деятельность агентов по оптовой торговле газетами и журналами |
| 51.47.22 | Оптовая торговля газетами и журналами |
| 74.13 | Маркетинговые исследования и выявление общественного мнения |
| 74.4 | Рекламная деятельность |
| (код ОКВЭД[[2]](#endnote-2)) | (наименование вида экономической деятельности) |

|  |
| --- |
| 1. **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 | Организация распространения продукции СМИ | 5 | Реализация продукции СМИ | А/01.5 | 5 |
| Организация поставки продукции СМИ | А/02.5 | 5 |
| Организация и проведение подписной кампании | А/03.5 | 5 |
| В | Организация продвижения продукции СМИ | 6 | Организация маркетинговых исследований в области СМИ | В/01.6 | 6 |
| Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ | В/02.6 | 6 |
| Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ | В/03.6 | 6 |
| Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ | В/04.6 | 6 |

|  |
| --- |
| **III. Характеристика обобщенных трудовых функций** |
| **3.1. Обобщенная трудовая функция** |
| Наименование | Организация распространения продукции СМИ | Код | A | Уровень квалификации | 5 |
|  |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
|  |
| Возможные наименования должностей | Менеджер по продажам Специалист по продажам |
|  |
| Требования к образованию и обучению | Среднее профессиональное образование – программы подготовки специалистов среднего звена |
| Требования к опыту практической работы | - |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Дополнительные характеристики |
| Наименование документа | Код | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
| ОКЗ | 3415 | Агенты по продаже |
| ЕКС[[3]](#endnote-3) | - | Менеджер (в торговле) |
| ОКСО[[4]](#endnote-4) | 080300  | Коммерция |

|  |
| --- |
| **3.1.1. Трудовая функция** |
| Наименование | Реализация продукции СМИ | Код | A/01.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|  |
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
|  |  |
| Трудовые действия | Анализ ситуации на рынке услуг по реализации продукции СМИ |
| Поиск организаций, доводящих продукцию СМИ до потребителей |
| Представление (презентация) продукции СМИ |
| Ведение переговоров с представителями организаций, осуществляющих доведение продукции СМИ до потребителей |
| Формирование плана-графика поставки продукции СМИ |
| Составление и заключение договоров поставки продукции СМИ (иных договоров реализации продукции СМИ) |
| Необходимые умения | Использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты |
| Находить и анализировать необходимую информацию |
| Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) |
| Составлять договоры поставки и иные договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию |
| Необходимые знания | Основные нормы законодательства Российской Федерации, регламентирующего деятельность СМИ, коммерческую деятельность, авторское право, гражданское законодательство Российской Федерации |
| Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации |
| Ассортимент реализуемой продукции СМИ |
| Утвержденные цены (тарифы) и порядок ценообразования при организации поставок продукции СМИ |
| Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность |
| Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности |
| Другие характеристики | - |

|  |
| --- |
| **3.1.2. Трудовая функция** |
| Наименование | Организация поставки продукции СМИ | Код | A/02.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|  |
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
|  |  |
| Трудовые действия | Поиск и отбор организаций, оказывающих логистические и транспортные услуги |
| Составление и заключение договоров на доставку продукции СМИ, формирование необходимой документации для доставки продукции СМИ (в случае доставки корпоративным транспортом) |
| Подготовка необходимой сопроводительной документации для организации поставки продукции СМИ |
| Контроль своевременной и полной поставки продукции СМИ |
| Контроль своевременной оплаты поставляемой продукции СМИ |
| Необходимые умения | Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты |
| Осуществлять учет поставок продукции СМИ и платежей за поставляемую продукцию |
| Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) |
| Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию |
| Необходимые знания | Основные нормы законодательства Российской Федерации, регламентирующего коммерческую деятельность, гражданское законодательство Российской Федерации |
| Основы бухгалтерского и статистического учета |
| Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность |
| Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок |
| Другие характеристики | - |

|  |
| --- |
| **3.1.3. Трудовая функция** |
| Наименование | Организация и проведение подписной кампании | Код | A/03.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|  |
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
|  |  |
| Трудовые действия | Обработка и анализ данных по тиражам изданий и дистрибьюторам |
| Обеспечение информационно-аналитической поддержки подразделения распределения |
| Осуществление деятельности по сбору подписки |
| Формирование и исполнение мероприятий по стимулированию и сбору подписки |
| Необходимые умения | Использовать современные информационно-коммуникационные технологии для обработки данных |
| Анализировать ситуацию на рынке по реализации печатных СМИ |
| Готовить информационно-аналитические материалы по потребительскому спросу |
| Выверять, корректировать получаемую информацию по продажам тиражей |
| Готовить справочно-информационные материалы для освещения подписной кампании |
| Анализировать итоги подписной кампании |
| Необходимые знания | Законодательство Российской Федерации, иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность СМИ |
| Основные приемы техники активных продаж |
| Другие характеристики | - |

|  |
| --- |
| **3.2. Обобщенная трудовая функция** |
| Наименование | Организация продвижения продукции СМИ | Код | В | Уровень квалификации | 6 |
|  |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
|  |
| Возможные наименования должностей | Специалист по маркетингу, менеджер по маркетингу, менеджер по рекламе  |
|  |
| Требования к образованию и обучению | Высшее образование – бакалавриат |
| Требования к опыту практической работы | - |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Дополнительные характеристики |
| Наименование документа | Код | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
| ОКЗ | 2413 | Специалист по коммерческой деятельности |
| ЕКС | - | Менеджер по маркетингу и сбыту продукции |
| - | Специалист по маркетингу |
| ОКСО | 080111  | Маркетинг |
| 080300  | Коммерция |
| 080500 | Менеджмент |

|  |
| --- |
| **3.2.1. Трудовая функция** |
| Наименование | Организация маркетинговых исследований в области СМИ | Код | В/01.6 | Уровень (подуровень) квалификации | 6 |
|  |
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
|  |  |
| Трудовые действия | Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ |
| Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ |
| Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ |
| Контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ |
| Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ |
| Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ |
| Необходимые умения | Использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты |
| Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа |
| Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) |
| Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров |
| Выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей |
| Составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования |
| Необходимые знания | Гражданское законодательство Российской Федерации |
| Маркетинговые технологии |
| Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации |
| Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность |
| Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности |
| Другие характеристики | - |

|  |
| --- |
| **3.2.2. Трудовая функция** |
| Наименование | Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ | Код | В/02.6 | Уровень (подуровень) квалификации | 6 |
|  |
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
|  |  |
| Трудовые действия | Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий |
| Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации  |
| Разработка и обоснование проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ |
| Разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ  |
| Согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом |
| Формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ |
| Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации |
| Необходимые умения | Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты |
| Разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга |
| Интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций |
| Осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение |
| Необходимые знания | Гражданское законодательство Российской Федерации |
| Организация системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж |
| Маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента |
| Технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов |
| Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность |
| Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок |
| Другие характеристики | - |

|  |
| --- |
| **3.2.3. Трудовая функция** |
| Наименование | Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ | Код | В/03.6 | Уровень (подуровень) квалификации | 6 |
|  |
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
|  |  |
| Трудовые действия | Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ |
| Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах |
| Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах |
| Контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для предвидения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах |
| Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях  |
| Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия |
| Необходимые умения | Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии |
| Выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями  |
| Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) |
| Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию |
| Необходимые знания | Гражданское законодательство Российской Федерации |
| Основные принципы организации рекламной кампании |
| Методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах |
| Основы проектной деятельности |
| Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность |
| Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок |
| Другие характеристики | - |

|  |
| --- |
| **3.2.4. Трудовая функция** |
| Наименование | Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ | Код | В/04.6 | Уровень (подуровень) квалификации | 6 |
|  |
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
|  |  |
| Трудовые действия | Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ |
| Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции |
| Поиск и отбор организаций, проводящих социологические опросы, заключение договоров на проведение социологических опросов |
| Анализ эффективности продвижения продукции СМИ |
| Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ |
| Необходимые умения | Формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ |
| Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа |
| Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты |
| Анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных |
| Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров |
| Необходимые знания | Гражданское законодательство Российской Федерации |
| Принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ |
| Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность |
| Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок |
| Другие характеристики | - |

|  |
| --- |
| **IV. Сведения об организациях – разработчиках** **профессионального стандарта** |
| **4.1. Ответственная организация-разработчик** |
| ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», город Москва  |
|  |
|  | Проректор Сафонов Александр Львович |  |  |
|  |  |  |  |

1. Общероссийский классификатор занятий [↑](#endnote-ref-1)
2. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности [↑](#endnote-ref-2)
3. Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих [↑](#endnote-ref-3)
4. Общероссийский классификатор специальностей по образованию [↑](#endnote-ref-4)