



МИНИСТЕРСТВО ЮСТИЦИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ЗАРЕГИСТРИРОВАНО

Регистрационный № 33973

от "04" сентября 2014 г.

МИНИСТЕРСТВО ТРУДА И СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ПРИКАЗ

4 августа 2014 г. № 535н

Москва

Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

В соответствии с пунктом 22 Правил разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. № 23 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, № 4, ст. 293), п р и к а з ы в а ю:

Утвердить прилагаемый профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».

Министр М.А. Топилин

gost.e-ecolog.ru

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

I. 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])	(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])	(наименование вида экономической деятельности)

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

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
A	Организация распространения продукции СМИ	5	Реализация продукции СМИ	A/01.5	5
			Организация поставки продукции СМИ	A/02.5	5
			Организация и проведение подписной кампании	A/03.5	5
B	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	B/01.6	6
			Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	B/02.6	6
			Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	B/03.6	6
			Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	B/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 X	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]	-	Менеджер (в торговле)
ОКСО[4]	080300	Коммерция

3.1.1. Трудовая функция

Наименование	Реализация продукции СМИ	Код	A/01.5	Уровень (подуровень) квалификации	5

Происхождение трудовой функции	Оригинал X	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	X	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	X	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	Код	Уровень квалификации
Организация продвижения продукции СМИ	B	6

Происхождение обобщенной трудовой функции				
Оригинал	X	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	Код	Уровень (подуровень) квалификации
Организация маркетинговых исследований в области СМИ	B/01.6	6

Происхождение трудовой функции				
Оригинал	X	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	B/02.6	Уровень (подуровень) квалификации	6

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	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	B/03.6	Уровень (подуровень) квалификации	6

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	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	B/04.6	Уровень (подуровень) квалификации	6

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	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
[2] Общероссийский классификатор видов экономической деятельности
[3] Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих
[4] Общероссийский классификатор специальностей по образованию

gost.e-ecolog.ru