

МИНИСТЕРСТВО ТРУДА И СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ПРИКАЗ

13 октября 2014г. № 707н

Москва

Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения»

В соответствии с пунктом 16 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; 2014, № 39, ст. 5266), п р и к а з ы в а ю:

Утвердить прилагаемый профессиональный стандарт «Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения».

Министр М.А. Топилин

gost.e-ecolog.ru

УТВЕРЖДЕН
приказом Министерства
труда и социальной защиты
Российской Федерации
от «13» декабря 2014 г. № 707н

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения

218

Регистрационный номер

I.Общие сведения

Исследование и анализ рынка для реализации программ продвижения продукта при производстве транспортных средств	31.012
(наименование вида профессиональной деятельности)	Код

Основная цель вида профессиональной деятельности:

Анализ, оценка и прогноз рынка автомобилестроения; разработка плана и проведение маркетингового исследования; реализация программы продвижения продукта организации; взаимодействие с субъектами товаропроводящей сети; организация рекламной кампании; планирование маркетинговой и рекламной деятельности

Вид трудовой деятельности (группа занятий):

1233	Руководители подразделений (служб) по маркетингу и сбыту продукции	1234	Руководители рекламно-информационных подразделений (служб)
2413	Специалисты по коммерческой деятельности		
(код ОКЗ[1])	(наименование)	(код ОКЗ)	

Отнесение к видам экономической деятельности:

34.10.2	Производство легковых автомобилей
34.10.3	Производство автобусов и троллейбусов
34.10.4	Производство грузовых автомобилей
34.10.5	Производство автомобилей специального назначения
34.20	Производство автомобильных кузовов; производство прицепов, полуприцепов и контейнеров, предназначенных для перевозки одним или несколькими видами транспорта

50.1	Торговля автотранспортными средствами
50.2	Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств

(код ОКВЭД[2]) (наименование вида экономической деятельности)

II. Описание трудовых функций, входящих впрофессиональный стандарт (функциональная карта вида трудовой деятельности)

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
A	Маркетинговые исследования, взаимодействие с субъектами товаропроводящей сети	4	Сбор, формирование и ведение базы данных для анализа рынка автомобилестроения	A/01.4	4
			Мониторинг цен на продукт организации и конкурентов	A/02.4	4
			Выполнение задач по маркетинговым исследованиям в соответствии с целями технического задания	A/03.4	4
			Выполнение заданий по подготовке отчетов по анализу рынка автомобилестроения	A/04.4	4
			Контроль выполнения требований стандартов организации в товаропроводящей сети	A/05.4	4
			Работы по использованию каналов коммуникаций для реализации программы продвижения продукта организации	A/06.4	4
			Подготовка информации для обеспечения рекламной деятельности	A/07.4	4
			Рекламная деятельность в рамках реализации программы продвижения продукта организации	A/08.4	4
			Участие в разработке и реализации медиаплана и плана выставочных мероприятий	A/09.4	4
B	Прогнозирование спроса на существующих и потенциальных рынках сбыта и реализация программ продвижения продукта организации	5	Анализ, оценка и прогноз рынка автомобилестроения	B/01.5	5
			Разработка плана и проведение маркетингового исследования	B/02.5	5
			Анализ конкурентоспособности продукта организации	B/03.5	5
			Разработка маркетингового технического задания на создание продукта и/или внесение изменений	B/04.5	5
			Реализация программы продвижения продукта организации	B/05.5	5
			Подготовка отчета об анализе маркетинговой деятельности	B/06.5	5

			Взаимодействие с субъектами товаропроводящей сети	B/07.5	5
			Разработка плана рекламной кампании	B/08.5	5
			Организация рекламной кампании	B/09.5	5
C	Подготовка предложений для разработки стратегии развития организации, планирование маркетинговой и рекламной деятельности	6	Разработка плана развития по направлению деятельности и бизнес-плана организации	C/01.6	6
			Разработка целей, анализ ресурсных возможностей, путей и способов достижения результативности маркетинговой и рекламной деятельности	C/02.6	6
			Разработка стандартов, концепций, программ и методик	C/03.6	6
			Контроль маркетинговой и рекламной деятельности	C/04.6	6
			Разработка предложений по формированию профессионально-квалификационной структуры персонала	C/05.6	6
			Обеспечение взаимодействия с субъектами товаропроводящей сети	C/06.6	6
D	Обеспечение процессного управления маркетинговой и рекламной деятельности организации	7	Обеспечение стратегического развития организации	D/01.7	7
			Управление бизнес-процессами организации	D/02.7	7
			Формирование профессионально-квалификационной структуры персонала	D/03.7	7

III. Характеристика обобщенных трудовых функций

3.1. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Маркетинговые исследования, взаимодействие с субъектами товаропроводящей сети	Код	A	Уровень квалификации	4

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

Возможные наименования должностей	Специалист по маркетингу Специалист по рекламе

Требования к образованию и обучению	Высшее образование – бакалавриат Профессиональные программыповышения квалификации и профессиональной переподготовки
Требования к опыту практической работы	—
Особые условия допуска к работе	—

Дополнительные характеристики

Наименование классификатора	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	2413	Специалисты по коммерческой деятельности
ОКСО[3]	08011165	Маркетолог
	03240165	Специалист по рекламе

3.1.1. Трудовая функция

Наименование	Сбор, формирование и ведение базы данных для анализа рынка автомобилестроения	Код	A/01.4	Уровень (подуровень) квалификации	4

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

Трудовые действия	Анализ технических характеристик и конструктивных особенностей продукта организации и конкурентов с учетом результатов анализа статистических данных
	Непрерывное обновление базы данных с применением статистических и маркетинговых методов их сбора
Необходимые умения	Определять факторы, влияющие на уровень продаж организации и емкость рынка

	Находить данные из различных источников и выполнять их верификацию
	Использовать внутренние информационные ресурсы
	Применять статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных
	Выбирать критерии для анализа
	Анализировать эффективность каналов сбора данных
	Определять конкурентное окружение продукта организации на рынке
	Анализировать тенденции развития факторов, влияющих на рынок автомобилестроения
	Отслеживать изменения в социально-экономической ситуации
	Осуществлять мониторинг законодательных и нормативных актов
	Работать с подразделениями и сторонними организациями
	Регулярно актуализировать базу данных
	Оптимизировать базу данных
	Определять модели-аналоги продукта конкурентов
	Применять в работе информацию по техническим характеристикам и конструктивным особенностям продукта организации и конкурентов
	Проводить сравнительный анализ технических характеристик и конструктивных особенностей продукта организации и конкурентов
	Использовать прикладные программные продукты
	Владеть профессиональной терминологией
	Владеть иностранным языком (английским, немецким, французским по выбору организации)
	Выполнять требования по обеспечению сохранности и конфиденциальности информации
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией
	Приказы, положения, инструкции организации
	Нормативная документация организации
	Организационная структура организации
	Основы маркетинга и делопроизводства
	Основы микро- и макроэкономики
	Основы устройства конструкции транспортного средства
	Основы информационных технологий и математической статистики
	Экономическая география
	Методы сегментирования рынка
	Методика позиционирования продукции организации на рынке
	Модельный ряд выпускаемой продукции
	Статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных
	Конкуренты в сегменте рынка
	Специализированные программные продукты
	Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации)
Другие характеристики	—

3.1.2. Трудовая функция

Наименование	Мониторинг цен на продукт организации и конкурентов	Код	A/02.4	Уровень (подуровень) квалификации	4

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

Трудовые действия	Формирование перечней моделей и динамики изменения цен в каждом продуктовом сегменте
	Разработка предложений по изменению цен на продукт на основе анализа цен на модели-аналоги продукта конкурентов
Необходимые умения	Выполнять требования по обеспечению сохранности и конфиденциальности информации
	Проводить мониторинг в соответствии с установленным графиком
	Выявлять и анализировать перечень моделей, имеющих наибольший потребительский спрос в каждом продуктовом сегменте
	Определять модели-аналоги продукта конкурентов
	Определять достоверные источники информации
	Работать с подразделениями и сторонними организациями
	Собирать информацию о ценах на модели-аналоги продукта конкурентов
	Вести базу данных динамики изменения цен на продукт
	Оформлять информацию о мониторинге цен в удобном и наглядном виде
	Применять в работе информацию по техническим характеристикам и конструктивным особенностям продукта организации и конкурентов
	Использовать прикладные программные продукты
	Владеть иностранным языком (английским, немецким, французским по выбору организации)
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации в сфере работы с конфиденциальной информацией
	Приказы, положения, инструкции организации
	Организационная структура организации
	Основы математической статистики и информационных технологий
	Основы устройства конструкции транспортного средства
	Статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных
	Методы сегментирования рынка
	Методы ценового анализа
	Методика позиционирования продукции организации на рынке
	Прейскуранты организации
	Особенности каналов коммуникаций
	Техника ведения переговоров
	Модельный ряд выпускаемой продукции
	Конкуренты в сегменте рынка автомобилестроения
	Специализированные программные продукты

	Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации)
Другие характеристики	—

3.1.3. Трудовая функция

Наименование	Выполнение задач по маркетинговым исследованиям в соответствии с целями технического задания	Код	A/03.4	Уровень (подуровень) квалификации	4

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

Трудовые действия	Проведение маркетинговых исследований с применением статистических методов сбора, обработки, анализа данных
	Ведение документации по статистической обработке результатов маркетинговых исследований в соответствии со стандартами организации
Необходимые умения	Проводить маркетинговое исследование в соответствии с планом и требованиями технического задания
	Согласовывать цели и задачи выполнения составной части маркетингового исследования в соответствии с целями технического задания
	Составлять индивидуальный план выполнения задач в рамках маркетингового исследования
	Применять статистические методы сбора, обработки, анализа данных
	Собирать и обрабатывать данные для оценки степени удовлетворенности клиента
	Работать с подразделениями и сторонними организациями
	Использовать прикладные программные продукты
	Проводить статистическую обработку результатов маркетинговых исследований
	Оформлять информацию по результатам маркетинговых исследований в удобном и наглядном виде
	Вести документацию в соответствии со стандартами организации
	Владеть иностранным языком (английским, немецким, французским по выбору организации)
	Аргументированно и лаконично излагать мысли и факты в устной и письменной речи
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации в сфере работы с конфиденциальной информацией
	Стандарты организации
	Организационная структура организации
	Основы маркетинга и делопроизводства
	Основы математической статистики и информационных технологий
	Основы устройства конструкции транспортного средства
	Экономическая география
	Методы расчета емкости рынка

	Статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных
	Методы сегментирования рынка
	Методика позиционирования продукта организации на рынке
	Модельный ряд выпускаемой продукции
	Конкуренты в сегменте рынка
	Специализированные программные продукты
	Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации)
Другие характеристики	—

3.1.4. Трудовая функция

Наименование	Выполнение заданий по подготовке отчетов по анализу рынка автомобилестроения	Код	A/04.4	Уровень (подуровень) квалификации	4

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

Трудовые действия	Анализ основных целей и определение составных частей отчетов по анализу рынка автомобилестроения
	Осуществление необходимых расчетов показателей для включения в отчеты по анализу рынка автомобилестроения с применением специализированного программного продукта
Необходимые умения	Согласовывать цели отчета
	Разрабатывать план подготовки отчета
	Определять перечень ключевых показателей
	Выбирать критерии для анализа показателей
	Анализировать, синтезировать и интерпретировать статистические данные
	Анализировать временной ряд показателей продаж по компонентам тренд, сезонность, константа
	Рассчитывать и сопоставлять темпы роста показателей
	Применять специальное программное обеспечение
	Работать с подразделениями организации
	Оформлять отчет в соответствии со стандартами организации
	Проводить презентации
	Владеть иностранным языком (английский, немецкий, французский по выбору организации)
	Аргументированно и лаконично излагать мысли и факты в устной и письменной речи
Необходимые знания	Стандарты организации
	Приказы, положения, инструкции,нормативная документация организации
	Организационная структура организации
	Основы маркетинга и делопроизводства
	Основы математической статистики и информационных технологий
	Статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных

	Специализированные программные продукты
	Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации)
Другие характеристики	—

3.1.5. Трудовая функция

Наименование	Контроль выполнения требований стандартов организации в товаропроводящей сети	Код	A/05.4	Уровень (подуровень) квалификации	4

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

Трудовые действия	Анализ деятельности товаропроводящей сети
	Разработка предложений по корректировке стандартов организации для товаропроводящей сети и по каналам коммуникаций
Необходимые умения	Выполнять требования по обеспечению сохранности и конфиденциальности информации
	Определять перечень стандартов организации для осуществления деятельности товаропроводящей сети
	Разрабатывать форму отчетности и график предоставления данных от товаропроводящей сети
	Выбирать каналы коммуникаций для распространения форм отчетности и графика предоставления данных от товаропроводящей сети
	Выбирать каналы коммуникаций для распространения перечня стандартов товаропроводящей сети
	Проводить консультации по соблюдению стандартов организации
	Собирать информацию по соблюдению требований стандартов организации
	Контролировать выполнение требований стандартов организации в товаропроводящей сети
	Разрабатывать отчет по соблюдению стандартов организации в товаропроводящей сети
	Применять методики и техники ведения переговоров
	Владеть профессиональной терминологией на иностранном языке
	Нести ответственность за достоверность предоставляемой информации
	Предвидеть и разрешать конфликтные ситуации
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации в сфере работы с конфиденциальной информацией
	Стандарты организации
	Организационная структура организации
	Основы информационных технологий
	Методы управления временем
	Методика работы с негативными реакциями
	Методика проведения презентаций
	План коммуникаций по направлениям деятельности

	Техника проведения переговоров
	Принципы корпоративной культуры
	Конкуренты в сегменте рынка
	Модельный ряд выпускаемой продукции
	Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации)
	Этика делового общения
	Основы межличностных отношений
Другие характеристики	—

3.1.6. Трудовая функция

Наименование	Работы по использованию каналов коммуникаций для реализации программы продвижения продукта организации	Код	A/06.4	Уровень (подуровень) квалификации	4

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

Трудовые действия	Анализ эффективности программ продвижения продукта на рынок
	Разработка предложений по совершенствованию реализации программ продвижения продукта
Необходимые умения	Выполнять требования по обеспечению сохранности и конфиденциальности информации
	Определять продукт организации для продвижения
	Согласовывать цели программы продвижения продукта
	Определять инструменты продвижения продукта
	Разрабатывать техническое задание на проведение рекламной деятельности по продвижению продукта
	Использовать каналы коммуникаций для реализации программы продвижения продукта
	Собирать информацию для анализа эффективности программы продвижения продукта
	Разрабатывать сводный отчет по результатам реализации программы продвижения продукта
	Работать с подразделениями организации
	Оформлять отчет в соответствии со стандартами организации
	Проводить презентации
	Владеть иностранным языком (английский, немецкий, французский по выбору организации)
	Аргументированно и лаконично излагать мысли и факты в устной и письменной речи
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией
	Нормативная законодательная база в области маркетинговой и рекламной деятельности
	Стандарты организации
	Приказы, положения, инструкции, нормативная документация

	организации
	Организационная структура организации
	Основы маркетинга и делопроизводства
	Основы информационных технологий
	Статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных
	Методы целеполагания
	Методы сегментирования рынка
	Методика позиционирования продукции организации на рынке
	Модельный ряд выпускаемой продукции
	Конкуренты в сегменте рынка
	Передовой российский и зарубежный опыт в области автомобилестроения
	Специализированные программные продукты
	Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации)
	Основы межличностных отношений
Другие характеристики	—

3.1.7. Трудовая функция

Наименование	Подготовка информации для обеспечения рекламной деятельности	Код	A/07.4	Уровень (подуровень) квалификации	4

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

Трудовые действия	Анализ эффективности различных методов и форм рекламной деятельности
	Разработка предложений по определению основных направлений проведения рекламной деятельности организации
Необходимые умения	Выполнять требования по обеспечению сохранности и конфиденциальности информации
	Определять факторы, влияющие на эффективность рекламной деятельности, в том числе в разрезе субъектов Российской Федерации (рейтинги СМИ, прейскуранты, характеристики целевой аудитории, медиапредпочтения целевой аудитории)
	Находить данные из различных источников и выполнять их верификацию
	Использовать внутренние информационные ресурсы
	Применять статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных
	Анализировать эффективность каналов сбора данных, каналов коммуникаций
	Определять конкурентное окружение продукта на рынке
	Собирать и анализировать информацию о рекламной активности конкурентов
	Анализировать тенденции развития рынка и технологий в области рекламы

	Применять в рекламной деятельности маркетинговые отчеты об изменениях в социально-экономической ситуации
	Работать с подразделениями и сторонними организациями
	Регулярно актуализировать базу данных
	Владеть профессиональной терминологией
	Владеть иностранным языком (английским, немецким, французским по выбору организации)
	Использовать прикладные программные продукты
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией
	Законодательство Российской Федерации в области рекламной деятельности
	Стандарты организации
	Приказы, положения, инструкции, нормативная документация организации
	Организационная структура организации
	Основы рекламной деятельности
	Основы медиапланирования
	Основы информационных технологий
	Основы делопроизводства
	Методика анализа эффективности рекламной деятельности
	Методика проведения презентаций
	Методы повышения эффективности рекламы
	Модельный ряд выпускаемой организацией продукции
	Конкуренты в сегменте рынка
	Передовой российский и зарубежный опыт в области рекламы
	Специализированные программные продукты
	Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации)
	Основы межличностных отношений
Другие характеристики	—

3.1.8. Трудовая функция

Наименование	Рекламная деятельность в рамках реализации программы продвижения продукта организации	Код	A/08.4	Уровень (подуровень) квалификации	4

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

Трудовые действия	Оценка эффективности рекламной деятельности организации
	Разработка предложений, направленных на совершенствование рекламной деятельности организации
Необходимые умения	Выполнять задания по разработке концепции рекламной деятельности
	Осуществлять рекламную деятельность в соответствии с требованиями технического задания

	Согласовывать цели и задачи выполнения составной части рекламной деятельности в соответствии с целями технического задания
	Составлять индивидуальный план выполнения задач в рамках концепции рекламной деятельности
	Анализировать факторы, влияющие на эффективность рекламной деятельности
	Оперативно корректировать план деятельности в соответствии с изменяющимися условиями
	Собирать и обрабатывать данные для оценки эффективности рекламной деятельности
	Работать с подразделениями и сторонними организациями
	Использовать прикладные программные продукты
	Использовать в работе результаты маркетинговых исследований
	Контролировать соблюдение требований стандартов организации
	Соблюдать принципы принятия решений в рамках рекламной деятельности исключительно в интересах организации
	Вести документацию в соответствии со стандартами организации
	Владеть иностранным языком (английским, немецким, французским по выбору организации)
	Нести ответственность за достоверность предоставляемой информации
Необходимые знания	Нормативная законодательная база в области маркетинговой и рекламной деятельности
	Стандарты организации
	Приказы, положения, инструкции, нормативная документация организации
	Организационная структура организации
	Основы рекламной деятельности
	Основы информационных технологий
	Основы медиапланирования
	Основы делопроизводства
	Методика анализа эффективности рекламной деятельности
	Методы повышения эффективности рекламной деятельности
	Методы целеполагания
	Методика проведения презентаций
	Модельный ряд выпускаемой продукции
	Принципы корпоративной культуры
	Конкуренты в сегменте рынка
	Специализированные программные продукты
	Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации)
	Основы межличностных отношений
Другие характеристики	—

3.1.9. Трудовая функция

Наименование	Участие в разработке и реализации медиаплана и плана выставочных мероприятий	Код	A/09.4	Уровень (подуровень) квалификации	4

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

Трудовые действия	Анализ данных по продукту организации для разработки программ продвижения
	Планирование и корректировка плана деятельности в соответствии с изменяющимися условиями выставочных мероприятий
Необходимые умения	Определять продукт организации для продвижения
	Участвовать в определении перечня выставочных образцов
	Согласовывать цели программы продвижения продукта
	Разрабатывать техническое задание на реализацию медиаплана и плана выставочных мероприятий
	Использовать каналы коммуникаций для реализации программы продвижения продукта
	Контролировать реализацию технического задания подрядчиком
	Использовать информацию по результатам анализа эффективности программы продвижения продукта при планировании выставочной деятельности
	Выполнять задания по разработке медиаплана с учетом факторов, влияющих на эффективность рекламной деятельности
	Выполнять задания по разработке плана выставочных мероприятий с учетом факторов, влияющих на эффективность рекламной деятельности
	Оперативно корректировать план деятельности в соответствии с изменяющимися условиями
	Выполнять задания по подготовке сводного отчета по результатам реализации медиаплана и плана выставочных мероприятий
	Выполнять задания по организации и проведению выставочных мероприятий
	Контролировать соблюдение требований стандартов организации
	Соблюдать принципы принятия решений исключительно в интересах организации
	Работать с подразделениями и сторонними организациями
	Владеть иностранным языком (английским, немецким, французским по выбору организации)
Необходимые знания	Нормативные правовые акты в области маркетинговой и рекламной деятельности
	Стандарты организации
	Приказы, положения, инструкции,нормативная документация организации
	Организационная структура организации

	Основы рекламной деятельности
	Основы информационных технологий
	Основы медиапланирования
	Основы делопроизводства
	Методика анализа эффективности рекламной деятельности
	Методика проведения презентаций
	Методика организации выставочных мероприятий
	Методы повышения эффективности рекламной деятельности
	Методы целеполагания
	Модельный ряд выпускаемой продукции
	Принципы корпоративной культуры
	Конкуренты в сегменте рынка
	Специализированные программные продукты
	Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации)
	Основы межличностных отношений
Другие характеристики	—

3.2. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Прогнозирование спроса на существующих и потенциальных рынках сбыта и реализация программ продвижения продукта организации	Код	B	Уровень квалификации	5

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

Возможные наименования должностей	Ведущий специалист по маркетингу Ведущий специалист по рекламе Менеджер по продукту/бренду

Требования к образованию и обучению	Высшее образование – бакалавриат Профессиональные программы повышения квалификации и профессиональной переподготовки
Требования к опыту практической работы	Не менее двух лет
Особые условия допуска к работе	—

Дополнительные характеристики

Наименование классификатора	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	2413	Специалисты по коммерческой деятельности
ОКСО	08011165	Маркетолог
	03240165	Специалист по рекламе

3.2.1. Трудовая функция

Наименование	Анализ, оценка и прогноз рынка автомобилестроения	Код	B/01.5	Уровень (подуровень) квалификации	5

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

Трудовые действия	Анализ спроса на продукт организации на рынках сбыта
	Разработка предложений,способствующих росту показателей продаж
Необходимые умения	Выполнять требования по обеспечению сохранности и конфиденциальности информации
	Анализировать изменения в социально-экономической ситуации
	Анализировать влияние изменений законодательных и нормативных актов на сферу автомобилестроения
	Анализировать результаты прогноза предыдущего периода
	Анализировать факторы, влияющие на уровень продаж организации и емкость рынка
	Прогнозировать изменения факторов, влияющих на емкость рынка и продажи продукта организации
	Анализировать и прогнозировать спрос на существующих и потенциальных рынках сбыта
	Применять математические, статистические и маркетинговые методы обработки, анализа и прогнозирования данных
	Анализировать, синтезировать и интерпретировать статистические данные
	Сегментировать рынок и определять целевые сегменты рынка
	Рассчитывать и сопоставлять темпы роста показателей
	Работать с подразделениями и сторонними организациями
	Использовать внутренние информационные ресурсы
	Применять специализированные программы для анализа показателей
	Владеть профессиональной терминологией
	Владеть иностранным языком (английский, немецкий, французский по выбору организации)
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией
	Стандарты организации
	Приказы, положения, инструкции, нормативная документация организации
	Организационная структура организации
	Основы математической статистики и финансово-экономического анализа
	Основы макро- и микроэкономики
	Основы стратегического маркетинга
	Модельный ряд выпускаемой продукции
	Методы стратегического анализа
	Методы расчета емкости рынка

	Методы ценового анализа
	Методы сегментирования рынка
	Методы анализа конкурентоспособности
	Методика позиционирования продукта организации на рынке
	Экономическая география
	Статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных
	Передовой российский и зарубежный опыт в области автомобилестроения
	Специализированные программные продукты
	Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации)
	Основы межличностных отношений
Другие характеристики	—

3.2.2. Трудовая функция

Наименование	Разработка плана и проведение маркетингового исследования	Код	B/02.5	Уровень (подуровень) квалификации	5

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

Трудовые действия	Анализ результатов предыдущих маркетинговых исследований
	Разработка предложений по формированию инструментария, порядку и процедурам проведения маркетинговых исследований
Необходимые умения	Выполнять требования по обеспечению сохранности и конфиденциальности информации
	Согласовывать цели и определять задачи, целевую аудиторию, методы маркетингового исследования и репрезентативную выборку
	Разрабатывать план-график, порядок и процедуры проведения маркетингового исследования
	Разрабатывать инструментарий для проведения маркетингового исследования
	Определять ресурсы для проведения маркетингового исследования
	Организовывать проведение маркетингового исследования
	Применять статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных
	Обрабатывать результаты маркетингового исследования, применяя специализированное программное обеспечение
	Анализировать, синтезировать и интерпретировать статистические данные
	Применять в работе информацию по техническим характеристикам и конструктивным особенностям продукта организации и конкурентов
	Сегментировать рынок и определять целевые сегменты рынка
	Выявлять конкурентные преимущества продукта организации
	Анализировать результаты оценки степени удовлетворенности клиента

	Владеть иностранным языком (английским, немецким, французским по выбору организации)
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией
	Стандарты организации
	Приказы, положения, инструкции, нормативная документация организации
	Организационная структура организации
	Основы математической статистики и финансово-экономического анализа
	Основы микроэкономики
	Основы стратегического маркетинга
	Модельный ряд выпускаемой продукции
	Методы расчета емкости рынка
	Методы ценового анализа
	Методы сегментирования рынка
	Методика позиционирования продукции организации на рынке
	Экономическая география
	Статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных
	Методы анализа конкурентоспособности и стратегического анализа
	Специализированные программные продукты
	Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации)
	Основы межличностных отношений
Другие характеристики	—

3.2.3.Трудовая функция

Наименование	Анализ конкурентоспособности продукта организации	Код	B/03.5	Уровень (подуровень) квалификации	5

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

Трудовые действия	Анализ данных по техническим характеристикам и конструктивным особенностям продукта организации и конкурентов
	Разработка предложений по оптимизации методов комплексного анализа конкурентоспособности продукта
Необходимые умения	Выполнять требования по обеспечению сохранности и конфиденциальности информации
	Анализировать спрос на существующих и потенциальных рынках сбыта
	Применять в работе информацию по техническим характеристикам и конструктивным особенностям продукта организации и конкурентов
	Определять модели-аналоги конкурентов
	Применять методы ценового анализа

	Проводить сравнительный анализ технических характеристик и конструктивных особенностей продукта организации и конкурентов
	Анализировать направления конструкторских разработок лидеров автомобилестроения
	Применять методы комплексного анализа конкурентоспособности
	Выявлять конкурентные преимущества продукта организации
	Анализировать информацию о ценах на модели-аналоги конкурентов
	Разрабатывать структуру анализа конкурентоспособности продуктового портфеля
	Проводить сравнительный анализ предложений организации с предложениями других участников рынка
	Проводить анализ динамики и структуры цены
	Разрабатывать предложения по изменению прейскуранта
	Оценивать перспективы выхода и реализации продукта на внешнем рынке
	Разрабатывать предложения по результатам анализа конкурентоспособности продуктового портфеля
	Владеть иностранным языком (английским, немецким, французским по выбору организации)
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией
	Стандарты организации
	Приказы, положения, инструкции,нормативная документация организации
	Организационная структура организации
	Основы математической статистики и финансово-экономического анализа
	Основы макро- и микроэкономики
	Основы стратегического маркетинга
	Основы устройства конструкции транспортного средства
	Модельный ряд выпускаемой продукции
	Методы расчета емкости рынка
	Методы ценового анализа
	Методы сегментирования рынка
	Методика позиционирования продукта организации на рынке
	Методы анализа конкурентоспособности и стратегического анализа
	Экономическая география
	Статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных
	Передовой российский и зарубежный опыт в области автомобилестроения
	Конкуренты в сегменте рынка
	Специализированные программные продукты
	Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации)
Другие характеристики	—

3.2.4. Трудовая функция

Наименование	Разработка маркетингового технического задания на создание продукта и/или внесение изменений	Код	B/04.5	Уровень (подуровень) квалификации	5

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

Трудовые действия	Анализ данных по конкурентным преимуществам продуктов организации и конкурентов
	Прогноз продаж нового продукта с учетом ключевых технических и потребительских параметров
Необходимые умения	Анализировать тенденции развития продуктовых сегментов, потребительских предпочтений
	Анализировать направления конструкторских разработок лидеров автомобилестроения
	Определять модели-аналоги продукта конкурентов
	Выявлять конкурентные преимущества продукта организации и конкурентов
	Применять методы комплексного анализа конкурентоспособности продукта организации
	Определять емкость целевых сегментов
	Определять позиционирование продукта и ключевые технические и потребительские параметры
	Строить прогноз продаж нового продукта
	Определять цену продукта организации
	Применять в работе информацию по техническим характеристикам и конструктивным особенностям продукта организации и конкурентов
	Разрабатывать предложения по выводу на рынок нового продукта организации в соответствии с требованиями рынка
	Разрабатывать предложения по внесению изменений в продукт организации
	Обеспечивать соответствие маркетингового задания на разработку нового продукта тенденциям развития экологических норм и стандартов
	Соблюдать принципы принятия решений исключительно в интересах организации
Необходимые знания	Стандарты организации
	Приказы, положения, инструкции,нормативная документация организации
	Организационная структура организации
	Основы финансово-экономического анализа
	Модельный ряд выпускаемой продукции
	Методы расчета емкости рынка
	Методы ценового анализа

	Методы сегментирования рынка
	Методика позиционирования продукта
	Методы анализа конкурентоспособности продукта и стратегического анализа
	Методы целеполагания
	Специализированные программные продукты
	Основы межличностных отношений
Другие характеристики	—

3.2.5. Трудовая функция

Наименование	Реализация программы продвижения продукта организации	Код	B/05.5	Уровень (подуровень) квалификации	5

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

Трудовые действия	Анализ выбора каналов коммуникаций и эффективности программы продвижения продукта
	Разработка предложений по повышению эффективности программы продвижения продукта
Необходимые умения	Выполнять требования по обеспечению сохранности и конфиденциальности информации
	Определять цели программы продвижения продукта организации
	Разрабатывать техническое задание на проведение рекламной деятельности по продвижению продукта
	Организовывать проведение тендера на выполнение работ по реализации программы продвижения продукта
	Разрабатывать программу продвижения продукта
	Выбирать каналы коммуникаций для реализации программы продвижения продукта
	Взаимодействовать по каналам коммуникаций для реализации программы продвижения продукта
	Анализировать эффективность программы продвижения продукта
	Разрабатывать сводный отчет по результатам реализации программы продвижения продукта
	Работать с подразделениями организации
	Оформлять отчет в соответствии со стандартами организации
	Проводить презентации
	Владеть иностранным языком (английским, немецким, французским по выбору организации)
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией
	Нормативная законодательная база в области маркетинговой и рекламной деятельности
	Стандарты организации
	Приказы, положения, инструкции, нормативная документация организации
	Организационная структура организации

	Основы маркетинга
	Основы рекламной деятельности
	Методы целеполагания
	Методика разработки комплекса маркетинга
	Методика проведения презентаций
	Техники продаж
	Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации)
Другие характеристики	—

3.2.6. Трудовая функция

Наименование	Подготовка отчета об анализе маркетинговой деятельности	Код	B/06.5	Уровень (подуровень) квалификации	5

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

Трудовые действия	Анализ результативности использования данных с учетом синтеза и интерпретации статистических данных в маркетинговой деятельности
	Разработка по результатам анализа маркетинговой деятельности предложений для подготовки отчета
Необходимые умения	Определять цель подготовки отчета
	Разрабатывать план подготовки отчета
	Анализировать статистические данные с использованием методов многомерного анализа
	Анализировать, синтезировать и интерпретировать статистические данные
	Определять взаимосвязь между прямыми и косвенными показателями бизнеса
	Разрабатывать рекомендации с учетом выводов
	Применять специализированное программное обеспечение
	Работать с подразделениями организации
	Оформлять отчет в соответствии со стандартами организации
	Проводить презентации
	Аргументированно и лаконично излагать мысли и факты в устной и письменной речи
Необходимые знания	Стандарты организации
	Основы информационных технологий
	Приказы, положения, инструкции,нормативная документация организации
	Организационная структура организации
	Основы математической статистики
	Основы маркетинга
	Основы делопроизводства
	Статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных

	Специализированные программные продукты
	Методика проведения презентаций
	Основы межличностных отношений
Другие характеристики	—

3.2.7. Трудовая функция

Наименование	Взаимодействие с субъектами товаропроводящей сети	Код	B/07.5	Уровень (подуровень) квалификации	5

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

Трудовые действия	Обеспечение контроля деятельности товаропроводящей сети
	Контроль выполнения требований стандартов организации
Необходимые умения	Разрабатывать стандарты организации для осуществления деятельности товаропроводящей сети
	Разрабатывать план работы по взаимодействию с субъектами товаропроводящей сети
	Организовывать работу в соответствии с планом и графиком предоставления данных от товаропроводящей сети
	Консультировать по соблюдению стандартов организации
	Анализировать информацию, связанную с соблюдением требований стандартов организации
	Контролировать выполнение требований стандартов организации в товаропроводящей сети
	Разрабатывать сводный отчет по соблюдению стандартов организации товаропроводящей сетью
	Применять методики и техники ведения переговоров
	Владеть иностранным языком (английским, немецким, французским по выбору организации)
	Нести ответственность за достоверность предоставляемой информации
	Нести ответственность за соблюдение конфиденциальности информации
	Разрешать конфликтные ситуации
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией
	Организационная структура организации
	Основы риторики
	Основы конфликтологии и межличностных отношений
	Основы делопроизводства
	Этика делового общения
	Методы управления временем
	Методика позиционирования продукции организации на рынке
	Методика проведения презентаций
	План коммуникаций по направлениям деятельностям

	Техника проведения переговоров
	Принципы корпоративной культуры
	Конкуренты в сегменте рынка
	Модельный ряд выпускаемой продукции
	Специализированные программные продукты
	Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации)
Другие характеристики	—

3.2.8.Трудовая функция

Наименование	Разработка плана рекламной кампании	Код	B/08.5	Уровень (подуровень) квалификации	5

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

Трудовые действия	Анализ эффективности каналов коммуникаций для реализации рекламной деятельности организации
	Анализ и применение данных статистических и маркетинговых исследований при формировании плана рекламной кампании
Необходимые умения	Анализировать факторы, влияющие на эффективность рекламной деятельности, в том числе в разрезе субъектов Российской Федерации (рейтинги СМИ, прейскуранты, характеристики целевой аудитории, медиапредпочтения целевой аудитории)
	Применять статистические и маркетинговые методы обработки, анализа и прогнозирования данных
	Анализировать эффективность каналов коммуникаций
	Анализировать рекламную деятельность конкурентного окружения
	Анализировать тенденции развития рынка и технологий в области рекламы
	Согласовывать цели и задачи рекламной кампании
	Разрабатывать план рекламной кампании
	Использовать методы медиапланирования
	Разрабатывать план выставочных мероприятий
	Разрабатывать план изготовления рекламно-сувенирной продукции
	Разрабатывать концепцию проведения рекламной кампании
	Владеть иностранным языком (английским, немецким, французским по выбору организации)
	Соблюдать принципы принятия решений исключительно в интересах организации
	Соблюдать конфиденциальность информации
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией
	Стандарты организации
	Приказы, положения, инструкции,нормативная документация организации
	Организационная структура организации

	Основы рекламной деятельности
	Основы медиапланирования
	Методика анализа эффективности рекламной деятельности
	Методы повышения эффективности рекламной деятельности
	Методы управления временем
	Методика проведения презентаций
	Модельный ряд выпускаемой продукции
	Конкуренты в сегменте рынка
	Специализированные программные продукты
	Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации)
	Основы межличностных отношений
Другие характеристики	—

3.2.9.Трудовая функция

Наименование	Организация рекламной кампании	Код	B/09.5	Уровень (подуровень) квалификации	5

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

Трудовые действия	Определение целей и плана рекламной кампании
	Контроль и своевременная корректировка плана рекламной кампании в соответствии с изменяющимися условиями
Необходимые умения	Обеспечивать соответствие деятельности по направлениям требованиям законодательных нормативных актов
	Организовывать выполнение плана рекламной кампании
	Обеспечивать соответствие рекламной продукции стандартам организации и целям рекламной кампании
	Работать с подразделениями и сторонними организациями
	Организовывать проведение тендера на выполнение работ по реализации рекламной кампании
	Участвовать в принятии решения по результатам проведенного тендера
	Организовывать и контролировать процесс документооборота в рамках реализации рекламной кампании
	Контролировать освоение бюджетных средств на рекламную деятельность
	Контролировать выполнение плана рекламной кампании
	Оперативно корректировать план деятельности в соответствии с изменяющимися условиями
	Анализировать и оценивать эффективность рекламной кампании
	Владеть иностранным языком (английским, немецким, французским по выбору организации)
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации в области осуществления закупочной деятельности
	Законодательство Российской Федерациив области рекламной

	деятельности
	Законодательство Российской Федерациив области работы с конфиденциальной информацией
	Стандарты организации
	Приказы, положения, инструкции, нормативная документация организации
	Организационная структура организации
	Основы рекламной деятельности
	Основы медиапланирования
	Методика анализа эффективности рекламной деятельности
	Методы повышения эффективности рекламной деятельности
	Методика проведения презентаций
	Методы управления временем
	Модельный ряд выпускаемой продукции
	Конкуренты в сегменте рынка
	Специализированные программные продукты
	Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский)
	Основы межличностных отношений
Другие характеристики	—

3.3. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Код	Уровень квалификации
Подготовка предложений для разработки стратегии развития организации, планирование маркетинговой и рекламной деятельности	C	6

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

Возможные наименования должностей	Начальник отдела по маркетингу Начальник отдела по рекламе Начальник бюро по маркетингу Начальник бюро по рекламе

Требования к образованию и обучению	Высшее образование – специалитет, магистратура Профессиональные программы повышения квалификации и профессиональной переподготовки
Требования к опыту практической работы	Не менее трех лет
Особые условия допуска к работе	—

Дополнительные характеристики

Наименование классификатора	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	1233	Руководители подразделений (служб) по маркетингу и сбыту продукции
	1234	Руководители рекламно-информационных подразделений (служб)
ОКСО	08011165	Маркетолог
	03240165	Специалист по рекламе

3.3.1. Трудовая функция

Наименование	Разработка плана развития по направлению деятельностии бизнес-плана организации	Код	С/01.6	Уровень (подуровень) квалификации	6

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

Трудовые действия	Анализ направления стратегического развития организации и позиционирования на рынке автомобилестроения
	Разработка предложений по прогнозу развития продукта организации на внутренних и внешних рынках сбыта с учетом тенденций в автомобилестроении
Необходимые умения	Разрабатывать варианты стратегии развития с учетом политики организации в области качества
	Анализировать российский и зарубежный опыт в области автомобилестроения
	Анализировать и прогнозировать влияние внутренних и внешних факторов на деятельность организации в области маркетинга
	Использовать методы стратегического анализа
	Актуализировать стратегический план по направлению деятельности
	Анализировать тенденции развития технологий автомобилестроения
	Оценивать состояние и перспективы развития продукта
	Прогнозировать развитие продукта организации с учетом тенденций в автомобилестроении
	Прогнозировать развитие внутренних и внешних рынков сбыта продукта
	Разрабатывать предложения по корректировке стратегии и политики развития организации с учетом результатов анализа
	Разрабатывать предложения по изменению и/или модернизации продуктового портфеля
	Осуществлять долгосрочное, среднесрочное, краткосрочное планирование
	Определять емкость целевых сегментов
	Определять позиционирование продукта, ключевые технические характеристики и потребительские свойства

	Строить прогноз продаж нового продукта
	Определять цену нового продукта
	Определять объем продаж и цену в разрезе моделей/комплектаций в рамках бизнес-плана
	Разрабатывать годовой маркетинговый план
	Определять каналы сбыта нового продукта
	Определять цели, задачи, целевую аудиторию, программы продвижения нового продукта на рынок
	Проводить презентации
	Владеть иностранным языком (английским, немецким, французским по выбору организации)
	Организовывать коллегиальное обсуждение вариантов управленческих решений
Необходимые знания	Нормативная законодательная база в области маркетинговой и рекламной деятельности
	Приказы, положения, инструкции, нормативная документация организации
	Организационная структура организации
	Политика и цели организации в области качества
	Основы менеджмента
	Основы управления брендом
	Основы стратегического маркетинга
	Основы макро- и микроэкономики
	Основы финансово-экономического анализа
	Основы оценки бизнеса
	Основы управления рисками
	Управление проектами
	Управление качеством
	Методы стратегического анализа и анализа конкурентоспособности
	Методы расчета емкости рынка
	Методика бюджетирования
	Методы управления в кризисных ситуациях
	Методы планирования бизнес-процессов
	Методы ценового анализа
	Методы управления временем
	Методы целеполагания
	Методика разработки комплекса маркетинга
	Методы принятия управленческих решений
	Экономическая география
	Передовой российский и зарубежный опыт в области автомобилестроения
	Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации)
	Основы межличностных отношений
Другие характеристики	—

3.3.2. Трудовая функция

Наименование	Разработка целей, анализ ресурсных возможностей, путей и способов достижения результативности маркетинговой и рекламной деятельности	Код	C/02.6	Уровень (подуровень) квалификации	6

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

Трудовые действия	Организация анализа совокупности методов, инструментария, используемых источников данных, реализуемых процессов и процедур для осуществления маркетинговой и рекламной деятельности
	Организация работы по своевременному обеспечению участников работ регулярно обновляемой и объективной информацией о ходе реализации маркетинговой и рекламной деятельности
Необходимые умения	Осуществлять планирование с учетом требований стандартов
	Разрабатывать нормативную документацию по осуществлению планирования
	Формулировать цели, проводить анализ ресурсных возможностей, путей и способов их достижения
	Анализировать последовательность, продолжительность работ и потребности в ресурсах
	Организовывать работу по планированию распределения ресурсов
	Планировать на основе совокупности методов, инструментария, используемых источников данных, реализуемых процессов и процедур
	Планировать с учетом ограничений
	Определять и классифицировать внешние факторы, влияющие на выполнение плана
	Формировать отчеты о статусе работ
	Формировать перечень типовых планов и графиков
	Ставить четкие, измеримые, достижимые, однозначно трактуемые цели
	Применять методы декомпозиции при разработке плана
	Формировать планы, обеспечивающие руководство и участников работ регулярной и объективной информацией о ходе их реализации
	Планировать с использованием показателей, поддающихся объективному контролю и характеризующих каждую из целей
Необходимые знания	Стандарты организации
	Нормативная документация организации
	Организационная структура организации
	Основы менеджмента
	Основы управления брендом
	Основы стратегического маркетинга
	Основы макро- и микроэкономики

	Основы управления рисками
	Управление проектами
	Управление качеством
	Методы стратегического анализа
	Методика бюджетирования
	Методы планирования бизнес-процессов
	Методика разработки комплекса маркетинга
	Методы управления временем
	Методы целеполагания
	Методы принятия управленческих решений
	Основы межличностных отношений
Другие характеристики	—

3.3.3. Трудовая функция

Наименование	Разработка стандартов, концепций, программ и методик	Код	С/03.6	Уровень (подуровень) квалификации	6

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

Трудовые действия	Разработка порядка и системы проведения мониторинга цен на продукт организации и конкурентов
	Разработка системы формирования заказа продукции в производство с учетом динамики спроса
Необходимые умения	Разрабатывать стандарты организации по направлению деятельности
	Разрабатывать стандарты, концепции, программы и методики с учетом требований системы менеджмента качества
	Разрабатывать стандарты, концепции, программы и методики с учетом требований к производственной системе качества
	Разрабатывать организационно-распорядительную документацию в области маркетинговой деятельности
	Формировать, актуализировать, реализовывать и контролировать систему бизнес-планирования
	Организовывать и разрабатывать методики и системы оценки рисков по направлению деятельности
	Разрабатывать структуру анализа эффективности маркетинговой деятельности
	Разрабатывать структуру анализа конкурентоспособности продуктового портфеля организации
	Разрабатывать порядок выявления конкурентных преимуществ продукта организации
	Разрабатывать систему проведения маркетинговых исследований
	Разрабатывать порядок мониторинга цен на продукт организации и конкурентов
	Разрабатывать методику проведения анализа динамики и структуры цены
	Формировать прейскурант

	Разрабатывать систему анализа товаропроводящей сети
	Разрабатывать структуру анализа оценки уровня удовлетворенности клиента
	Формировать систему сбора данных прямых и косвенных показателей бизнеса
	Разрабатывать систему обеспечения точности прогнозной модели
	Разрабатывать систему формирования заказа продукции в производство с учетом динамики спроса
	Разрабатывать и внедрять порядок и процедуры коммуникаций со смежными подразделениями и сторонними организациями
	Владеть профессиональной терминологией
	Владеть иностранным языком (английским, немецким, французским по выбору организации)
Необходимые знания	Нормативная законодательная база в области маркетинговой и рекламной деятельности
	Международные стандарты ИСО по качеству
	Стандарты организации
	Приказы, положения, инструкции, нормативная документация организации
	Организационная структура организации
	Политика и цели организации в области качества
	Основы менеджмента
	Основы управления брендом
	Основы стратегического маркетинга
	Основы управления рисками
	Управление проектами
	Управление качеством
	Методы управления в кризисных ситуациях
	Методы планирования бизнес-процессов
	Методы целеполагания
	Методика разработки комплекса маркетинга
	Методы принятия управленческих решений
	Передовой российский и зарубежный опыт в области автомобилестроения
	Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации)
	Профессиональная терминология
Другие характеристики	—

3.3.4. Трудовая функция

Наименование	Контроль маркетинговой и рекламной деятельности	Код	C/04.6	Уровень (подуровень) квалификации	6

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

Трудовые действия	Контроль достижения промежуточных целей маркетинговой и рекламной деятельности
	Разработка предложений по корректировке планов деятельности
Необходимые умения	Разрабатывать инструментарий для мониторинга и контроля достижения целей маркетинговой и рекламной деятельности
	Формировать отчеты о статусе работ
	Анализировать результаты достижения промежуточных целей маркетинговой и рекламной деятельности
	Определять и классифицировать факторы, влияющие на достижение целей
	Контролировать выполнение плана по обеспечению руководства и участников работ регулярной и объективной информацией
	Контролировать показатели, характеризующие каждую из целей
	Оперативно корректировать план деятельности в соответствии с достижением промежуточных результатов
	Доводить до сведения участников работ информацию о корректировке плана деятельности
	Разрешать конфликтные ситуации
	Взаимодействовать с подразделениями организации
Необходимые знания	Приказы, положения, инструкции, нормативная документация организации
	Организационная структура организации
	Основы менеджмента
	Основы оценки бизнеса
	Основы управления рисками
	Управление проектами
	Методы стратегического анализа
	Методы управления в кризисных ситуациях
	Методы планирования бизнес-процессов
	Методы управления временем
	Методы целеполагания
	Методы принятия управленческих решений
	Основы конфликтологии и межличностных отношений
Другие характеристики	—

3.3.5. Трудовая функция

Наименование	Разработка предложений по формированию профессионально-квалификационной структуры персонала	Код	C/05.6	Уровень (подуровень) квалификации	6

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

Трудовые действия	Анализ соответствия совокупной компетентности персонала подразделения для достижения целей и задач подразделения в области маркетинговой и рекламной деятельности
	Мониторинг изменений требований законодательной и нормативной базы в области безопасности и экологии
Необходимые умения	Проводить анализ совокупной компетентности персонала подразделения для обеспечения реализации целей и задач
	Вести мониторинг изменения требований к потребительским свойствам продукта, изменения законодательных актов, требований международных норм в области безопасности и экологии
	Анализировать изменения требований к компетенциям и квалификации персонала в зависимости от изменений законодательных актов, требований международных норм в области безопасности, экологии, внедрения новых технологий и стоящих перед подразделением целей и задач
	Определять требования к уровню технических знаний и компетенций персонала, необходимых и достаточных для достижения целей и задач подразделения
	Определять необходимость стажировок специалистов в научно-технических учреждениях и у ведущих мировых автопроизводителей
	Создавать условия для профессионального роста персонала
	Делегировать полномочия
	Мотивировать творческую инициативу персонала
	Способствовать благоприятному психологическому климату в коллективе
Необходимые знания	Нормативная документация организации
	Стандарты организации
	Методы и средства обеспечения требований по безопасности, экологии и потребительским свойствам продукта
	Методика мотивации персонала
	Методика организации коллективного обсуждения и принятия решений
	Основы менеджмента
	Принципы корпоративной культуры
	Этика делового общения
	Основы психологии и конфликтологии
	Основы межличностных отношений
Другие характеристики	—

3.3.6. Трудовая функция

Наименование	Обеспечение взаимодействия с субъектами товаропроводящей сети	Код	C/06.6	Уровень (подуровень) квалификации	6

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

Трудовые действия	Разработка предложений по обеспечению соблюдения требований стандартов организации
	Организация работы по анализу эффективности деятельности представителей субъектов товаропроводящей сети
Необходимые умения	Разрабатывать стандарты организации для осуществления деятельности товаропроводящей сети
	Контролировать выполнение плана работы по взаимодействию с субъектами товаропроводящей сети
	Анализировать информацию, связанную с соблюдением требований стандартов организации
	Разрабатывать предложения по обеспечению соблюдения требований стандартов организации
	Обеспечивать соблюдение требований по работе с конфиденциальной информацией
	Решать проблемы, вызванные несоблюдением требований стандартов организации
	Разрабатывать план проведения встреч с представителями субъектов товаропроводящей сети
	Консультировать субъектов товаропроводящей сети по стратегическому развитию организации
	Анализировать эффективность проведения встреч с представителями субъектов товаропроводящей сети
	Проводить презентации
	Владеть иностранным языком (английским, немецким, французским по выбору организации)
	Предвидеть и разрешать конфликтные ситуации
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией
	Стандарты организации
	Организационная структура организации
	Методика работы с негативными реакциями
	План коммуникаций по направлениям деятельности
	Принципы корпоративной культуры
	Техника проведения переговоров
	Методика проведения презентаций
	Профессиональная терминология на иностранном языке
	Этика делового общения
	Основы психологии и конфликтологии
	Основы межличностных отношений
Другие характеристики	—

3.4. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Обеспечение процессного управления маркетинговой и рекламной деятельности организации	Код	D	Уровень квалификации	7

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

Возможные наименования должностей	Директор по маркетингу и рекламе Заместитель директора по маркетингу Заместитель директора по рекламе

Требования к образованию и обучению	Высшее образование – специалитет, магистратура Профессиональные программы повышения квалификации и профессиональной переподготовки
Требования к опыту практической работы	Не менее пяти лет
Особые условия допуска к работе	—

Дополнительные характеристики

Наименование классификатора	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	1233	Руководители подразделений (служб) по маркетингу и сбыту продукции
	1234	Руководители рекламно-информационных подразделений (служб)
ОКСО	08011165	Маркетолог
	03240165	Специалист по рекламе

3.4.1. Трудовая функция

Наименование	Обеспечение стратегического развития организации	Код	D/01.7	Уровень (подуровень) квалификации	7

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

Трудовые действия	Организация разработки мероприятий по предупреждению и минимизации рисков при достижении целей и задач в области маркетинговой и рекламной деятельности

	Организация разработки продуктовой, ценовой и сервисно-сбытовой политики организации
	Контроль достижения целей по направлению деятельности
Необходимые умения	Организовывать разработку стратегического плана развития организации по направлению деятельности
	Организовывать разработку нормативной документации по направлению деятельности
	Принимать решения, основываясь на неполной или противоречивой информации
	Декомпозировать цели и задачи по направлениям деятельности и определять исполнителей
	Делегировать полномочия
	Осуществлять оценку рисков и организовывать разработку мероприятий по их предупреждению и минимизации
	Разрабатывать продуктовую и ценовую политику организации
	Разрабатывать сервисно-сбытовую политику организации
	Учитывать и прогнозировать влияние различных факторов на развитие бизнеса
	Планировать использование ресурсов в нестандартных ситуациях
	Организовывать разработку бюджета по направлению деятельности
	Разрабатывать стратегию развития бренда/продукта
	Организовывать деятельность по направлению с учетом требований системы менеджмента качества
	Организовывать разработку и внедрение порядка и процедур осуществления коммуникаций со смежными подразделениями и сторонними организациями
	Вести переговоры, организовывать совещания, представляя интересы и поддерживая имидж организации
	Принимать решения исключительно в интересах организации
	Контролировать деятельность по достижению целей по направлениям деятельности
	Контролировать эффективность освоения бюджета по направлениям деятельности
	Ставить четкие, измеримые, достижимые, понятные цели
	Владеть профессиональной терминологией на иностранном языке
Необходимые знания	Трудовое законодательство Российской Федерации
	Нормативная документация, приказы, положения, инструкции организации
	Политика и цели организации в области качества
	Организационная структура организации
	Управление проектами
	Основы менеджмента
	Основы управления рисками
	Основы экономики программ/проектов
	Основы стратегического маркетинга
	Основы инвестиционного проектирования
	Методы стратегического анализа
	Методы управления временем
	Методика бюджетирования
	Методы планирования бизнес-процессов

	Методика разработки комплекса маркетинга
	Методы целеполагания
	Методы контура управления
	Методы принятия управленческих решений
	План коммуникаций по направлениям деятельности
	Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации)
	Этика делового общения
	Основы психологии и конфликтологии
	Основы межличностных отношений
Другие характеристики	—

3.4.2. Трудовая функция

Наименование	Управление бизнес-процессами организации	Код	D/02.7	Уровень (подуровень) квалификации	7

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

Трудовые действия	Анализ результатов бизнес-процессов организации
	Организация работы по оптимизации бизнес-процессов организации
Необходимые умения	Организовывать и разрабатывать модели бизнес-процессов организации
	Разрабатывать принципы моделирования бизнес-процессов
	Анализировать и выбирать показатели процессов, требующих улучшения
	Совершенствовать бизнес-процессы
Необходимые знания	Методы и средства управления бизнес-процессами
	Процессный подход к управлению организацией
	Система ключевых показателей результативности процессов
	Теория моделирования и улучшения бизнес-процессов
	Теория управления бизнес-процессами
	Менеджмент организации
	Управление проектами
Другие характеристики	—

3.4.3. Трудовая функция

Наименование	Формирование профессионально-квалификационной структуры персонала	Код	D/03.7	Уровень (подуровень) квалификации	7

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

Трудовые действия	Прогнозирование изменений требований к компетенциям и квалификации персонала в соответствии с изменениями требований к безопасности и экологии
	Прогнозирование изменений требований к компетенциям и квалификации персонала в соответствии с изменениями при внедрении новой техники и новых технологий
Необходимые умения	Организовывать процесс анализа и прогноза изменений требований к компетенциям и квалификации персонала в зависимости от изменений законодательных актов Российской Федерации, требований международных норм в области безопасности, экологии, внедрения новых технологий и стоящих перед подразделением целей и задач
	Организовывать процесс формирования требований к уровню технических знаний и компетенций персонала, необходимых и достаточных для достижения целей и задач подразделения
	Обеспечивать прохождение стажировок специалистов в научно-технических учреждениях и у ведущих мировых автопроизводителей
	Обеспечивать условия для профессионального роста персонала
	Делегировать полномочия
	Мотивировать творческую инициативу персонала
	Создавать благоприятный психологический климат в коллективе
Необходимые знания	Нормативная документация и стандарты организации
	Методы и средства для обеспечения требований по безопасности, экологии и потребительским свойствам
	Основы менеджмента
	Методика организации коллективного обсуждения и принятия решений
	Методика мотивации персонала
	Принципы корпоративной культуры
	Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации)
	Этика делового общения
	Основы психологии и конфликтологии
Другие характеристики	—

IV. Сведения об организациях – разработчиках профессионального стандарта

4.1. Ответственная организация-разработчик

НП «Объединение автопроизводителей России»	
Исполнительный директор	Коровкин Игорь Алексеевич

4.2. Наименования организаций-разработчиков

2.	ОАО «АВТОВАЗ», Самарская область, город Тольятти
4.	ОАО «КАМАЗ», Республика Татарстан, город Набережные Челны
5.	ОАО «СОЛЛЕРС», город Москва
3.	ООО «УК «Группа ГАЗ», город Нижний Новгород
6.	ООО «ФОЛЬКСВАГЕН Груп Рус», город Калуга
1.	Центр развития профессиональных квалификаций ФГАОУ ВПО «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», город Москва

[1]Общероссийский классификатор занятий.

[2]Общероссийский классификатор видов экономической деятельности.

[3]Общероссийский классификатор специальностей по образованию.

gost.e-ecolog.ru