

Профессиональный стандарт: «Деятельность по распространению кинофильмов, видео и телевизионных программ»

## Глава 1. Общие положения

1. Область применения профессионального стандарта:
2. В настоящем профессиональном стандарте применяются следующие термины и определения:
  - 1) Бренд – это название, термин, дизайн, символ или любая другая характеристика, которая идентифицирует продукт или услугу одного производителя в отличие от продуктов или услуг других производителей
  - 2) Конъюнктура рынка – экономическая ситуация, складывающаяся на рынке и характеризующаяся уровнями спроса и предложения, рыночной активностью, ценами, объёмами продаж, движением процентных ставок, валютного курса, заработной платы, дивидендов, а также динамикой производства и потребления
  - 3) Средство массовой информации (СМИ) – периодическое печатное издание, теле-, радиоканал, кинодокументалистика, аудиовизуальная запись и иная форма периодического или непрерывного публичного распространения массовой информации, включая интернет-ресурсы
  - 4) PR (Public Relations, пиар) – технологии создания и внедрения при общественно-экономических и политических системах конкуренции образа объекта (идеи, товара, услуги, персоналии, организации – фирмы, бренда) в ценностный ряд социальной группы, с целью закрепления этого образа как идеального и необходимого в жизни
  - 5) PR-стратегия – структурированные действия, направленные на продвижение проекта/ продукта/ компании на рынке посредством работы с целевой аудиторией; то есть план использования информации для управления общественным мнением
  - 6) SMM (Social Media Marketing, маркетинг в социальных медиа) – это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний или бренда и решения других бизнес-задач
3. В настоящем профессиональном стандарте применяются следующие сокращения:
  - 1) –

## Глава 2. Паспорт профессионального стандарта

4. Название профессионального стандарта: Деятельность по распространению кинофильмов, видео и телевизионных программ
5. Код профессионального стандарта: J59130001
6. Указание секции, раздела, группы, класса и подкласса согласно ОКЭД:
  - J Информация и связь
  - 59 Производство кино-, видеофильмов и телевизионных программ, деятельность в сфере звукозаписи и издания музыкальных произведений
  - 59.1 Деятельность по производству кино-, видеофильмов и телевизионных программ
  - 59.13 Деятельность по распространению кино-, видеофильмов и телевизионных программ
  - 59.13.0 Деятельность по распространению кино-, видеофильмов и телевизионных программ
7. Краткое описание профессионального стандарта: Деятельность по распространению кинофильмов, видео и телевизионных программ охватывает распространение и продвижение фильмов, видео и телевизионных программ в СМИ.
8. Перечень карточек профессий:
  - 2) Корректор - 5 уровень ОРК
  - 3) Консультант по работе с мультимедийными изданиями - 6 уровень ОРК
  - 4) Редактор программ - 8 уровень ОРК

## Глава 3. Карточки профессий

10. Карточка профессии «Корректор»:	
Код группы:	2642-2
Код наименования занятия:	2642-2-002
Наименование профессии:	Корректор
Уровень квалификации по ОРК:	5
подуровень квалификации по ОРК:	

Уровень квалификации по ЕТКС, КС и др типовых квалификационных характеристик:	Выпуск 55. Приказ Министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстан от 4 октября 2021 года № 366 "Об утверждении Единого тарифно-квалификационного справочника работ и профессий рабочих (выпуск 55)". Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 8 октября 2021 года № 24663. Корректор			
Уровень профессионального образования:	Уровень образования: последнее образование (прикладной бакалавриат)	Специальность: -	Квалификация: -	
Требования к опыту работы:				
Связь с неформальным и информальным образованием:				
Другие возможные наименования профессии:				
Основная цель деятельности:	Обеспечение графического и лексического единообразия различных элементов текста, устранение орфографических и пунктуационных ошибок, соблюдения технических правил набора, а также исправления недостатков смыслового и стилистического характера			
Описание трудовых функций				
Перечень трудовых функций:	Обязательные трудовые функции:	1. Вычитка и правка текстов перед их публикацией, проверка их структур и содержания, оформление и сдача откорректированного материала		
	Дополнительные трудовые функции:			
Трудовая функция 1: Вычитка и правка текстов перед их публикацией, проверка их структур и содержания, оформление и сдача откорректированного материала	Навык 1: Подготовка текстов перед публикацией	Умения:	1. Осуществлять правку материала после редактуры. 2. Обеспечение соответствия текста нормам языка (устранение лексических, словообразовательных, грамматических ошибок, корректировка орфографии и пунктуации). 3. Обеспечение соответствия набранного текста оригиналу или предыдущей корректуре с учетом правок.	
		Знания:	1. Закон Республики Казахстан «О средствах массовой информации». 2. Закон Республики Казахстан «Об авторском праве и смежных правах». 3. Правила корректуры и стандартные корректурные знаки.	
		Возможность признания навыка:	-	
	Навык 2: Согласование и сдача откорректированного материала	Умения:	1. Обеспечение соблюдения графика производства, сроков подготовки материала-текстов. 2. Придерживается организационных политик и процедур.	
		Знания:	1. Закон Республики Казахстан «О средствах массовой информации». 2. Нормативные документы, определяющие требования к уровню сетевых и телерадиовещательных СМИ. 3. Закон Республики Казахстан «Об авторском праве и смежных правах». 4. Нормы письменной и устной речи. 5. Нормы культуры речи	
		Возможность признания навыка:	-	

Требования к личностным компетенциям:	Исполнительность Саморазвитие Внимательность Усидчивость Трудолюбие		
Список технических регламентов и национальных стандартов:			
Связь с другими профессиями в рамках ОРК:	Уровень ОРК:	Наименование профессии:	
	6	Корреспондент	
11. Карточка профессии «Консультант по работе с мультимедийными изданиями»:			
Код группы:	2431-2		
Код наименования занятия:	2431-2-001		
Наименование профессии:	Консультант по работе с мультимедийными изданиями		
Уровень квалификации по ОРК:	6		
подуровень квалификации по ОРК:			
Уровень квалификации по ЕТКС, КС и др типовых квалификационных характеристик:	Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и иных служащих Приказ Министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстан от 30 декабря 2020 года № 553 "Об утверждении Квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и других служащих". Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 31 декабря 2020 года № 22003. 48. Менеджер торговой марки (бренд - менеджер) 45. Менеджер по рекламе		
Уровень профессионального образования:	Уровень образования:	Специальность:	Квалификация:
	высшее образование (бакалавриат, специалитет, ординатура)	-	-
Требования к опыту работы:			
Связь с неформальным и информальным образованием:			
Другие возможные наименования профессии:	2431-3-003 Бренд-менеджер 2431-2-004 Специалист по рекламе 2431-3-008 Персональный бренд-менеджер		
Основная цель деятельности:	Предоставление консультации компаниям и организациям по разработке PR-стратегий и рекламных планов, по вопросам управления репутацией и методов охватывающих более общий стратегический подход по продвижению компании и ее продуктов.		
Описание трудовых функций			
Перечень трудовых функций:	Обязательные трудовые функции:	1. Проведение исследований, анализ рынка, трендов 2. Планирование и реализация стратегии продвижения, маркетинговых программ, рекламной стратегии, рекламных кампаний для продвижения продукта или услуги 3. Обеспечение взаимодействия с деловыми партнерами, экспертами, консультантами, с другими структурными подразделениями организации 4. Планирование маркетинговых программ и продвижение бренда	
	Дополнительные трудовые функции:		
Трудовая функция 1: Проведение исследований, анализ рынка, трендов			

<p>Навык 1: Исследование и анализ рынка, определение целевых потребительских сегментов рынка</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Выявление проблем и формулирование целей исследования.</li> <li>2. Определение инструментов для проведения исследования.</li> <li>3. Анализ возможностей, распределения, тенденций и динамики рынка информационных и рекламных услуг.</li> <li>4. Применение методов сбора, средств хранения и обработки маркетинговой информации.</li> <li>5. Создание практической базы данных для принятия квалифицированных решений.</li> <li>6. Обработка информации с применением современных технических средств связи и компьютерных технологий.</li> </ol> <p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Законодательные и иные нормативные правовые акты Республики Казахстан, регламентирующие предпринимательскую, коммерческую и рекламную деятельность.</li> <li>2. Основные методы исследований различных видов (маркетинговые, социологические, медиа- и др.).</li> <li>3. Современные средства сбора и обработки информации.</li> <li>4. Конъюнктура рынка.</li> <li>5. Особенности проведения социологических исследований.</li> <li>6. Принципы системного анализа.</li> <li>7. Прикладные офисные программы для выполнения статистических расчетов.</li> </ol>
<p>Возможность признания навыка:</p>	<p>-</p>
<p>Навык 2: Проведение анализа требований потребителей к тому или иному продукту/услуге согласно результатам маркетинговых исследований</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проведение маркетинговых исследований.</li> <li>2. Обработка полученных данных с помощью методов математической статистики.</li> <li>3. Определение потребностей клиентов.</li> <li>4. Классификация клиентов и требований по заинтересованности в видах продукта.</li> <li>5. Разработка метрик качества для оценки потребительских требований.</li> <li>6. Оценка технической возможности реализации и рыночной привлекательности реализации требований клиента.</li> <li>7. Оценка и разработка ценовой политики на основе анализа конкурентной среды, емкости рынка, запросов и возможностей потребителей.</li> </ol> <p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Закономерности и особенности развития рыночной экономики.</li> <li>2. Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка продуктов и услуг.</li> <li>3. Корпоративно рыночная психология компаний – потенциальных партнеров.</li> </ol>
<p>Возможность признания навыка:</p>	<p>-</p>

Навык 3: Анализ мотиваций спроса на производимую продукцию или оказываемые услуги	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определение потребностей покупателей (пользователей).</li> <li>2. Определение направлений рекламных кампаний.</li> <li>3. Изучение рынка аналогичных продуктов и услуг (анализ спроса и потребления, их мотиваций и колебаний, деятельности конкурентов) и тенденций его развития.</li> <li>4. Анализ мотиваций спроса на различные группы продуктов и услуг, влияния рекламных кампаний на увеличение спроса.</li> </ol>
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Инструменты бренд-менеджмента.</li> <li>2. Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка продуктов и услуг.</li> <li>3. Экономический микроклимат на рынке оказываемых услуг.</li> <li>4. Порядок ценообразования, стратегий привлечения и программы лояльности партнеров (ценовые прайсы, скидки, бонусы),</li> <li>5. Основы психологий поведения.</li> <li>6. Теории мотивации покупательского поведения.</li> </ol>
Возможность признания навыка:	-
Навык 4: Изучение рынка сбыта и покупательского спроса	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определение целевой аудитории.</li> <li>2. Формирование предложений по совершенствованию политики оказываемых услуг.</li> <li>3. Формирование предложений по улучшению системы продвижения продуктов (услуг) организации.</li> <li>4. Использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков.</li> </ol>
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса.</li> <li>2. Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка продуктов и услуг.</li> <li>3. Инструменты бренд-менеджмента.</li> <li>4. Принципы логистики распределения и сбыта.</li> </ol>
Возможность признания навыка:	-
Навык 5: Выявление неудовлетворительных параметров продукта/услуги	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Организация социологических исследований.</li> <li>2. Работа со всеми подразделениями и структурами для совершенствования и обновления перечня услуг.</li> <li>3. Владение методом конкурентного анализа.</li> <li>4. Использование методов и способов проверки на соответствие параметрам продукта.</li> <li>5. Составление отчетности и доведение до руководства результатов исследований.</li> </ol>
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные методы исследований различных видов (маркетинговые, социологические, медиа- и др.).</li> <li>2. Основные методы качественных и количественных социологических исследований.</li> <li>3. Требования к качественным характеристикам продукта или оказываемой услуги.</li> <li>4. Формирование предложений по улучшению системы продвижения продукта (услуг) организации.</li> </ol>
Возможность признания навыка:	-

Трудовая функция 2: Планирование и реализация стратегии продвижения, маркетинговых программ, рекламной стратегии, рекламных кампаний для продвижения продукта или услуги	Навык 1: Участие в формировании рекламной стратегии, управление репутацией	Умения: 1. Мониторинг/оценка эффективности стратегического медиапланирования для улучшения или принятия корректирующих действий. 2. Концентрация, определение приоритетов. 3. Определение концепции продукта/услуги. 4. Определение основных инструментов и каналов продвижения. 5. Выявление проблем и анализ информации
		Знания: 1. Законодательные и иные нормативные правовые акты Республики Казахстан, регламентирующие предпринимательскую, коммерческую и рекламную деятельность. 2. Перспективные направления дальнейшего развития, инновационной и инвестиционной деятельности организации 3. Современные тенденции и зарубежный опыт в области связей с общественностью. 4. Формы и методы ведения рекламных кампаний 5. Методы проектного планирования. 6. Конъюнктура рынка. 7. Методы и технологий PR продвижения
	Возможность признания навыка:	-
	Навык 2: Разработка стратегии продвижения продукта, услуг на рынок	Умения: 1. Определение целей, задач, целевой аудитории. 2. Формирование планов проведения мероприятий. 3. Постоянное проведение мониторинга информационных источников, анализ количества и характера публичных упоминаний. 4. Организация работы в области коммуникаций, инициирование информационных поводов, организация публикаций о деятельности, проектах и лицах компании. 5. Обеспечение взаимодействия структурных подразделений организации при совместной деятельности.
	Знания: 1. Законодательные и иные нормативные правовые акты Республики Казахстан, регламентирующие предпринимательскую, коммерческую и рекламную деятельность. 2. Основы логики и теории аргументации. 3. Основы теории коммуникации. 4. Прогнозы развития информационных процессов и сферы массовых коммуникаций. 5. Передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламной кампании. 6. Методы и инструменты медиапланирования	
Возможность признания навыка:	-	
Навык 3: Осуществление, руководство, планирование и координация работ по проведению рекламных мероприятий или рекламных мероприятий	Умения: 1. Разработка плана мероприятий по продвижению продукта или услуги. 2. Определение масштабов и сроков проведения рекламных кампаний. 3. Разработка и организация PR мероприятий. 4. Контроль производства телевизионной рекламы, рекламы в мультимедийных изданиях.	

	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности риск-менеджмента.</li> <li>2. Инструменты бренд-менеджмента.</li> <li>3. Принципы стратегического и оперативного планирования.</li> <li>4. Методы управления проектами.</li> <li>5. Основы рекламы, формы и методы ведения рекламных кампаний.</li> <li>6. Основы и принципы PR-технологий</li> </ol>
Возможность признания навыка:	-
Навык 4: Проведение презентаций продукта или услуги потенциальным потребителям, различных тематических семинаров	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определение целей, задач, аудитории, площадки публичного выступления.</li> <li>2. Проработка логики и содержания коммуникации.</li> <li>3. Организация площадки коммуникации.</li> <li>4. Работа с аудиторией (подготовка, обеспечение дополнительными материалами и пр.).</li> </ol>
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Инструменты бренд-менеджмента.</li> <li>2. Технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирайтинг и пр.).</li> <li>3. Виды, формы презентаций и выступлений.</li> <li>4. Технологии подготовки и проведения презентаций.</li> <li>5. Основы психологии.</li> </ol>
Возможность признания навыка:	-
Навык 5: Выбор форм и методов рекламы в мультимедийных изданиях	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Написание рекламных текстов и сценариев для СМИ.</li> <li>2. Определение оптимальных параметров времени и места размещения рекламы.</li> <li>3. Определение необходимых средств и носителей рекламы.</li> <li>4. Составление графиков, планов, дорожных карт и т.д.</li> </ol>
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основы рекламы, формы и методы ведения рекламных кампаний.</li> <li>2. Основы и принципы PR-технологий.</li> <li>3. Психология и принципы продаж.</li> <li>4. Особенности бренда, технологий производства.</li> <li>5. Средства и носители рекламы.</li> </ol>
Возможность признания навыка:	-
Навык 6: Корректировка стратегии продвижения	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ существующих стратегий продвижения продукта/услуг.</li> <li>2. Определение показателей эффективности.</li> <li>3. Проведение мониторинга/оценки эффективности стратегии продвижения для внесения улучшений или принятия корректирующих мер.</li> </ol>

		<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламной кампании.</li> <li>2. Основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса.</li> <li>3. Методы и технологии анализа информационного поля.</li> <li>4. Методы анализа бизнес-стратегий.</li> <li>5. Технологии и основные методы оценки целевых и промежуточных результатов работ</li> </ol>
	Возможность признания навыка:	-
Трудовая функция 3: Обеспечение взаимодействия с деловыми партнерами, экспертами, консультантами, с другими структурными подразделениями организации	Навык 1: Установление связи с деловыми партнерами и расширение внешних связей в целях совершенствования рекламной деятельности	Умения:
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Организация и поддержание контактов с информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью, издательствами, другими предприятиями и организациями, общественными структурами и различными группами общественности.</li> <li>2. Выстраивание онлайн- и офлайн-коммуникации с деловыми партнерами и пр.</li> <li>3. Проведение регулярных публичных мероприятий.</li> <li>4. Владение техниками деловых переговоров</li> </ol>
	Знания:	
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Специфика деятельности компании.</li> <li>2. Основы социологии, психологии.</li> <li>3. Основы риторики и техники публичных выступлений.</li> <li>4. Этика делового общения.</li> <li>5. Организация рынка, отдельных игроков, их стратегических и тактических интересов, отраслевых площадок, лидеров общественного мнения.</li> </ol>	
	Возможность признания навыка:	-
	Навык 2: Контроль над разработкой и исполнением договоров и контрактов	Умения:
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Составление и заключение договоров (контрактов).</li> <li>2. Анализ способов и методов распространения рекламы.</li> </ol>		
Знания:		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Порядок разработки и согласования договоров и контрактов по вопросам организации и проведения рекламных кампаний.</li> <li>2. Основы делового администрирования, маркетинга.</li> <li>3. Гражданский кодекс Республики Казахстан</li> </ol>		
Возможность признания навыка:	-	
Навык 3: Установление связи с другими структурными подразделениями организации в процессе разработки и проведения рекламных мероприятий	Умения:	
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формирование и развитие корпоративной культуры компании, ее трансляция на всех уровнях.</li> <li>2. Формирование коммуникационной среды организации.</li> <li>3. Разработка и проведение регулярных мотивационных мероприятий для персонала и партнеров.</li> </ol>	

		<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внутренние коммуникационные системы.</li> <li>2. Принципы, специфика формирования и управления корпоративной культурой компании.</li> <li>3. Технологии организации коллективной (командной) работы.</li> <li>4. Технологии выстраивания внутренних коммуникационных систем.</li> <li>5. Методы и технологии проектного планирования.</li> <li>6. Основы психологии.</li> <li>7. Формы и методы работы с персоналом, мотивации труда</li> </ol>
	Возможность признания навыка:	-
	Навык 4: Привлечение к решению поставленных задач консультантов и экспертов	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Идентификация ключевых экспертных организаций, экспертных групп и экспертов целевой отрасли.</li> <li>2. Интеграция представителей компании в экспертные сообщества.</li> <li>3. Организация рекламных кампаний с участием ведущих экспертов отрасли, известных и популярных лиц.</li> <li>4. Владение техниками деловых переговоров.</li> </ol> <p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Современные технологии организации коллективных работ.</li> <li>2. Передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламной кампаний.</li> <li>3. Специфика коммуникаций с различными типами целевых аудиторий.</li> <li>4. Основы маркетинга.</li> </ol>
	Возможность признания навыка:	-
Трудовая функция 4: Планирование маркетинговых программ и продвижение бренда	Навык 1: Анализ продвигаемого продукта/услуги	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проведение анализа отношения потребителей к продукту.</li> <li>2. Определение ассортимента, характеристики, классификаций и назначения продуктов/услуг.</li> <li>3. Определение закономерности развития рынка и формирования спроса на продукты/услуги.</li> </ol>
		<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетинг предпринимательской и коммерческой деятельности.</li> <li>2. Основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса.</li> <li>3. Особенности бренда.</li> </ol>
		Возможность признания навыка:
		-

Навык 2: Поддержка веб-страницы компании в Интернете, социальных сетях	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отслеживание SMM трендов и их использование в своей работе.</li> <li>2. Выстраивание диалога с пользователями социальных сетей.</li> <li>3. Работа с популярными тематическими форумами, сообществами.</li> <li>4. Использование инструментариев современных социальных медиа.</li> <li>5. Оценка преимуществ и рисков различных типов электронных инструментов, платформ и социальных сетей и выбор наиболее подходящих для аудитории.</li> <li>6. Контроль и оценка результатов использования цифровых технологий, в том числе социальных сетей.</li> </ol>
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Законодательство Республики Казахстан в сфере СМИ.</li> <li>2. Принципы работы в пространстве социальных сетей и понимание задач, которые можно решать в них.</li> <li>3. Принципы коммуникаций со сложными клиентами.</li> <li>4. Особенности функционирования поисковых систем.</li> </ol>
Возможность признания навыка:	-
Навык 3: Участие в формировании цены и ассортимента	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработка маркетинговой ценовой политики.</li> <li>2. Отслеживание рынка, изучение тенденций, сравнение цен конкурентов и их анализ.</li> <li>3. Внедрение и совершенствование ценовой политики.</li> <li>4. Выбор стратегии ценообразования.</li> </ol>
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методы ценообразования, стратегия и тактика ценообразования.</li> <li>2. Инструменты маркетингового ценообразования.</li> </ol>
Возможность признания навыка:	-
Навык 4: Разработка стратегии сбыта продукта/услуги	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ рынков сбыта продукта/услуги.</li> <li>2. Совершенствование системы распределения (дистрибуции).</li> <li>3. Работа с информацией и базами данных.</li> <li>4. Создание каналов распределения (дистрибуции).</li> <li>5. Проведение оценки сбытовой политики организации.</li> </ol>
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методические, нормативные и другие руководящие материалы в области рекламы, маркетинга, организации сбыта и поставки готовой продукции.</li> <li>2. Виды каналов товародвижения.</li> <li>3. Основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса.</li> <li>4. Методы проведения маркетинговых исследований в области распределения (дистрибуции) и продаж.</li> <li>5. Подходы к формированию сбытовой политики организации.</li> </ol>
Возможность признания навыка:	-

	Навык 5: Прогнозирование продаж	Умения:	
		1. Составление прогнозов продаж. 2. Расчет бюджета по продуктам/услугам. 3. Определение объемов продаж. 4. Прогноз сбыта продукции.	
		Знания:	
		1. Методика расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства. 2. Методы прогнозирования	
	Возможность признания навыка:	-	
Требования к личностным компетенциям:	Ответственность Инициативность Результативность Креативность Коммуникативность Гибкость Саморазвитие Эрудированность Активное слушание Социальная восприимчивость		
Список технических регламентов и национальных стандартов:			
Связь с другими профессиями в рамках ОРК:	Уровень ОРК:	Наименование профессии:	
	8	Управляющий по рекламе и связям с общественностью	
	8	Управляющий по сбыту и маркетингу	
	6	PR-менеджер	
	6	Агент по связям с общественностью	
6	Аналитик-маркетолог		
12. Карточка профессии «Редактор программ»:			
Код группы:	2642-2		
Код наименования занятия:	2642-2-007		
Наименование профессии:	Редактор программ		
Уровень квалификации по ОРК:	8		
подуровень квалификации по ОРК:			
Уровень квалификации по ЕТКС, КС и др типовых квалификационных характеристик:			
Уровень профессионального образования:	Уровень образования: послевузовское образование (докторантура PhD, ученая степень доктора PhD, степень доктора PhD по профилю, кандидата наук, доктора наук)	Специальность: Социальные науки	Квалификация: -
Требования к опыту работы:			
Связь с неформальным и информальным образованием:			
Другие возможные наименования профессии:	2642-2-008 Редактор художественный 2642-2-010 Редактор-консультант 2642-2-011 Редактор-переводчик 2642-2-012 Редактор-стилист 2642-2-013 Спортивный редактор		

Основная цель деятельности:	Создание, выпуск и распространение программ, которые соответствуют зрительским потребностям и спросу	
Описание трудовых функций		
Перечень трудовых функций:	Обязательные трудовые функции:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработка приоритетных направлений творческой деятельности</li> <li>2. Выбор темы, отбор, разработка, обработка сценариев, материалов программ, передач</li> <li>3. Управление контактами с внешней средой</li> </ol>
	Дополнительные трудовые функции:	
Трудовая функция 1: Разработка приоритетных направлений творческой деятельности	<p>Навык 1: Расстановка приоритетов создания и выпуска программ, передач в эфир</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ проекта, предлагаемого автором.</li> <li>2. Выявление слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике СМИ.</li> <li>3. Анализ временных и финансовых затрат на реализацию авторской идеи, возможные риски.</li> <li>4. Оценка авторских идей с точки зрения соответствия формату, целевой аудитории с учетом отечественного и мирового опыта реализации аналогичных (сходных) медиа проектов.</li> <li>5. Детализация авторской концепции, разработка поправок и рекомендаций к ней.</li> <li>6. Ранжировать проекты по художественной ценности и критериям, установленных в стратегии, бизнес-плане СМИ.</li> </ol>
	Возможность признания навыка:	-
	<p>Навык 1: Разработка темы, идеи, сверхзадачи, контента сценария</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сбор, обработка информации из различных источников.</li> <li>2. Поиск и оценка информационных поводов для целевой аудитории.</li> <li>3. Выявление актуальных событий в жизни общества и новых точек зрения на них.</li> <li>4. Прогнозирование трендов различных аспектов общественного развития.</li> <li>1. Определение круга проблем и приоритетных тем для передаче (программе), расстановка смысловых акцентов.</li> </ol>
	<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Теория, методы, способы инструменты сбора, обработки, анализа информации из различных источников.</li> <li>2. Теории, методы, способы и инструменты редакционной деятельности.</li> <li>3. Редакционная политика, в том числе политические, экономические, коммуникативные интересы собственников.</li> <li>4. Прогнозирование изменения ранжирования проблем населением и обществом в целом.</li> <li>1. Методы и инструменты литературно-сценарной работы.</li> </ol>	

Возможность признания навыка:	-
Навык 2: Отбор и редактирование сценариев, материалов программ, передач	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ структуры и содержания сценариев.</li> <li>2. Анализ качества предоставленных проектов сценариев, их соответствия требованиям и данного СМИ.</li> <li>3. Проверка актуальности, целесообразности темы, задач, сверхзадачи, достоверности информации в сценарии.</li> <li>4. Выявление сильных и слабых сторон предоставленных авторами сценариев.</li> <li>5. Выбор методов редактирования материалов для наиболее полного раскрытия авторского замысла.</li> <li>6. Корректировка недочетов проектов сценариев, определения необходимости внесения дополнений.</li> <li>7. Формулирование предложений автору об исправлении и дополнении материала</li> <li>8. Приведение материала в соответствие с требованиями СМИ.</li> <li>9. Редактирование контекста, орфографии, синтаксиса, пунктуации, стиля сценария.</li> <li>10. Редакторская обработка аудио, видеоматериалов.</li> <li>11. Формирование портфеля сценариев.</li> </ol>
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Теории, методы, способы и инструменты редакционной деятельности.</li> <li>2. Методы, технология создания сценариев, их содержательная и структурно-композиционная специфика.</li> <li>3. Методы и инструменты редакторского анализа текстов, аудио, видео, графических изображений.</li> <li>4. Методы, технология и техника подготовки медиа продуктов в различных форматах.</li> <li>5. Методы и приемы редактирования текстов, графических изображений, аудио, видео.</li> <li>6. Основной функционал аудио, видео аппаратно-программного обеспечения.</li> </ol>
Возможность признания навыка:	-
Навык 3: Подготовка материалов к выходу в эфир	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Оценка целесообразности и принятие решений о включении материалов в передачу, программу.</li> <li>2. Анализ явления (события) для формирования как можно более полного и точного знания о нем.</li> <li>3. Создание материалов (сценариев) подготовка, проведение передач (программ) различных жанров.</li> <li>4. Работа в эфире (телевизионном, радио, интернет).-</li> </ol>
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методы, технология и техника создания сценариев, телевизионных программ, передач, их содержательная и структурно-композиционная специфика.</li> <li>2. Информационная политика СМИ.</li> <li>3. Законодательство РК о СМИ.</li> </ol>
Возможность признания навыка:	-

Трудовая функция 3:  
Управление контактами с внешней средой

	Навык 1: Установление и поддержание коммуникаций	Умения: 1. Определение целевой аудитории для эффективной коммуникации. 2. Отслеживание, прогнозирование законодательных и политических тенденций и изменений, политический анализ. 3. Организация и поддержание контактов с информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью, издательствами, другими предприятиями и организациями, общественными структурами и различными группами общественности. 4. Организация и поддержание контактов с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами.
		Знания: 1. Характеристики аудитории современных СМИ. 2. Методы, инструменты изучения аудитории. 3. Основы психологии.
	Возможность признания навыка:	-
Требования к личностным компетенциям:	Стрессоустойчивость Инициативность Критическое, системное, логическое, ассоциативное мышление Творческое воображение Оперативность Настойчивость Объективность Ответственное проактивное принятие решений Общительность /коммуникабельность Работоспособность и трудолюбие Эрудированность	
Список технических регламентов и национальных стандартов:		
Связь с другими профессиями в рамках ОРК:	Уровень ОРК:	Наименование профессии:
	8	Главный редактор творческого объединения
	8	Главный режиссер
	8	Генеральный продюсер
	7	Режиссер
	7	Продюсер (общий профиль)
	6	Корреспондент
	6	Обозреватель

#### Глава 4. Технические данные профессионального стандарта

13. Наименование государственного органа:

14. Организации (предприятия) участвующие в разработке:

ТОО «Оркен Медиа»

Руководитель проекта:

Айдарханова С. А.

E-mail: saule-aidarkhanova@mail.ru

15. Отраслевой совет по профессиональным квалификациям:

16. Национальный орган по профессиональным квалификациям: -

17. Национальная палата предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен»: -

18. Номер версии и год выпуска: версия 2, 2022 г.

19. Дата ориентировочного пересмотра: 21.12.2025 г.