

Профессиональный стандарт: «Представление рекламы в средствах массовой информации»

Глава 1. Общие положения

1. Область применения профессионального стандарта: Профессиональный стандарт "Представление рекламы в средствах массовой информации" разработан в соответствии с пунктом 5 статьей 5 Закона Республики Казахстан "О профессиональных квалификациях", устанавливает требования к формированию образовательных программ, в том числе обучения персонала на предприятиях, признания профессиональной квалификации работников и выпускников организаций образования и решений широкого круга задач в организациях и на предприятиях и применяется в области средств массовой информации Республики Казахстан.

2. В настоящем профессиональном стандарте применяются следующие термины и определения:

1) информационно-коммуникационные технологии – совокупность методов работы с электронными информационными ресурсами и методов информационного взаимодействия, осуществляемых с применением аппаратно-программного комплекса и сети телекоммуникаций;

2) средство массовой информации – периодическое печатное издание, теле-, радиоканал, интернет-издание;

3) знание – изученная и усвоенная информация, необходимая для выполнения действий в рамках профессиональной задачи;

4) навык – способность применять знания и умения, позволяющая выполнять профессиональную задачу целиком;

5) профессия – род занятий, осуществляемый физическим лицом и требующий определенной квалификации для его выполнения;

6) профессиональный стандарт – письменный официальный документ, устанавливающий общие требования к знаниям, умениям, навыкам, опыту работы с учетом формального и (или) неформального, и (или) неформального образования, уровню квалификации и компетентности, содержанию, качеству и условиям труда в конкретной области профессиональной деятельности;

7) национальный классификатор занятий Республики Казахстан – документ по стандартизации, отражающий наименования занятий, применяемых на территории Республики Казахстан, и классифицирующий их по уровню и специализации навыков в соответствии с видом выполняемых работ;

8) умение – способность физически и (или) умственно выполнять отдельные единичные действия в рамках профессиональной задачи;

9) национальная система квалификаций (далее – НСК) – комплекс правовых и институциональных инструментов и механизмов регулирования и согласования спроса на квалификации со стороны рынка труда и предложения квалификаций со стороны системы образования, в том числе неформального.

3. В настоящем профессиональном стандарте применяются следующие сокращения:

1) ИКТ – информационно-коммуникационные технологии;

2) КС – квалификационный справочник должностей руководителей;

3) ОРК – отраслевая рамка квалификаций;

4) НСК – Национальная система квалификаций;

5) НРК – Национальная рамка квалификаций;

6) ЕТКС – Единый тарифно-квалификационный справочник;

7) ОКЭД – общий классификатор видов экономической деятельности.

Глава 2. Паспорт профессионального стандарта

4. Название профессионального стандарта: Представление рекламы в средствах массовой информации

5. Код профессионального стандарта: М73120055

6. Указание секции, раздела, группы, класса и подкласса согласно ОКЭД:

М Профессиональная, научная и техническая деятельность

73 Рекламная деятельность и исследование конъюнктуры рынка

73.1 Рекламная деятельность

73.12 Размещение рекламы в средствах массовой информации

73.12.0 Размещение рекламы в средствах массовой информации

7. Краткое описание профессионального стандарта: Систематизированный сбор и анализ информации с целью повышения эффективности рекламных мероприятий. Профессиональный стандарт определяет квалификационные требования и компетенции для специалистов, занимающихся планированием и размещением рекламных материалов. Стандарт охватывает навыки разработки рекламных стратегий, анализа целевой аудитории, креативного подхода к созданию контента, а также знания о правовых и этических аспектах рекламы в медиа.

8. Перечень карточек профессий:

1) Аналитик-маркетолог - 6 уровень ОРК

- 2) Сценарист - 6 уровень ОРК
- 3) Начальник рекламно-информационного отдела - 6 уровень ОРК
- 4) Руководитель отдела по связям с общественностью - 6 уровень ОРК
- 5) Консультант по работе с мультимедийными изданиями - 6 уровень ОРК
- 6) Режиссер - 7 уровень ОРК

Глава 3. Карточки профессий

9. Карточка профессии «Аналитик-маркетолог»:			
Код группы:	2431-1		
Код наименования занятия:	2431-1-002		
Наименование профессии:	Аналитик-маркетолог		
Уровень квалификации по ОРК:	6		
подуровень квалификации по ОРК:	-		
Уровень квалификации по ЕТКС, КС и др типовых квалификационных характеристик:	Связь с ЕТКС или КС отсутствует -		
Уровень профессионального образования:	Уровень образования: высшее образование (бакалавриат, специалитет, ординатура)	Специальность: Бизнес и управление	Квалификация: -
Требования к опыту работы:	стаж работы не менее 2 лет.		
Связь с неформальным и информальным образованием:	Не требуется		
Другие возможные наименования профессии:	2431-1-001 - Аналитик маркетинговых кампаний 2431-1-003 - Консультант по маркетингу 2431-1-004 - Маркетолог 2431-1-005 - Специалист по маркетингу 2431-1-009 - Телемаркетолог 2431-3-013 - Специалист по медиапланированию		
Основная цель деятельности:	Организация, планирование, оценка эффективности рекламной деятельности		
Описание трудовых функций			
Перечень трудовых функций:	Обязательные трудовые функции:	1. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга 2. Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации 3. Анализ маркетинговых исследований	
	Дополнительные трудовые функции:		
Трудовая функция 1: Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Навык 1: Собирать и анализировать внутреннюю и внешнюю информацию, которая служит основой для маркетинговых исследований	Умения:	
		1. Применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования. 2. Определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования. 3. Составлять комплексный план проведения маркетингового исследования. 4. Анализировать текущую рыночную конъюнктуру. 5. Составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования.	

		<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Законодательные и иные нормативные правовые акты Республики Казахстан о средствах массовой информации и рекламе. 2. Знание методов постановки и формулирования целей. 3. Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность. 4. Знание особенностей проведения социологических исследований. 5. Знание методов использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов. 6. Знание методов аналитической работы с большими объемами информации. 7. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
	<p>Навык 2: Подготавливать процесс проведения маркетингового исследования, устанавливать сроки и требования к проведению маркетингового исследования</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Работать в команде, эффективно проводить общение с коллегами, руководством. 2. Составлять комплексный план проведения маркетингового исследования. 3. Разрабатывать техническое задание для выполнения маркетингового исследования. 4. Определять этапы и их последовательности проведения запланированных мероприятий. 5. Осуществлять руководство по формированию планов проведения мероприятий. 6. Проводить мониторинг информационных источников. 7. Обрабатывать информацию с применением современных технических средств связи и компьютерных технологий. 8. Обеспечивать взаимодействие структурных подразделений организации при совместной деятельности с общественностью.
		<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Законодательные и иные нормативные правовые акты Республики Казахстан о масс-медиа. 2. Знание и применение основ менеджмента. 3. Особенности проведения социологических исследований. 4. Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов. 5. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
Трудовая функция 2: Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	<p>Навык 1: Улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации. 2. Проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов). 3. Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок. 4. Проводить оценку стоимости брендов организации. 5. Использовать инструменты проектного управления успешными брендами.

		<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основы социологии, психологии, филологии и маркетинга. 2. Знание методов постановки и формулирования целей. 3. Видение, цели и культура организации. 4. Знание стратегии развития организации. 5. Понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов). 6. Инструменты бренд менеджмента. 7. Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития 8. Методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации. 9. Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность. 10. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
	<p>Навык 2: Разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Создавать и реализовывать стратегии формирования цен на товары (услуги) организации. 2. Внедрять методы формирования цен на товары (услуги) организации. 3. Разрабатывать конкурентные ценовые стратегии. 4. Проводить последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации. 5. Внедрять системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации. <p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Знание принципов, методов и инструментария стратегического планирования коммуникаций. 2. Знание типовых коммуникационных стратегий (для развития и для кризисных ситуаций). 3. Знание методов и технологий формулирования ключевых посланий. 4. Знание специфики коммуникаций с различными типами целевых аудиторий; 5. Знание основ маркетинга. 6. Знание методов и технологий делового администрирования. 7. Понимание бизнес- и коммуникационных индикаторов. 8. Знание методов и инструментов медиа-планирования. 9. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
Трудовая функция 3: Анализ маркетинговых исследований		

	<p>Навык 1: Проводить исследования и анализировать общественное мнение по основным факторам, влияющим</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Концентрироваться на поставленной цели. 2. Привлекать ключевой персонал к подготовке и согласованию планов действия в кризисных ситуациях с общественностью. 3. Определять пути и способы реагирования в кризисных ситуациях. 4. Планировать систему кризисных коммуникаций (разработка контента, формирование кризисной коммуникационной команды, оценка кризисных сценариев и пр.). 	
		<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Нормативно-правовые акты, относящиеся к вопросам регулирования сферы связей с общественностью. 2. Законодательство Республики Казахстан о масс-медиа. 3. Знание стратегии кризисных коммуникации. 4. Знание принципов коммуникаций в кризисных ситуациях. 5. Знание принципов и технологий подготовки к публичным выступлениям. 6. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности. 	
	<p>Возможность признания навыка:</p>	<p>Не требуется</p>	
<p>Требования к личностным компетенциям:</p>	<p>Ответственность Инициативность Результативность Креативность Гибкость Саморазвитие Эрудированность Оригинальность</p>		
<p>Список технических регламентов и национальных стандартов:</p>	<p>Не является объектом технического регулирования</p>		
<p>Связь с другими профессиями в рамках ОРК:</p>	<p>Уровень ОРК:</p>	<p>Наименование профессии:</p>	
	<p>5</p>	<p>Специалист по маркетингу</p>	
	<p>6</p>	<p>Маркетолог</p>	
	<p>5</p>	<p>PR-менеджер</p>	
<p>10. Карточка профессии «Сценарист»:</p>			
<p>Код группы:</p>	<p>2641-2</p>		
<p>Код наименования занятия:</p>	<p>2641-2-002</p>		
<p>Наименование профессии:</p>	<p>Сценарист</p>		
<p>Уровень квалификации по ОРК:</p>	<p>6</p>		
<p>подуровень квалификации по ОРК:</p>	<p>-</p>		
<p>Уровень квалификации по ЕТКС, КС и др типовых квалификационных характеристик:</p>	<p>Связь с ЕТКС или КС отсутствует -</p>		
<p>Уровень профессионального образования:</p>	<p>Уровень образования: высшее образование (бакалавриат, специалитет, ординатура)</p>	<p>Специальность: Журналистика и информация</p>	<p>Квалификация: -</p>
<p>Требования к опыту работы:</p>	<p>Не требуется</p>		

Связь с неформальным и информальным образованием:	Не требуется	
Другие возможные наименования профессии:	2641-3-002 - Составитель рекламных текстов 2641-3-003 - Составитель речей 2641-3-004 - Составитель спортивных текстов 2641-3-006 - Составитель технических условий	
Основная цель деятельности:	Создание высококачественных сценариев и текстов, характеризующееся глубокой идеей.	
Описание трудовых функций		
Перечень трудовых функций:	Обязательные трудовые функции:	1. Разработка сценарного материала и подготовка сценария 2. Вычитка и правка текстов перед публикацией, проверка их структуры и содержания, оформление и сдача откорректированного материала
	Дополнительные трудовые функции:	
Трудовая функция 1: Разработка сценарного материала и подготовка сценария	Навык 1: Осуществление подготовки и разработки идейно-тематической базы, написание сценария	Умения:
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Собирать, обрабатывать, анализировать значимых данных из различных источников, получение информации из них. 2. Применять творческое воображение при восприятии полученной информации. 3. Переходить в состояние вдохновения в процессе творческого воображения. 4. Объединять фрагментов информации для формирования общих правил или выводов. 5. Структурировать информацию об объектах, в том числе элементах сценария, действиях в определенном порядке или по определенной схеме в соответствии с определенным правилом или набором правил. 6. Извлекать знания из структурированной информации и формирование из них идейно-тематической базы для написания сценария. 7. Владеть литературным языком. 8. Выделять значимые актуальные для общества и целевой аудитории тем. 9. Анализировать радио, телевизионных программ для использования выдающихся приемов из них в своей деятельности. 10. Использовать психологическое портретирование целевой аудитории. 11. Использование линейное изложение событий (синопсис). 12. Работать в различных стилистических и жанровых формах. 13. Использовать художественные визуальные средства и образы для раскрытия темы сценария и необходимого воздействия на аудиторию. 14. Работать с радио, теле, компьютерным аппаратным и программным обеспечением.

		<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Развитие творческого воображения. 2. Основы стилистики, культура речи. 3. Основы сценарного мастерства. 4. Основы психологии, типологии личности, конфликтологии. 5. Психология воздействия аудиовизуального произведения на зрителя. 6. Техника и технология радиовещательного, телевизионного производства. 7. Основные параметры измерения радио, телевизионных рейтингов. 8. Нормативные документы, определяющие требования, предъявляемые к уровню радио, телевизионных программ. 9. Законодательство РК об авторском праве. 10. Передовой отечественный и мировой опыт разработки сценариев для телепрограмм 11. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
	<p>Навык 2: Переработка, адаптация литературных произведений в сценарий</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализировать литературное произведение на предмет его тематической востребованности у целевой аудитории. 2. Выстраивать композиционную структуру сценария, исходя из жанрового своеобразия. 3. Находить художественные визуальные средства и образы для раскрытия темы сценария и необходимого воздействия на аудиторию. 4. Выстраивать композиционную структуру сценария, исходя из жанрового своеобразия. 5. Оформлять готовый сценарий в соответствии с требованиями к нормам оформления. 6. Писать текст для редакторов. 7. Оформлять необходимые документы по утвержденным образцам. 8. Использовать современные технические и программные средства. <p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основы стилистики, культура речи 2. Техника и технология телевизионного производства 3. Телевизионная и издательская редакция 4. Законодательная база об авторском праве 5. Нормативные документы, определяющие требования к масс-медиа. 6. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
<p>Трудовая функция 2: Вычитка и правка текстов перед публикацией, проверка их структуры и содержания, оформление и сдача откорректированного материала</p>		

	Навык 1: Подготовка текстов	Умения:	
		1. Осуществлять правку сценария и материала после редактуры. 2. Обеспечивать соответствие текста нормам языка (устранять лексические, словообразовательные и грамматические ошибки, корректировать орфографию и пунктуацию). 3. Обеспечивать соответствие набранного текста оригиналу или предыдущей корректуре с учетом правок.	
		Знания:	
		1. Закон Республики Казахстан "О масс-медиа". 2. Закон Республики Казахстан "Об авторском праве и смежных правах". 3. Правила корректуры и стандартные корректурные знаки. 4. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.	
	Возможность признания навыка:	Не требуется	
	Навык 2: Согласовывать и сдавать материал	Умения:	
		1. Обеспечивать соблюдение графика производства и сроков подготовки материалов и текстов. 2. Придерживаться организационных политик и процедур. 3. Обрабатывать информацию с использованием современных технических средств связи и компьютерных технологий.	
		Знания:	
		1. Закон Республики Казахстан "О масс-медиа". 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. 6. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.	
	Возможность признания навыка:	Не требуется	
Требования к личностным компетенциям:	Оригинальность Свободное владение идеями Письменное выражение Творческое воображение Трудолюбие Эрудированность Широкий кругозор		
Список технических регламентов и национальных стандартов:	Не является объектом технического регулирования		
Связь с другими профессиями в рамках ОРК:	Уровень ОРК:	Наименование профессии:	
	7	Режиссер	
11. Карточка профессии «Начальник рекламно-информационного отдела»:			
Код группы:	1232-0		
Код наименования занятия:	1232-0-007		
Наименование профессии:	Начальник рекламно-информационного отдела		

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, утвержденный приказом 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 Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов № 22003). Параграф 35. Менеджер по рекламе		
Уровень профессионального образования:	Уровень образования: высшее образование (бакалавриат, специалитет, ординатура)	Специальность: Бизнес и управление	Квалификация: -
Требования к опыту работы:	высшее (или послевузовское) образование по соответствующему направлению подготовки кадров и дополнительная подготовка в области менеджмента, стаж работы по специальности не менее 2 лет.		
Связь с неформальным и информальным образованием:	Не требуется		
Другие возможные наименования профессии:	2431-2-004 - Специалист по рекламе		
Основная цель деятельности:	Осуществлять рекламную деятельность в соответствии с требованиями		
Описание трудовых функций			
Перечень трудовых функций:	Обязательные трудовые функции:	1. Разработка рекламной политики на основе анализа потребительских свойств производимой продукции и прогнозирования потребительского спроса и рыночной конъюнктуры 2. Организует изучение мнения потребителей о выпускаемой предприятием продукции, его влияния на сбыт продукции и подготовку предложений по повышению ее конкурентоспособности и качества	
	Дополнительные трудовые функции:		
Трудовая функция 1: Разработка рекламной политики на основе анализа потребительских свойств производимой продукции и прогнозирования потребительского спроса и рыночной конъюнктуры	Навык 1: Проводить исследование основных факторов, формирующих динамику потребительского спроса на продукцию	Умения:	
		1. Собирать и обрабатывать данные для оценки эффективности рекламной деятельности. 2. Контролировать своевременное устранение недостатков, указанных в поступающих от потребителей рекламациях и претензиях, мотивацией определенного отношения потребителей к продукции предприятия. 3. Совместно с другими отделами участвовать в разработке предложений и рекомендаций по изменению технических, экономических и других характеристик продукции с целью улучшения ее потребительских качеств и стимулирования сбыта.	
		Знания:	
		1. Законодательные и нормативные правовые акты, методические материалы по организации рекламы и оценке финансово-экономического состояния и емкости рынка. 2. Анализ потребительского поведения. 3. Экономические и рыночные факторы. 4. Методы сбора и анализа данных. 5. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.	
	Возможность признания навыка:	Не требуется	

	<p>Навык 2: Разрабатывать стратегии проведения рекламных мероприятий в СМИ для информирования потенциальных показателей и расширения рынков сбыта</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Обеспечивать участие отдела в составлении перспективных и текущих планов производства и реализации продукции, определении новых рынков сбыта и новых потребителей продукции. 2. Готовить предложения по формированию фирменного стиля предприятия и фирменного оформления рекламной продукции. 3. Проводить исследование целевой аудитории, медийных каналов и конкурентной среды для выявления эффективных стратегий и подходов. 4. Создавать рекламные кампании, включая подбор форматов, каналов и сообщений, с учетом целей и особенностей рынка. 5. Измерять и анализировать результаты рекламных мероприятий, используя данные о доходах, вовлеченности и рыночной доле для корректировки стратегий. <p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Методы определения платежеспособности спроса на выпускаемую продукцию и порядок разработки перспективных и текущих планов производства и сбыта продукции. 2. Анализ целевой аудитории. 3. Медийные каналы и инструменты рекламы. 4. Методы оценки эффективности рекламы. 5. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
<p>Трудовая функция 2: Организует изучение мнения потребителей о выпускаемой предприятием продукции, его влияния на сбыт продукции и подготовку предложений по повышению ее конкурентоспособности и качества</p>	<p>Навык 1: Анализировать факторы, влияющие на эффективность рекламной деятельности</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Использовать в работе результаты маркетинговых исследований. 2. Контролировать соблюдение требований стандартов организации. 3. Соблюдать принципы принятия решений в рамках рекламной деятельности исключительно в интересах организации. <p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основы рекламной деятельности. 2. Методы измерения эффективности рекламы. 3. Психология потребителей и поведение аудитории. 4. Знание рыночных трендов, конкурентной ситуации, предпочтений целевой аудитории и медийных каналов. 5. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	<p>Возможность признания навыка:</p>	<p>Не требуется</p>

	<p>Навык 2: Обеспечивать соответствие рекламной продукции стандартам организации и целям рекламной кампании</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Составлять индивидуальный план выполнения задач в рамках концепции рекламной деятельности. 2. Согласовывать цели и задачи выполнения составной части рекламной деятельности в соответствии с целями технического задания. 3. Соблюдать принципы принятия решений в рамках рекламной деятельности исключительно в интересах организации. 4. Вести документацию в соответствии со стандартами организации. 	
		<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стандарты организации. 2. Основы рекламной деятельности. 3. Интерпретировать внутренние стандарты организации и требования рекламных компаний. 4. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности. 	
	<p>Возможность признания навыка:</p>	<p>Не требуется</p>	
<p>Требования к личностным компетенциям:</p>	<p>Ответственность Стрессоустойчивость Инициативность Клиентоориентированность Результативность Креативность Гибкость Саморазвитие Эрудированность Оригинальность Умение работать «в потоке» Широкий кругозор</p>		
<p>Список технических регламентов и национальных стандартов:</p>	<p>Не является объектом технического регулирования</p>		
<p>Связь с другими профессиями в рамках ОРК:</p>	<p>Уровень ОРК:</p> <p>6</p>	<p>Наименование профессии:</p> <p>Функциональные руководители (управляющие) по рекламе и связям с общественностью</p>	
<p>12. Карточка профессии «Руководитель отдела по связям с общественностью»:</p>			
<p>Код группы:</p>	<p>1232-0</p>		
<p>Код наименования занятия:</p>	<p>1232-0-009</p>		
<p>Наименование профессии:</p>	<p>Руководитель отдела по связям с общественностью</p>		
<p>Уровень квалификации по ОРК:</p>	<p>6</p>		
<p>подуровень квалификации по ОРК:</p>	<p>-</p>		
<p>Уровень квалификации по ЕТКС, КС и др типовых квалификационных характеристик:</p>	<p>Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и иных служащих, утвержденный приказом 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 Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов № 22003). 58. Менеджер по связям с общественностью (пиар - менеджер)</p>		
<p>Уровень профессионального образования:</p>	<p>Уровень образования: высшее образование (бакалавриат, специалитет, ординатура)</p>	<p>Специальность: Социальные науки</p>	<p>Квалификация: -</p>
<p>Требования к опыту работы:</p>	<p>высшее (или послевузовское) образование по соответствующему направлению подготовки кадров, дополнительная подготовка в области связей с общественностью и средствами массовой информации и стаж работы не менее 2 лет.</p>		

Связь с неформальным и информальным образованием:	Не требуется	
Другие возможные наименования профессии:	2431-3-017 - Специалист по связям с общественностью 2431-3-001 - Агент по связям с общественностью	
Основная цель деятельности:	Обеспечение взаимодействия организации со средствами массовой информации и общественными структурами.	
Описание трудовых функций		
Перечень трудовых функций:	Обязательные трудовые функции:	1. Руководство формированием, реализацией и развитием политики организации в области связей с общественностью. 2. Обеспечение связи со средствами массовой информации и общественными структурами
	Дополнительные трудовые функции:	
Трудовая функция 1: Руководство формированием, реализацией и развитием политики организации в области связей с общественностью.	Навык 1: Осуществлять руководство по формированию, реализации, развитию политики организации в области связей с общественностью.	Умения:
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Ставить задачи сотрудникам отдела. 2. Оценивать эффективность и стимулировать деятельность работников. 3. Мотивировать сотрудников на повышение профессионального уровня. 4. Руководить подготовкой пресс-релизов, корпоративных бюллетеней и иных информационных материалов о деятельности организации для средств массовой информации. 5. Руководить подготовкой и проведением мероприятий, направленных на реализацию внешней и внутренней политики организации в области связей с общественностью.
		Знания:
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Нормативно-правовые акты, относящиеся к вопросам регулирования сферы связей с общественностью. 2. Законодательство Республики Казахстан о масс-медиа. 3. Знание основных стратегий и инструментов связей с общественностью. 4. Знание методов анализа и оценки эффективности PR-стратегий, включая использование мониторинга масс-медиа, анализа общественного мнения и оценки воздействия PR-мероприятий. 5. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	Возможность признания навыка:	Не требуется

	<p>Навык 2: Проводить комплексные исследования общественного мнения с целью повышения эффективности деятельности организации.</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Организовывать регулярную подготовку аналитических материалов для корректировки текущих планов деятельности организации в области связей с общественностью. 2. Обеспечивать постоянную и эффективную двустороннюю связь руководства организации с организациями, различными группами общественности, средствами массовой информации. 3. Обеспечивать распространение информационно-рекламных материалов о деятельности организации. 4. Руководить проведением исследований общественного мнения по основным факторам, влияющим на репутацию организации, с целью корректировки существующих программ и концепции политики организации в сфере связей с общественностью. <p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Методы анализа, планирования и прогнозирования информационных процессов и сферы массовых коммуникаций. 2. Научно-методические материалы, методы проведения комплексных исследований. 3. Понимание методов статистической обработки данных и аналитических инструментов. 4. Знание различных методов сбора информации, таких как опросы, интервью, фокус-группы, а также цифровые инструменты для анализа социальных медиа. 5. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	<p>Возможность признания навыка:</p>	<p>Не требуется</p>
<p>Трудовая функция 2: Обеспечение связи со средствами массовой информации и общественными структурами</p>	<p>Навык 1: Обеспечивать взаимодействие структурных подразделений организации при совместной деятельности с общественностью.</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Участвовать совместно с другими структурными подразделениями в разработке и планировании стратегии рекламной политики организации, а также в проведении мероприятий, направленных на ее реализацию; 2. Работать в направлении защиты информации и создавать оптимальные информационные связи между подразделениями организации; 3. Формировать благоприятный социально-психологический климат внутри организации. <p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Законы и иные нормативные правовые акты, относящиеся к вопросам регулирования сферы связей с общественностью. 2. Знание структуры и функциональных обязанностей различных подразделений организации. 3. Понимание современных методов и инструментов коммуникации. 4. Знание принципов управления проектами и командной работы. 5. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	<p>Возможность признания навыка:</p>	<p>Не требуется</p>

	<p>Навык 2: Обрабатывать информацию с применением современных технических средств связи и компьютерных технологий.</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Определять характер, содержание и носителей информационных сообщений, исходящих от организации. 2. Обеспечивать двустороннюю связь с потребителями, партнерами, конкурентами и другими группами общественности. 3. Обрабатывать большие объемы данных, извлекая полезную информацию, а также структурировать и систематизировать данные с использованием современных компьютерных технологий. 4. Обеспечивать безопасность данных и защищать информацию при ее передаче, используя современные средства связи и технологии защиты данных (например, шифрование, резервное копирование). 	
		<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Научно-методические материалы, перспективы и направления развития технологий. 2. Знание современных программных инструментов для обработки данных. 3. Понимание принципов работы современных средств связи, включая электронную почту, мессенджеры, видеоконференцсвязь, а также использование облачных технологий и платформ для обмена и хранения данных. 4. Знание основ информационной безопасности, включая методы защиты данных, шифрования, безопасного хранения и передачи информации. 5. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности. 	
	<p>Возможность признания навыка:</p>	<p>Не требуется</p>	
<p>Требования к личностным компетенциям:</p>	<p>Стрессоустойчивость Способность работы в команде Способность контролировать свои эмоции Способность устанавливать контакты с людьми Стремление к профессиональному совершенству</p>		
<p>Список технических регламентов и национальных стандартов:</p>	<p>Не является объектом технического регулирования</p>		
<p>Связь с другими профессиями в рамках ОРК:</p>	<p>Уровень ОРК:</p>	<p>Наименование профессии:</p>	
	<p>6</p>	<p>Специалисты-профессионалы по рекламе и продвижению продукции</p>	
<p>13. Карточка профессии «Консультант по работе с мультимедийными изданиями»:</p>			
<p>Код группы:</p>	<p>2431-2</p>		
<p>Код наименования занятия:</p>	<p>2431-2-001</p>		
<p>Наименование профессии:</p>	<p>Консультант по работе с мультимедийными изданиями</p>		
<p>Уровень квалификации по ОРК:</p>	<p>6</p>		
<p>подуровень квалификации по ОРК:</p>			
<p>Уровень квалификации по ЕТКС, КС и др типовых квалификационных характеристик:</p>	<p>Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и иных служащих, утвержденный приказом 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 Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов № 22003). Параграф 35. Менеджер по рекламе</p>		

Уровень профессионального образования:	Уровень образования: высшее образование (бакалавриат, специалитет, ординатура)	Специальность: Бизнес и управление	Квалификация: -
Требования к опыту работы:	высшее (или послевузовское) образование по соответствующему направлению подготовки кадров и дополнительная подготовка в области менеджмента, стаж работы по специальности не менее 2 лет.		
Связь с неформальным и информальным образованием:	Не требуется		
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:	<ol style="list-style-type: none"> 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	Навык 1: Исследовать и анализировать рынок, определять целевые потребительские сегменты рынка	Умения:	
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Выявлять проблемы и формулировать цели исследования. 2. Определять инструменты для проведения исследования. 3. Анализировать возможности, распределение, тенденции и динамику рынка информационных и рекламных услуг. 4. Применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации. 5. Создавать практическую базу данных для принятия квалифицированных решений. 6. Обрабатывать информацию с использованием современных технических средств связи и компьютерных технологий. 	
		Знания:	
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Законодательные и иные нормативные правовые акты Республики Казахстан, регламентирующие предпринимательскую, коммерческую и рекламную деятельность. 2. Основные методы исследований различных видов (маркетинговые, социологические и медиа). 3. Современные средства сбора и обработки информации. 4. Конъюнктура рынка. 5. Особенности проведения социологических исследований. 6. Принципы системного анализа. 7. Прикладные офисные программы для выполнения статистических расчетов. 8. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности. 	

Возможность признания навыка:	Не требуется
Навык 2: Проводить анализ требований потребителей к тому или иному продукту/услуге согласно результатам маркетинговых исследований	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проводить маркетинговые исследования. 2. Обрабатывать полученные данные с помощью методов математической статистики. 3. Определять потребности клиентов. 4. Классифицировать клиентов и их требования по заинтересованности в видах продукта. 5. Разрабатывать метрики качества для оценки потребительских требований. 6. Оценивать техническую возможность реализации и рыночную привлекательность требований клиента. 7. Оценивать и разрабатывать ценовую политику на основе анализа конкурентной среды, емкости рынка, запросов и возможностей потребителей.
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Закономерности и особенности развития рыночной экономики. 2. Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка продуктов и услуг. 3. Корпоративно рыночная психология компаний – потенциальных партнеров. 4. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
Возможность признания навыка:	Не требуется
Навык 3: Анализировать мотивации спроса на производимую продукцию или оказываемые услуги	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определять потребности покупателей (пользователей). 2. Определять направления рекламных кампаний. 3. Изучать рынок аналогичных продуктов и услуг (анализ спроса и потребления, мотиваций и колебаний, деятельности конкурентов) и тенденции его развития. 4. Анализировать мотивации спроса на различные группы продуктов и услуг, а также влияние рекламных кампаний на увеличение спроса.
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Инструменты бренд-менеджмента. 2. Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка продуктов и услуг. 3. Экономический микроклимат на рынке оказываемых услуг. 4. Порядок ценообразования, стратегий привлечения и программы лояльности партнеров (ценовые прайсы, скидки, бонусы), 5. Основы психологии поведения. 6. Теории мотивации покупательского поведения. 7. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
Возможность признания навыка:	Не требуется

	<p>Навык 4: Изучать рынок сбыта и покупательский спрос</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Определять целевую аудиторию. 2. Формировать предложения по совершенствованию политики оказываемых услуг. 3. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения продуктов (услуг) организации. 4. Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков.
		<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса. 2. Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка продуктов и услуг. 3. Инструменты бренд-менеджмента. 4. Принципы логистики распределения и сбыта. 5. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	<p>Возможность признания навыка:</p>	<p>Не требуется</p>
	<p>Навык 5: Выявлять неудовлетворительные параметры продукта/услуги</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Организовывать социологические исследования. 2. Работать со всеми подразделениями и структурами для совершенствования и обновления перечня услуг. 3. Владеть методом конкурентного анализа. 4. Использовать методы и способы проверки на соответствие параметрам продукта. 5. Составлять отчетность и доводить до руководства результаты исследований.
		<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные методы исследований различных видов (маркетинговые, социологические, медиа- и др.). 2. Основные методы качественных и количественных социологических исследований. 3. Требования к качественным характеристикам продукта или оказываемой услуги. 4. Формирование предложений по улучшению системы продвижения продукта (услуг) организации. 5. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	<p>Возможность признания навыка:</p>	<p>Не требуется</p>
<p>Трудовая функция 2: Планирование и реализация стратегии продвижения, маркетинговых программ, рекламной стратегии, рекламных кампаний для продвижения продукта или услуги</p>	<p>Навык 1: Участвовать в формировании рекламной стратегии, управлять репутацией</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мониторить и оценивать эффективность стратегического медиапланирования для улучшения или принятия корректирующих действий. 2. Концентрироваться на определении приоритетов. 3. Определять концепцию продукта/услуги. 4. Определять основные инструменты и каналы продвижения. 5. Выявлять проблемы и анализировать информацию.

	<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 8. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
Возможность признания навыка:	Не требуется
Навык 2: Разрабатывать стратегии продвижения продукта, услуг на рынок	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Определять цели, задачи и целевую аудиторию. 2. Формировать планы проведения мероприятий. 3. Проводить постоянный мониторинг информационных источников, анализируя количество и характер публичных упоминаний. 4. Организовывать работу в области коммуникаций, инициируя информационные поводы и организуя публикации о деятельности, проектах и лицах компании. 5. Обеспечивать взаимодействие структурных подразделений организации при совместной деятельности. <p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. 7. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
Возможность признания навыка:	Не требуется
Навык 3: Осуществлять руководство, планирование и координацию работ по проведению рекламных кампаний или рекламных мероприятий	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Разрабатывать план мероприятий по продвижению продукта или услуги. 2. Определять масштабы и сроки проведения рекламных кампаний. 3. Разрабатывать и организовывать PR-мероприятия. 4. Контролировать производство телевизионной рекламы и рекламы в мультимедийных изданиях.

	<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности риск-менеджмента. 2. Инструменты бренд-менеджмента. 3. Принципы стратегического и оперативного планирования. 4. Методы управления проектами. 5. Основы рекламы, формы и методы ведения рекламных кампаний. 6. Основы и принципы PR-технологий. 7. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
Возможность признания навыка:	Не требуется
<p>Навык 4: Проводить презентацию продукта или услуги потенциальным потребителям, различных тематических семинаров</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Определять цели, задачи, аудиторию и площадку для публичного выступления. 2. Прорабатывать логику и содержание коммуникации. 3. Организовывать площадку для коммуникации. 4. Работать с аудиторией (подготовка, обеспечение дополнительными материалами). <p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Инструменты бренд-менеджмента. 2. Технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирайтинг). 3. Виды, формы презентаций и выступлений. 4. Технологии подготовки и проведения презентаций. 5. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
Возможность признания навыка:	Не требуется
<p>Навык 5: Выбирать формы и методы рекламы в мультимедийных изданиях</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Писать рекламные тексты и сценарии для СМИ. 2. Определять оптимальные параметры времени и места размещения рекламы. 3. Определять необходимые средства и носители рекламы. 4. Составлять графики, планы, дорожные карты и т.д. <p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основы рекламы, формы и методы ведения рекламных кампаний. 2. Основы и принципы PR-технологий. 3. Психология и принципы продаж. 4. Особенности бренда, технологий производства. 5. Средства и носители рекламы. 6. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
Возможность признания навыка:	Не требуется

	<p>Навык 6: Корректировать стратегию продвижения</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализировать существующие стратегии продвижения продукта/услуг. 2. Определять показатели эффективности. 3. Проводить мониторинг и оценку эффективности стратегии продвижения для внесения улучшений или принятия корректирующих мер. <p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламной кампании. 2. Основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса. 3. Методы и технологии анализа информационного поля. 4. Методы анализа бизнес-стратегий. 5. Технологии и основные методы оценки целевых и промежуточных результатов работ. 6. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	<p>Возможность признания навыка:</p>	<p>Не требуется</p>
<p>Трудовая функция 3: Обеспечение взаимодействия с деловыми партнерами, экспертами, консультантами, с другими структурными подразделениями организации</p>	<p>Навык 1: Устанавливать связи с деловыми партнерами и расширять внешние связи в целях совершенствования рекламной деятельности</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Организовывать и поддерживать контакты с информационными, рекламными и консалтинговыми агентствами, PR-агентствами, издательствами, другими предприятиями и организациями, общественными структурами и различными группами общественности. 2. Выстраивать онлайн- и офлайн-коммуникацию с деловыми партнерами и другими заинтересованными сторонами. 3. Проводить регулярные публичные мероприятия. 4. Владеть техниками деловых переговоров. <p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Специфика деятельности компании. 2. Основы социологии, психологии. 3. Основы риторики и техники публичных выступлений. 4. Этика делового общения. 5. Организация рынка, отдельных игроков, их стратегических и тактических интересов, отраслевых площадок, лидеров общественного мнения. 6. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	<p>Возможность признания навыка:</p>	<p>Не требуется</p>
	<p>Навык 2: Контролировать разработку и исполнение договоров и контрактов</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Составлять и заключать договоры (контракты). 2. Анализировать способы и методы распространения рекламы.

		<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Порядок разработки и согласования договоров и контрактов по вопросам организации и проведения рекламных кампаний. 2. Основы делового администрирования, маркетинга. 3. Гражданский кодекс Республики Казахстан. 4. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
	<p>Навык 3: Устанавливать связи с другими структурными подразделениями организации в процессе разработки и проведения рекламных мероприятий</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Формировать и развивать корпоративную культуру компании, транслируя ее на всех уровнях. 2. Создавать коммуникационную среду в организации. 3. Разрабатывать и проводить регулярные мотивационные мероприятия для персонала и партнеров.
		<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Внутренние коммуникационные системы. 2. Принципы, специфика формирования и управления корпоративной культурой компании. 3. Технологии организации коллективной (командной) работы. 4. Технологии выстраивания внутренних коммуникационных систем. 5. Методы и технологии проектного планирования. 6. Основы психологии. 7. Формы и методы работы с персоналом, мотивации труда. 8. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
	<p>Навык 4: Привлекать к решению поставленных задач консультантов и экспертов</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Идентифицировать ключевые экспертные организации, экспертные группы и экспертов целевой отрасли. 2. Интегрировать представителей компании в экспертные сообщества. 3. Организовывать рекламные кампании с участием ведущих экспертов отрасли, известных и популярных личностей. 4. Владеть техниками деловых переговоров.
		<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Современные технологии организации коллективных работ. 2. Передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламной кампании. 3. Специфика коммуникаций с различными типами целевых аудиторий. 4. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
Трудовая функция 4:		

Планирование маркетинговых программ и продвижение бренда	Навык 1: Анализировать продвигаемые продукты/услуги	Умения: 1. Проводить анализ отношения потребителей к продукту. 2. Определять ассортимент, характеристики, классификации и назначение продуктов/услуг. 3. Определять закономерности развития рынка и формирования спроса на продукты/услуги.
		Знания: 1. Маркетинг предпринимательской и коммерческой деятельности. 2. Основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса. 3. Особенности бренда. 4. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
	Навык 2: Осуществлять поддержку веб-страницы компании в Интернете, социальных сетях	Умения: 1. Отслеживать SMM-тренды и использовать их в работе. 2. Выстраивать диалог с пользователями социальных сетей. 3. Работать с популярными тематическими форумами и сообществами. 4. Использовать инструменты современных социальных медиа. 5. Оценивать преимущества и риски различных типов электронных инструментов, платформ и социальных сетей, выбирая наиболее подходящие для аудитории. 6. Контролировать и оценивать результаты использования цифровых технологий, включая социальные сети.
		Знания: 1. Законодательство Республики Казахстан в области масс-медиа. 2. Принципы работы в пространстве социальных сетей и понимание задач, которые можно решать в них. 3. Принципы коммуникаций со сложными клиентами. 4. Особенности функционирования поисковых систем. 5. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
Навык 3: Участвовать в формировании цены и ассортимента	Умения: 1. Разрабатывать маркетинговую ценовую политику. 2. Отслеживать рынок, изучать тенденции, сравнивать цены конкурентов и анализировать их. 3. Внедрять и совершенствовать ценовую политику. 4. Выбирать стратегию ценообразования.	

		<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Методы ценообразования, стратегия и тактика ценообразования. 2. Инструменты маркетингового ценообразования. 3. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
	Навык 4: Разрабатывать стратегию сбыта продукта/услуги	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализировать рынки сбыта продукта/услуги. 2. Совершенствовать систему распределения (дистрибуции). 3. Работать с информацией и базами данных. 4. Создавать каналы распределения (дистрибуции). 5. Оценивать сбытовую политику организации. <p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Методические, нормативные и другие руководящие материалы в области рекламы, маркетинга, организации сбыта и поставки готовой продукции. 2. Виды каналов товародвижения. 3. Основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса. 4. Методы проведения маркетинговых исследований в области распределения (дистрибуции) и продаж. 5. Подходы к формированию сбытовой политики организации. 6. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
	Навык 5: Прогнозировать продажи	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Составлять прогнозы продаж. 2. Рассчитывать бюджет по продуктам/услугам. 3. Определять объемы продаж. 4. Прогнозировать сбыт продукции. <p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Методика расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства. 2. Методы прогнозирования. 3. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
Требования к личностным компетенциям:	<p>Ответственность Инициативность Результативность Креативность Коммуникативность Гибкость Саморазвитие Эрудированность Активное слушание Социальная восприимчивость</p>	

Список технических регламентов и национальных стандартов:	Не является объектом технического регулирования		
Связь с другими профессиями в рамках ОРК:	Уровень ОРК:	Наименование профессии:	
	5	PR-менеджер	
14. Карточка профессии «Режиссер»:			
Код группы:	2654-2		
Код наименования занятия:	2654-2-007		
Наименование профессии:	Режиссер		
Уровень квалификации по ОРК:	7		
подуровень квалификации по ОРК:	-		
Уровень квалификации по ЕТКС, КС и др типовых квалификационных характеристик:	Связь с ЕТКС или КС отсутствует -		
Уровень профессионального образования:	Уровень образования: послевузовское образование (магистратура, резидентура)	Специальность: Журналистика и информация	Квалификация: -
Требования к опыту работы:	Не требуется		
Связь с неформальным и информальным образованием:	Не требуется		
Другие возможные наименования профессии:	2654-2-008 - Режиссер авторского телевидения 2654-2-010 - Режиссер документальных фильмов 2654-2-015 - Режиссер музыкальных программ 2654-2-016 - Режиссер радиовещания 2654-2-017 - Режиссер телевидения 2654-2-021 - Режиссер-продюсер кино и телевидения 2654-3-002 - Режиссер рекламы и музыкальных клипов		
Основная цель деятельности:	Руководство творческой деятельности всех участников коллективной команды для достижения творческого замысла		
Описание трудовых функций			
Перечень трудовых функций:	Обязательные трудовые функции:	1. Создание медиа продукции по утвержденному сценарию 2. Управление выпуском медиа продукции, обеспечение ее качества	
	Дополнительные трудовые функции:		
Трудовая функция 1: Создание медиа продукции по утвержденному сценарию	Навык 1: Осуществление подготовки и создания материала для утвержденного проекта	Умения:	
		1. Собирать и структурировать информацию из разных источников, в том числе уделяя особое внимание на лучшие достижения отечественного и мирового опыта создания аналогичных (сходных) медиа проектов. 2. Планировать и реализовывать процессы качественной и художественной реализации сценариев в соответствии с критериями их привлекательности для целевой аудитории, соответствия информационной политике масс-медиа, временными и финансовыми ограничениями на реализацию авторской идеи/сценария.	

	<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Задачи и методы, технология и техника режиссуры и актерского мастерства, их содержательная и структурно-композиционная специфика, стилистические особенности. 2. Принципы работы с источниками информации и методы ее сбора. 3. Основы сценического и музыкального оформления постановок, вокального, хорового и хореографического искусства. 4. Современная и классическая драматургия. 5. Психология управления и творческого труда. 6. Основы социологии искусства, сценической технологии. 7. Основы экономики и управления в сфере исполнительских искусств. 8. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
Возможность признания навыка:	Не требуется
<p>Навык 2: Осуществление обработки материала</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Просматривать исходный материал и отбор дублей, в том числе выявление дефектов отдельных дублей. 2. Корректировать в случае отклонений длительности смонтированные сюжеты (фрагменты) от утвержденной в режиссерском сценарии. 3. Проводить нелинейный монтаж. 4. Определять длительность смонтированные фрагменты, идущих под фонограмму, подготовка точной разметки для синхронизации музыкальных акцентов 5. Подбирать дополнительные фонограммы для озвучивания. 6. Монтировать звуковые материалы (музыки, реплик, шумов), синхронизировать с видеорядом совместно со звукорежиссером 7. Оформлять программы, определять и утверждать лиды ("шапки") программы, подбирать заставки 8. Обеспечивать систематизацию и хранение видеозаписей (фонограмм). 9. Обеспечивать оперативную готовность каждого сюжета. 10. Подготавливать материал к просмотру (прослушиванию). 11. Работать с аудио, видео оборудованием и программным обеспечением. <p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Организация процесса и технология создания медиа продукции. 2. Современные технологии монтажа медиа продукции. 3. Нормативные документы и инструкции по проведению монтажа. 4. Современные методы нелинейного монтажа. 5. Аппаратно-программное обеспечение монтажа и типы монтажного оборудования. 6. Нормативные документы, определяющие требования, предъявляемые к телерадиовещанию. 7. Основы теле (радио, интернет) производства. 8. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.

	Возможность признания навыка:	Не требуется
Трудовая функция 2: Управление выпуском медиа продукции, обеспечение ее качества	Навык 1: Обеспечение выпуска телевизионных программ, передач	Умения:
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Управлять человеческим капиталом, в том числе отбирать и принимать творческий персонал. 2. Разрабатывать и утверждать график производства медиапродукции (календарно-постановочного плана), сметы расходов. 3. Управлять процессами подготовки и создания медиа продукции. 4. Управлять обеспечением технической поддержки процессов подготовки и создания медиа продукции. 5. Управлять производством и приемкой-сдачей медиа продукции.
		Знания:
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Законодательство РК о масс-медиа. 2. Основы менеджмента. 3. Основы экономики 4. Политика масс-медиа. 5. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
	Навык 2: Управление качеством телевизионного вещания	Умения:
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Анализировать внедрение передового отечественного и мирового опыта создания медиа продукции. 2. Выявлять потребности производства и работников, распределение обязанностей и ответственности между ними. 3. Принимать решения с учетом социальных и этических норм по вопросам, возникающим в ходе производства (работы). 4. Обеспечивать в процессе производства медиа продукции правильной трактовки авторского замысла. 5. Консультировать авторов в процессе работы над сценарным планом. 6. Разрабатывать режиссерского сценария. 7. Обеспечивать высокий художественный уровень медиапродукта.
		Знания:
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Принципы внедрения передового отечественного и мирового опыта создания медиа продукции. 2. Основы экономики предприятия, производства, труда (работ) и управления. 3. Принципы, методы и технологии кайдзен, наставничества, оценки квалификации, личных и деловых качеств сотрудников и инструменты самоорганизации и самомотивации. 4. Принципы, методы, технологии и инструменты командной работы, межличностных коммуникаций. 5. Финансовый менеджмент. 6. Параметры аппаратно-программного обеспечения, используемого в производственных процессах. 7. Трудовое законодательство, порядок внутреннего трудового распорядка, по безопасности и охране труда, производственной санитарии, требования пожарной безопасности.
	Возможность признания навыка:	Не требуется

Требования к личностным компетенциям:	Ответственность Системное мышление Стрессоустойчивость Критическое мышление Логическое мышление Активное слушание Творческое воображение Широкий кругозор Эрудированность	
Список технических регламентов и национальных стандартов:	Не является объектом технического регулирования	
Связь с другими профессиями в рамках ОРК:	Уровень ОРК:	Наименование профессии:
	8	Главный редактор творческого объединения
	8	Главный режиссер
	8	Генеральный продюсер
	7	Продюсер (общий профиль)
	5	Ассистент режиссера
	5	Монтажер вещания

Глава 4. Технические данные профессионального стандарта

15. Наименование государственного органа:

Министерство культуры и информации Республики Казахстан

Исполнитель:

’,

16. Организации (предприятия) участвующие в разработке:

АО "Республиканская телерадиокорпорация "Казахстан"

Руководитель проекта:

Мыңжасар Айгүл Тілеубалдықызы

Исполнители:

Татанов Мирас, , miras.tatanov@rtrk.kz

17. Отраслевой совет по профессиональным квалификациям: 28.10.2024 г.

18. Национальный орган по профессиональным квалификациям: 25.11.2024 г.

19. Национальная палата предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен»: 20.12.2024 г.

20. Номер версии и год выпуска: версия 3, 2024 г.

21. Дата ориентировочного пересмотра: 12.12.2027 г.