Приказ Министра торговли и интеграции Республики Казахстан от 19 февраля 2026 года № 107-НҚ

Профессиональный стандарт: «Маркетинговая деятельность в оптовой и розничной торговле»

Глава 1. Общие положения

1. Область применения профессионального стандарта: Профессиональный стандарт устанавливает общие требования к знаниям, умениям, навыкам в области анализа рынка и потребительского поведения, разработки и реализации стратегии продвижения товаров и услуг с целью повышения спроса, узнаваемости бренда и увеличения продаж.

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

1) Маркетинг – вид деятельности, направленный на изучение и прогнозирование потребностей рынка, формирование и стимулирование спроса, продвижение и реализацию товаров и услуг с целью удовлетворения интересов потребителей и повышения эффективности деятельности субъектов рынка;

2) Маркетинговые исследования – вид деятельности, направленный на систематический сбор, анализ и интерпретацию информации о рынке, потребителях, конкурентах, товарах и услугах;

3) Реклама – информация, распространённая в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

3. В настоящем профессиональном стандарте применяются следующие сокращения:

1) РК – Республика Казахстан

2) ЕТКС – Единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих;

3) КС – Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих;

4) ОКЭД – Общий государственный классификатор видов экономической деятельности;

5) СМИ – Средства массовой информации.

Глава 2. Паспорт профессионального стандарта

4. Название профессионального стандарта: Маркетинговая деятельность в оптовой и розничной торговле

5. Код профессионального стандарта: M70210101

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

M Профессиональная, научная и техническая деятельность

70 Деятельность головных компаний; консультирование по вопросам управления

70.2 Деятельность по консультированию по вопросам управления

70.21 Деятельность по взаимоотношениям и связью с общественностью

70.21.0 Деятельность по взаимоотношениям и связью с общественностью

M 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: Установление требований к компетенциям и процессуальным навыкам специалистов в сфере анализа рынка и потребительского поведения, разработки и реализации маркетинговых стратегий, организации продвижения товаров и услуг. Профессиональный стандарт включает основные области деятельности: проведение маркетинговых исследований, планирование и реализацию рекламных кампаний, управление продвижением в цифровых и традиционных каналах, оценку эффективности маркетинговых мероприятий и формирование имиджа компании.

8. Перечень карточек профессий:

1) Маркетолог - 4 уровень ОРК

2) Аналитик-маркетолог - 5 уровень ОРК

Глава 3. Карточки профессий

9. Карточка профессии «Маркетолог»:	
Код группы:	2431-1
Код наименования занятия:	2431-1-004
Наименование профессии:	Маркетолог
Уровень квалификации по ОРК:	4

подуровень квалификации по ОРК:			
Уровень квалификации по ЕТКС, КС и др типовых квалификационных характеристик:			
Уровень профессионального образования:	Уровень образования: ТиПО (специалист среднего звена)	Специальность: Маркетинг (по отраслям)	Квалификация: Маркетолог
Требования к опыту работы:			
Связь с неформальным и информальным образованием:	Рекомендуется дополнительное профессиональное образование: - краткосрочные курсы повышения квалификации; - модульные программы переподготовки.		
Другие возможные наименования профессии:	2431-1-005 - Специалист по маркетингу 2431-1-007 - Специалист по ценовому маркетинговому исследованию 2431-1-003 - Консультант по маркетингу 3322-2-001 - Агент по продажам		
Основная цель деятельности:	Разработка и реализация маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение товаров и услуг, формирование положительного имиджа компании, повышение узнаваемости бренда, стимулирование спроса и обеспечение роста продаж.		
Описание трудовых функций			
Перечень трудовых функций:	Обязательные трудовые функции:	1. Проведение маркетинговых исследований и анализ рынка 2. Разработка и реализация маркетинговых мероприятий 3. Подготовка аналитической отчётности и оценка эффективности маркетинговых решений	
	Дополнительные трудовые функции:		
Трудовая функция 1: Проведение маркетинговых исследований и анализ рынка	Навык 1: Сбор и систематизация информации о рынке, конкурентах и целевой аудитории	Умения:	
		1. Собирать данные из открытых источников, статистических баз, CRM и опросов; 2. Анализировать достоверность и актуальность информации; 3. Формировать аналитические таблицы и краткие отчёты.	
		Знания:	
		1. Методов количественных и качественных исследований; 2. Принципов анализа конкурентной среды; 3. Основ статистической обработки данных.	
	Возможность признания навыка:	Не требуется	
	Навык 2: Анализ потребительского поведения и тенденций спроса	Умения:	
		1. Выявлять предпочтения и мотивацию покупателей; 2. Определять целевые сегменты и их характеристики; 3. Оценивать динамику и сезонность продаж.	

		Знания:
		1. Принципов сегментации рынка и позиционирования; 2. Методов изучения поведения потребителей; 3. Факторов, влияющих на спрос.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
Трудовая функция 2: Разработка и реализация маркетинговых мероприятий	Навык 1: Планирование маркетинговых активностей и коммуникаций	Умения:
		1. Разрабатывать планы рекламных, PR и digital-кампаний; 2. Определять целевые каналы продвижения; 3. Формулировать цели и критерии эффективности (KPI).
		Знания:
		1. Основ планирования маркетинговых стратегий; 2. Инструментов продвижения и коммуникаций; 3. Принципов формирования имиджа бренда.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
	Навык 2: Реализация и координация маркетинговых мероприятий	Умения:
		1. Организовывать проведение рекламных и PR-акций; 2. Взаимодействовать с подрядчиками и СМИ; 3. Контролировать сроки, бюджет и качество выполнения.
		Знания:
		1. Основ организации маркетинговых проектов; 2. Методов оценки эффективности кампаний; 3. Правил взаимодействия с подрядчиками и заказчиками.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
Трудовая функция 3: Подготовка аналитической отчётности и оценка эффективности маркетинговых решений	Навык 1: Подготовка аналитических отчётов и презентаций	Умения:
		1. Формировать отчёты и аналитические сводки по маркетинговым мероприятиям; 2. Визуализировать данные в таблицах, графиках и презентациях; 3. Представлять результаты анализа руководству.
		Знания:
		1. Основ управленческой отчётности; 2. Принципов визуализации и интерпретации данных; 3. Цифровых инструментов анализа (Excel, Power BI).
	Возможность признания навыка:	Не требуется

	Навык 2: Анализ и оценка результативности маркетинговых мероприятий	Умения:	
		1. Рассчитывать показатели ROI, LTV, CAC и анализировать динамику продаж; 2. Выявлять успешные и неэффективные каналы продвижения; 3. Готовить рекомендации по оптимизации маркетинговых стратегий.	
		Знания:	
		1. Методов оценки эффективности маркетинговой деятельности; 2. Принципов построения KPI и аналитических моделей; 3. Подходов к оптимизации рекламных расходов.	
	Возможность признания навыка:	Не требуется	
Требования к личностным компетенциям:	Ответственность Стрессоустойчивость Целеустремленность Дисциплинированность Добропорядочность		
Список технических регламентов и национальных стандартов:			
Связь с другими профессиями в рамках ОРК:	Уровень ОРК:	Наименование профессии:	
	10. Карточка профессии «Аналитик-маркетолог»:		
Код группы:	2431-1		
Код наименования занятия:	2431-1-002		
Наименование профессии:	Аналитик-маркетолог		
Уровень квалификации по ОРК:	5		
подуровень квалификации по ОРК:			
Уровень квалификации по ЕТКС, КС и др типовых квалификационных характеристик:			
Уровень профессионального образования:	Уровень образования: послесреднее образование (прикладной бакалавриат)	Специальность: Маркетинг (по отраслям)	Квалификация: Маркетолог
Требования к опыту работы:			
Связь с неформальным и информальным образованием:	Рекомендуется дополнительное профессиональное образование: - краткосрочные курсы повышения квалификации; - модульные программы переподготовки.		
Другие возможные наименования профессии:	2431-1-001 - Аналитик маркетинговых кампаний 2431-1-006 - Специалист по прогнозам рынка		
Основная цель деятельности:	Анализ и оценка эффективности маркетинговых и рекламных кампаний проведение маркетинговых исследований, исследование перспективных рынков сбыта.		
Описание трудовых функций			

Перечень трудовых функций:	Обязательные трудовые функции:	1. Проведение аналитики маркетинговых кампаний 2. Сбор и обработка маркетинговых данных 3. Анализ рынка, аудитории и поведения потребителей 4. Подготовка аналитических отчётов и рекомендаций
	Дополнительные трудовые функции:	
Трудовая функция 1: Проведение аналитики маркетинговых кампаний	Навык 1: Анализ показателей эффективности кампаний	Умения:
		1. Анализировать KPI рекламных кампаний (CTR, CPC, CPA, ROI); 2. Проводить сопоставление фактических результатов с плановыми; 3. Определять факторы, влияющие на эффективность; 4. Формировать аналитические выводы и рекомендации.
		Знания:
		1. Ключевые показатели эффективности маркетинга; 2. Методы анализа рекламных и digital-кампаний; 3. Принципы медиапланирования; 4. Основы performance-аналитики.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
	Навык 2: Анализ каналов продвижения	Умения:
		1. Сравнивать эффективность разных каналов коммуникаций; 2. Проводить A/B-тестирование; 3. Выявлять «узкие места» и точки потерь; 4. Формировать предложения по оптимизации каналов.
		Знания:
		1. Методы сравнительного анализа; 2. Инструменты работы с digital-каналами; 3. Критерии оценки рекламных платформ; 4. Основы кросс-канальной аналитики.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
Трудовая функция 2: Сбор и обработка маркетинговых данных	Навык 1: Сбор данных для аналитики	Умения:
		1. Собирать данные из CRM, BI-систем, рекламных кабинетов; 2. Проверять корректность и полноту информации; 3. Структурировать данные для последующей обработки; 4. Объединять данные из разных источников.
		Знания:
		1. Источники маркетинговой информации; 2. Правила формирования массивов данных; 3. Методы предварительной проверки данных; 3. Принципы классификации показателей.
	Возможность признания навыка:	Не требуется

	Навык 2: Обработка и структурирование данных	Умения:
		1. Формировать сводные таблицы; 2. Использовать инструменты анализа (Excel, Power BI); 3. Создавать графики и разрезы данных; 4. Проводить первичную статистическую обработку.
		Знания:
		1. Основы статистики и обработки массивов данных; 2. Методы визуализации аналитической информации; 4. Правила подготовки аналитических наборов данных.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
Трудовая функция 3: Анализ рынка, аудитории и поведения потребителей	Навык 1: Сегментация и профилирование аудитории	Умения:
		1. Делить аудиторию на сегменты по соцдем и поведению; 2. Формировать клиентские портреты; 3. Выявлять ключевые паттерны поведения; 4. Оценивать изменения предпочтений потребителей.
		Знания:
		1. Методы сегментации рынка; 2. Модели потребительского поведения; 3. Подходы к построению профилей ЦА; 4. Методы оценки спроса.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
	Навык 2: Анализ конкурентов и рыночных тенденций	Умения:
		1. Изучать активность конкурентов; 2. Сравнивать их предложения и коммуникации; 3. Анализировать динамику продаж и рыночных показателей; 4. Определять тенденции развития рынка.
		Знания:
		1. Методы конкурентного анализа; 2. Принципы рыночной аналитики; 3. Показатели, характеризующие рынок; 4. Основы прогностической оценки.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
Трудовая функция 4: Подготовка аналитических отчётов и рекомендаций	Навык 1: Формирование аналитических материалов	Умения:
		1. Составлять аналитические отчёты и презентации; 2. Визуализировать данные (графики, диаграммы); 3. Представлять результаты анализа руководству; 4. Формировать краткие выводы и тезисы.

		Знания:
		1. Стандарты аналитической отчётности; 2. Методы визуализации и презентации информации; 3. Правила подготовки деловых материалов; 4. Инструменты презентационной аналитики.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
	Навык 2: Разработка аналитических рекомендаций	Умения:
		1. Формулировать рекомендации по улучшению кампаний; 2. Оценивать последствия предложенных изменений; 3. Подготавливать варианты оптимизации бюджета; 4. Давать рекомендации по каналам продвижения.
		Знания:
		1. Методы оптимизации маркетинговых решений; 2. Принципы построения KPI; 3. Основы планирования маркетинговых мероприятий; 4. Подходы к анализу рисков.
	Возможность признания навыка:	Не требуется
Требования к личностным компетенциям:	Ответственность Стрессоустойчивость Целеустремленность Дисциплинированность Добропорядочность	
Список технических регламентов и национальных стандартов:		
Связь с другими профессиями в рамках ОРК:	Уровень ОРК:	Наименование профессии:

Глава 4. Технические данные профессионального стандарта

11. Наименование государственного органа:
Министерство торговли и интеграции Республики Казахстан
Исполнитель:
Рахметова Ақерке Байғалиқызы, +7 (777) 101 10 70, a.rakhmetova@mti.gov.kz
12. Организации (предприятия) участвующие в разработке:
Акционерное общество «Центр развития торговой политики «QazTrade»;
Руководитель проекта:
А. Абдрашов
Номер телефона: +7 (702) 830 06 30
Исполнители:
А. Жалмахамбетова, +7 (702) 702 97 97,
13. Отраслевой совет по профессиональным квалификациям: 3 , 25.11.2025 г.
14. Национальный орган по профессиональным квалификациям: 30.12.2025 г.
15. Национальная палата предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен»: 23.12.2025 г.
16. Номер версии и год выпуска: версия 1, 2029 г.
17. Дата ориентировочного пересмотра: 31.12.2029 г.