

Об утверждении профессионального стандарта "Специалист в области маркетинга детских товаров"

Приказ · № 759н · от 22.10.2021 · Министерство труда и социальной защиты · Действует без изменений

МИНИСТЕРСТВО ТРУДА И СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ПРИКАЗ

МОСКВА

22 октября 2021 г. № 759н

Об утверждении профессионального стандарта "Специалист в области маркетинга детских товаров"

Зарегистрирован Минюстом России 25 ноября 2021 г.

Регистрационный № 65975

В соответствии с пунктом 16 Правил разработки и утверждения профессиональных стандартов, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. № 23 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, № 4, ст. 293; 2014, № 39, ст. 5266), приказываю:

1. Утвердить прилагаемый профессиональный стандарт "Специалист в области маркетинга детских товаров".

2. Признать утратившими силу:

приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 26 декабря 2014 г. № 1176н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист в области маркетинга детских товаров" (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 23 января 2015 г., регистрационный № 35690);

пункт 192 Изменений, вносимых в некоторые профессиональные стандарты, утвержденные приказами Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации, утвержденных приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный № 45230).

3. Установить, что настоящий приказ вступает в силу с 1 марта 2022 г. и действует до 1 марта 2028 г.

Министр А.О.Котяков

УТВЕРЖДЕН

приказом Министерства труда
и социальной защиты
Российской Федерации
от 22 октября 2021 г. № 759н

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

Специалист в области маркетинга детских товаров

325

Регистрационный номер

Содержание

I. Общие сведения

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

III. Характеристика обобщенных трудовых функций

3.1. Обобщенная трудовая функция "Проведение маркетингового исследования для сбыта и продвижения на рынке детских товаров"

3.2. Обобщенная трудовая функция "Разработка и реализация маркетинговых программ для детских товаров"

3.3. Обобщенная трудовая функция "Организация маркетинговой деятельности для сбыта детских товаров"

IV. Сведения об организациях - разработчиках профессионального стандарта

I. Общие сведения

Планирование и исполнение маркетинговых мероприятий в области детских товаров

21.003

(наименование вида профессиональной деятельности)

Код

Основная цель вида профессиональной деятельности:

Разработка и реализация комплекса мер и подходов, обеспечивающих организацию маркетинговой деятельности в области детских товаров и эффективное управление ею

Группа занятий:1221Руководители служб по маркетингу и сбыту2431Руководители служб по маркетингу и сбыту

(код ОКЗ 1)

(наименование)

(код ОКЗ)

(наименование)

Отнесение к видам экономической деятельности:72.20Научные исследования и разработки в области общественных и гуманитарных наук

73.20Исследование конъюнктуры рынка и изучение общественного мнения

(код ОКВЭД 2)

(наименование вида экономической деятельности)

1 Общероссийский классификатор занятий.

2 Общероссийский классификатор видов экономической деятельности.

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

Обобщенные трудовые функцииТрудовые функции

коднаименованиеуровень квалификациинаименованиекодуровень (подуровень) квалификации

А

Проведение маркетингового исследования для сбыта и продвижения на рынке детских товаров6

Подготовка к проведению маркетингового исследования для сбыта и продвижения на рынке детских товаровА/01.66

Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга в области детских товаровА/02.66

В

Разработка и реализация маркетинговых программ для детских товаровб

Создание нематериальных активов (брендов) в области детских товаров и управление имиВ/01.66

Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации, работающей в области детских товаровВ/02.66

Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации, работающей в области детских товаровВ/03.66

С

Организация маркетинговой деятельности для сбыта детских товаров7

Формирование маркетинговой стратегии организации, работающей в области детских товаровС/01.77

Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации, работающей в области детских товаровС/02.77

III. Характеристика обобщенных трудовых функций

3.1. Обобщенная трудовая функция

Наименование

Проведение маркетингового исследования для сбыта и продвижения на рынке детских товаровКодАУровень
квалификацииб

Происхождение обобщенной трудовой функции

Оригинал

ХЗаимствовано из оригинала

Код оригинала

Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей, профессий

Маркетолог детских товаров

Специалист по маркетингу детских товаров

Требования к образованию и обучениюСреднее профессиональное образование - программы подготовки специалистов среднего звена и дополнительное профессиональное образование в сфере маркетинга детских товаров
или

Высшее образование - бакалавриат и дополнительное профессиональное образование в сфере маркетинга детских товаров

Требования к опыту практической работыНе менее одного года в сфере маркетинга при наличии среднего профессионального образования

Особые условия допуска к работе-

Другие характеристикиРекомендуется один раз в три года дополнительное профессиональное образование - программы повышения квалификации в сфере маркетинга детских товаров

Дополнительные характеристики

Наименование документа

Код

Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности

ОКЗ2431Специалисты по рекламе и маркетингу

ЕКС 3 -Специалист по маркетингу

ОКПДТР 4 26585Специалист по маркетингу

ОКСО 5 5.38.02.01Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

5.38.02.04Коммерция (по отраслям)

5.38.02.05Товароведение и экспертиза качества
потребительских товаров

5.38.03.01Экономика

5.38.03.06Торговое дело

5.38.03.07Товароведение

5.39.03.01Социология

5.42.03.01Реклама и связи с общественностью

3 Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих.

4 Общероссийский классификатор профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов.

5 Общероссийский классификатор специальностей по образованию.

3.1.1. Трудовая функция

Наименование

Подготовка к проведению маркетингового исследования для сбыта и продвижения на
рынке детских товаровКодА/01.6Уровень

(подуровень)

квалификацииб

Происхождение трудовой функции

Оригинал

ХЗаимствовано из оригинала

Код оригинала

Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия

Выявление проблем и формулирование целей исследования в области маркетинга детских товаров

Планирование проведения маркетингового исследования в области детских товаров

Определение маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные
результаты исследования, для продвижения детских товаров на рынке

Подготовка и согласование плана проведения маркетингового исследования в области производства
и сбыта детских товаров

Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации, в том числе о рынках сбыта детских
товаров, потребительских предпочтениях

Анализ конъюнктуры рынка детских товаров

Разработка технического задания для проведения маркетингового исследования в области производства, продвижения и сбыта детских товаров

Подготовка документов, сопровождающих процесс проведения маркетингового исследования в области детских товаров, установление сроков проведения маркетингового исследования и требований к проведению маркетингового исследования

Мониторинг изменений нормативных правовых актов в сфере маркетинга и рекламы

Необходимые умения

Применять методы сбора, средства хранения и обработки информации для проведения маркетингового исследования детских товаров

Определять и использовать маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования в области детских товаров

Разрабатывать комплексный план проведения маркетингового исследования в области детских товаров

Анализировать текущую рыночную конъюнктуру детских товаров

Составлять техническое задание для выполнения маркетингового исследования в области детских товаров

Необходимые знания

Основы менеджмента, социологии, педагогики, детской и родительской психологии

Нормативные правовые акты Российской Федерации, регулирующие маркетинговую деятельность

Российские, межгосударственные и международные требования, регулирующие маркетинговую деятельность, в том числе требования и профессиональные кодексы международных маркетинговых союзов и объединений

Порядок проведения социологических исследований

Основы системного анализа

Программные продукты для выполнения статистических расчетов маркетингового исследования

Правовые основы интеллектуальной собственности

Требования охраны и безопасности труда

Этика делового общения и правила ведения переговоров

Другие характеристики

Необходимые этические нормы:

- соблюдать конфиденциальность информации;
- соблюдать этику делового общения;
- не разглашать материалы рабочих исследований;
- не создавать конфликтные ситуации на рабочем месте;
- не совершать действий, которые дискредитируют профессию, репутацию коллег и иных организаций

3.1.2. Трудовая функция

Наименование

Проведение маркетингового исследования
с использованием инструментов комплекса

маркетинга в области детских товаровКодА/02.6Уровень
(подуровень)
квалификацииб

Происхождение трудовой функции

Оригинал

ХЗаимствовано из оригинала

Код оригинала

Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия

Планирование и организация сбора первичной и вторичной информации, используемой при проведении маркетингового исследования в области детских товаров

Обработка и систематизация полученных маркетинговых данных о рынке детских товарах с помощью методов математической статистики

Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований в области детских товаров

Формирование предложений по совершенствованию товарной политики в области детских товаров

Формирование предложений по совершенствованию ценовой политики в области детских товаров

Формирование предложений по совершенствованию систем продвижения, сбыта и продаж детских товаров

Подготовка рекомендаций по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга в области детских товаров

Необходимые умения

Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации в области детских товаров

Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков детских товаров

Работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования

Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга

Создавать отчеты по результатам проведенного маркетингового исследования

Необходимые знания

Нормативные правовые акты Российской Федерации, регулирующие маркетинговую деятельность

Российские, межгосударственные и международные требования, регулирующие маркетинговую деятельность, в том числе требования и профессиональные кодексы международных маркетинговых союзов и объединений

Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики

Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка детских товаров и услуг

Методы проведения маркетингового исследования

Методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства

детских товаров

Основы социологии

Основы педагогики

Основы родительской психологии

Требования охраны и безопасности труда

Этика делового общения и правила ведения переговоров

Другие характеристики

Необходимые этические нормы:

- соблюдать конфиденциальность информации;
- соблюдать этику делового общения;
- не разглашать материалы рабочих исследований;
- не создавать конфликтные ситуации на рабочем месте;
- не совершать действий, которые дискредитируют профессию, репутацию коллег и иных организаций

3.2. Обобщенная трудовая функция

Наименование

Разработка и реализация маркетинговых программ для детских товаровКодВУровень
квалификацииб

Происхождение обобщенной трудовой функции

Оригинал

ХЗаимствовано из оригинала

Код оригинала

Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей, профессийКатегорийный менеджер

Ассортиментный менеджер

Ведущий маркетолог детских товаров

Главный маркетолог детских товаров

Требования к образованию и обучениюВысшее образование - бакалавриат и дополнительное профессиональное образование в сфере маркетинга детских товаров

Требования к опыту практической работыНе менее одного года в сфере маркетинга детских товаров

Не менее двух лет в сфере маркетинга детских товаров для ведущего маркетолога детских товаров

Не менее трех лет в сфере маркетинга детских товаров для главного маркетолога детских товаров

Особые условия допуска к работе-

Другие характеристикиРекомендуется один раз в три года дополнительное профессиональное образование - программы повышения квалификации в сфере маркетинга детских товаров

Дополнительные характеристики

Наименование документа

Код

Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности

ОК32431Специалисты по рекламе и маркетингу

ЕКС-Специалист по маркетингу

ОКПДТР24068Менеджер (в подразделениях (службах) по маркетингу и сбыту продукции)

26585Специалист по маркетингу

ОКСО5.38.03.01Экономика

5.38.03.05Бизнес-информатика

5.38.03.06Торговое дело

5.38.03.07Товароведение

5.39.03.01Социология

5.42.03.01Реклама и связи с общественностью

3.2.1. Трудовая функция

Наименование

Создание нематериальных активов (брендов) в области детских товаров и управление ими

КодВ/01.6Уровень

(подуровень)

квалификацииб

Происхождение трудовой функции

Оригинал

ХЗаимствовано из оригинала

Код оригинала

Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия

Создание нематериальных активов (брендов) в области детских товаров и управление ими

Разработка мер по внедрению новых брендов, товаров (услуг) для детей

Реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей нематериальных активов (брендов) в области детских товаров

Тестирование маркетинговых программ на новые детские бренды и товары с учетом требований социальной ответственности, психологической и физической безопасности детей, подготовка предложений по доработке по результатам тестирования

Реализация и совершенствование ассортиментной политики организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров

Проведение коммуникационных (рекламных) кампаний по продвижению детских брендов

Разработка технических заданий на создание фирменного стиля брендов детских товаров, организации

Реализация программ повышения потребительской лояльности к детским брендам, товарам

Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении детских брендов, товаров

Подготовка рекомендаций по установлению обоснованных цен, надбавок и скидок для групп клиентов на различные виды детских брендов, товаров в соответствии с тенденциями рынка

Контроль цен на детские товары, подготовка предложений по изменению и корректировке стратегий и политик ценообразования в ответ на изменения поведения потребителей, конкурентов и торговых партнеров

Необходимые умения

Определять конкурентоспособный ассортимент детских товаров и услуг организации

Проводить потребительские тестирования и пробные продажи товара с учетом особенностей детской психологии

Анализировать изменения нормативных правовых актов в сфере маркетинга и рекламы

Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок

Производить оценку стоимости брендов детских товаров

Использовать инструменты проектного управления успешными брендами детских товаров

Выводить на рынок и продвигать новые виды брендов для детей с учетом уникальной специфики продвижения различных групп детских товаров

Взаимодействовать с группами покупателей и потребителей детских брендов и товаров (детьми, родителями, членами семьи, сотрудниками детских учреждений) и агентами влияния (общественными организациями, органами социальной защиты детей)

Необходимые знания

Методы изучения внутреннего и внешнего рынка детских товаров, его потенциала и тенденций развития

Методы и процедуры тестирования товаров, нематериальных активов (брендов)

Специализированные программные продукты для сбора и обработки маркетинговой информации, выполнения расчетов стоимости брендов детских товаров

Основы управления проектами разработки новых детских брендов, товаров и проектными рисками

Основные процессы (порядок) разработки новых детских брендов, товаров (основы дизайна, конструирования, разработки программного обеспечения в зависимости от типа товара)

Основы педагогики

Основы возрастной психологии

Физиология и гигиена детей

Законодательное регулирование разработки и продвижения детских товаров, российские и международные системы сертификации и лицензирования детских товаров в рамках таможенных, международных торговых союзов и объединений

Российские, межгосударственные и международные требования, регулирующие маркетинговую деятельность, в том числе требования и профессиональные кодексы международных маркетинговых союзов и объединений

Основные этапы разработки новых детских товаров и модели вывода на рынок и продвижения новых детских товаров

Организационные и финансово-экономические аспекты процессов разработки нового товара для детей

Законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности

Требования охраны и безопасности труда

Этика делового общения и правила ведения переговоров

Другие характеристики

Необходимые этические нормы:

- соблюдать конфиденциальность информации;
- соблюдать этику делового общения;
- не разглашать материалы рабочих исследований;
- не создавать конфликтные ситуации на рабочем месте;
- не совершать действий, которые дискредитируют профессию, репутацию коллег и иных организаций

3.2.2. Трудовая функция

Наименование

Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации, работающей в области детских товаровКодВ/02.6Уровень (подуровень) квалификацииб

Происхождение трудовой функции

Оригинал

ХЗаимствовано из оригинала

Код оригинала

Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действияФормирование средств и каналов распределения (дистрибуции) для взаимодействия с поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации, осуществляющей деятельность в области производства и (или) сбыта детских товаров

Разработка комплексной системы распределения (дистрибуции) в организации, осуществляющей деятельность в области производства и (или) сбыта детских товаров

Разработка сбытовой политики организации, осуществляющей деятельность в области производства и (или) сбыта детских товаров

Совершенствование системы распределения (дистрибуции) в организации, осуществляющей деятельность в области производства и (или) сбыта детских товаров

Необходимые уменияИспользовать информационные базы данных системы распределения сбытовой политики в организации, осуществляющей деятельность в области производства и (или) сбыта детских товаров

Выполнять маркетинговые действия по выбору каналов распределения (дистрибуции)

Создавать каналы распределения (дистрибуции) в организации, осуществляющей деятельность в области производства и (или) сбыта детских товаров

Оценивать результативность каналов распределения (дистрибуции)

Производить оценку сбытовой политики организации, осуществляющей деятельность в области производства и (или) сбыта детских товаров

Управлять продажами детских товаров

Оперативно реагировать на меняющуюся конъюнктуру рынка детских товаров с учетом изменений потребностей основных категорий потребителей (детей, родителей и специалистов детских учреждений) и результатов анализа оборачиваемости склада

Необходимые знания Методы проведения маркетинговых исследований в области распределения (дистрибуции) и продаж

Подходы к формированию сбытовой политики организации в области детских товаров

Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации

Российские, межгосударственные и международные требования, регулирующие маркетинговую деятельность, в том числе требования и профессиональные кодексы международных маркетинговых союзов и объединений

Законодательное регулирование продвижения детских товаров, российские и международные системы сертификации и лицензирования детских товаров в рамках таможенных, международных торговых союзов и объединений

Требования охраны и безопасности труда

Этика делового общения и правила ведения переговоров

Другие характеристики

Необходимые этические нормы:

- соблюдать конфиденциальность информации;
- соблюдать этику делового общения;
- не разглашать материалы рабочих исследований;
- не создавать конфликтные ситуации на рабочем месте;
- не совершать действий, которые дискредитируют профессию, репутацию коллег и иных организаций

3.2.3. Трудовая функция

Наименование

Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации, работающей в области детских товаров Код В/03.6 Уровень (подуровень) квалификации б

Происхождение трудовой функции

Оригинал

Х Заимствовано из оригинала

Код оригинала

Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия

Разработка системы маркетинговых коммуникаций организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров

Разработка и проведение коммуникационных кампаний организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров

Формирование каналов коммуникации с потребителями детских товаров, брендов (услуг)

Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров

Формирование имиджа и деловой репутации организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров

Подготовка мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров

Разработка рекламных акций по стимулированию продаж детских товаров, брендов

Работа с инструментами прямого маркетинга детских товаров

Анализ изменений нормативных правовых актов, требований в сфере маркетинга и рекламы

Подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в области детских товаров для принятия управленческих решений

Необходимые умения

Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании в области детских товаров

Формировать имидж и деловую репутацию организации, работающей в области детских товаров

Продвигать детские товары (услуги) организации на рынок

Совершенствовать бизнес-процессы коммуникационной политики организации, работающей в области детских товаров

Выстраивать систему коммуникаций в организации, работающей в области детских товаров, на уровне стратегий

Производить анализ результативности коммуникационной политики в области детских товаров

Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики в области детских товаров

Необходимые знания

Инструменты маркетинговых коммуникаций в области детских товаров

Стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации, работающей в области детских товаров

Стратегическое и оперативное планирование

Рекламное дело

Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации

Правовые основы интеллектуальной собственности

Требования охраны и безопасности труда

Этика делового общения и правила ведения переговоров

Другие характеристики

Необходимые этические нормы:

- соблюдать конфиденциальность информации;
- соблюдать этику делового общения;
- не разглашать материалы рабочих исследований;

- не создавать конфликтные ситуации на рабочем месте;
- не совершать действий, которые дискредитируют профессию, репутацию коллег и иных организаций

3.3. Обобщенная трудовая функция

Наименование

Организация маркетинговой деятельности для сбыта детских товаровКодСУровень
квалификации7

Происхождение обобщенной трудовой функции

Оригинал

ХЗаимствовано из оригинала

Код оригинала

Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей, профессийДиректор по маркетингу

Директор маркетинговой службы

Руководитель подразделения маркетинга

Требования к образованию и обучениюВысшее образование - магистратура или специалитет
или

Высшее образование - магистратура или специалитет (непрофильное) и дополнительное
профессиональное образование в сфере маркетинга детских товаров

Требования к опыту практической работыНе менее трех лет в области маркетинга детских товаров, в
том числе не менее одного года в области управления персоналом

Особые условия допуска к работе-

Другие характеристикиРекомендуется один раз в три года дополнительное профессиональное
образование - программы повышения квалификации в сфере маркетинга детских товаров и
управления персоналом

Дополнительные характеристики

Наименование документа

Код

Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности

ОКЗ1221Руководители служб по маркетингу и сбыту

ЕКС-Начальник отдела маркетинга

ОКПДТР220473Заведующий отделом (по маркетингу и сбыту продукции)

24698Начальник отдела (по маркетингу и сбыту продукции)

ОКСО5.38.04.01Экономика

5.38.04.05Бизнес-информатика

5.38.04.06Торговое дело

5.38.04.07Товароведение

5.39.04.01Социология

5.42.04.01Реклама и связи с общественностью

3.3.1. Трудовая функция

Наименование

Формирование маркетинговой стратегии организации, работающей в области детских товаров
КодС/01.7Уровень
(подуровень)
квалификации7

Происхождение трудовой функции

Оригинал

ХЗаимствовано из оригинала

Код оригинала

Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия

Организация текущих бизнес-процессов маркетинговой службы и проектной деятельности организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров

Создание и развитие стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров

Создание и развитие операционной системы для выполнения маркетинговых функций в организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров

Оптимизация операционной и организационной структур маркетинговой службы организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров

Формирование сред и каналов онлайн- и офлайн-коммуникаций с детьми, родителями и специалистами, регулярно взаимодействующими с детьми

Контроль проведения коммуникационных кампаний (рекламных мероприятий, конкурсов), соответствующих целевой возрастной и гендерной группе детей, с учетом культурных и социальных особенностей потребителей, а также этических принципов и законодательных норм информационной безопасности детей

Интеграция маркетинговых коммуникаций в детские коммуникативные среды (детские учреждения, специализированные детские средства массовой информации, детские интернет-сообщества, детские общественные организации)

Анализ эффективности коммуникационных кампаний и получение обратной связи с целью актуализации потребностей и желаний потребителей с учетом возрастных групп и особенностей целевой аудитории

Контроль создания каналов коммуникаций и осуществления эффективных коммуникаций с детьми, родителями и специалистами, регулярно взаимодействующими с детьми

Необходимые умения

Разрабатывать маркетинговую стратегию организации в области детских товаров

Анализировать нормативные правовые акты и изменения требований в сфере маркетинга и рекламы

Прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации в области детских товаров

Выстраивать систему взаимодействия маркетинговой службы с подразделениями организации в области детских товаров

Реализовывать альтернативные маркетинговые стратегии организации в области детских товаров

Необходимые знания

Методика проведения комплексного маркетингового исследования в области детских товаров

Основы бизнес-планирования

Основы менеджмента

Особенности риск-менеджмента

Инструменты бренд-менеджмента

Стратегическое и оперативное планирование

Методы и стратегии ценообразования детских товаров

Логистика и сбыт детских товаров

Методы управления проектами в области детских товаров

Основные модели, методы, средства и информационно-коммуникационные технологии для реализации внешних и внутренних коммуникаций с детьми, родителями и специалистами, регулярно взаимодействующими с детьми

Социально приемлемые инструменты рекламы и маркетинга в области детских товаров

Законодательство Российской Федерации и международные законодательные нормы, стандарты и этические принципы безопасной информационно-коммуникационной деятельности с социально чувствительными аудиториями

Российские, межгосударственные и международные требования, регулирующие маркетинговую деятельность, в том числе требования и профессиональные кодексы международных маркетинговых союзов и объединений

Российское и международное законодательство в области интеллектуальной собственности

Основы педагогики

Детская психология и социология

Детская журналистика

Требования охраны и безопасности труда

Этика делового общения и правила ведения переговоров

Другие характеристики

Необходимые этические нормы:

- соблюдать конфиденциальность информации;
- соблюдать этику делового общения;
- не разглашать материалы рабочих исследований;
- не создавать конфликтные ситуации на рабочем месте;
- не совершать действий, которые дискредитируют профессию, репутацию коллег и иных организаций

3.3.2. Трудовая функция

Наименование

Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации, работающей в области детских товаров

КодС/02.7Уровень

(подуровень)

квалификации⁷

Происхождение трудовой функции

Оригинал

ХЗаимствовано из оригинала

Код оригинала

Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия

Подготовка предложений по работе и разработка планов работы маркетинговой службы организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров

Согласование и реализация планов маркетинговой поддержки системы продаж в организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров

Согласование и реализация плана маркетинга организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров

Контроль проведения коммуникационных (рекламных) кампаний по продвижению детских брендов

Контроль создания нематериальных активов (брендов) в области детских товаров, фирменного стиля и имиджа организации в области детских товаров

Контроль системы распределения (дистрибуции) в организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров

Подготовка и защита отчетов о работе маркетинговой службы перед руководящими органами и лицами организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров

Анализ нормативных правовых актов и мониторинг изменений требований в сфере маркетинга и рекламы

Необходимые умения

Планировать деятельность маркетинговой службы организации в области детских товаров

Планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов в области детских товаров

Производить оценку результативности маркетинговых программ в области детских товаров

Применять методы контроля маркетинговой деятельности организации в области детских товаров

Выявлять изменения нормативных правовых актов и требований в сфере маркетинга и рекламы
Необходимые знания

Основы бизнес-планирования

Инструменты риск-менеджмента

Методы управления бизнес-процессами в области детских товаров

Методы и организационные возможности управления изменениями

Методы управления проектами в области детских товаров

Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности

Российское и международное законодательство в области интеллектуальной собственности

Современные подходы к формированию деловой репутации и корпоративного имиджа с учетом специфики рынка детских товаров

Факторы, влияющие на процесс формирования успешной деловой репутации на рынке детских товаров

Роль корпоративной репутации для организации в области детских товаров

Принципы социальной ответственности бизнеса в области детских товаров

Этика делового общения и правила ведения переговоров

Другие характеристики

Необходимые этические нормы:

- соблюдать конфиденциальность информации;
- соблюдать этику делового общения;
- не разглашать материалы рабочих исследований;
- не создавать конфликтные ситуации на рабочем месте;
- не совершать действий, которые дискредитируют профессию, репутацию коллег и иных организаций

IV. Сведения об организациях - разработчиках профессионального стандарта

4.1. Ответственная организация-разработчик

Торгово-промышленная палата Российской Федерации, город Москва

Вице-президент

Фатеев Максим Альбертович

4.2. Наименования организаций-разработчиков

1АНО "Центр оценки квалификации", город Москва

2Ассоциация предприятий индустрии детских товаров, город Москва

3ФГБОУ ВО "Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина", город Москва

4ФГБУ "ВНИИ труда" Минтруда России, город Москва

5Фонд развития профессиональных квалификаций Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, город Москва