

Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации"

Приказ · № 535н · от 04.08.2014 · Министерство труда и социальной защиты · Действует без изменений

ПРИКАЗ

МИНИСТЕРСТВА ТРУДА И СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

от 4 августа 2014 г. N 535н

Об утверждении профессионального стандарта

"Специалист по продвижению и распространению продукции
средств массовой информации"

Зарегистрирован Минюстом России 4 сентября 2014 г.

Регистрационный N 33973

В соответствии с пунктом 22 Правил разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. N 23 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, N 4, ст. 293), приказываю:

Утвердить прилагаемый профессиональный стандарт "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации".

Министр

М.А.Топилин

Приложение

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации

|-----|

| 112 |

|-----|

Регистрационный

номер

I. Общие сведения

Организация продвижения и распространения продукции |-----| средств массовой информации
(СМИ), включая печатные | 06.009 | издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания |----
---| _____ Код

(наименование вида профессиональной деятельности)

Основная цель вида профессиональной деятельности: |-----|

| Содействие формированию и удовлетворению потребительского | |спроса на продукцию СМИ,
включая печатные издания, телевизионные | |и радиопрограммы, сетевые издания | |-----
-----|

Группа занятий: |-----|-----|-----|-----| | 2413 |Специалисты | 3415 |Агенты по
продаже | | |по коммерческой | | | |деятельности | | | |-----|-----|-----|
(код ОКЗ) (наименование) (код ОКЗ) (наименование)

Отнесение к видам экономической деятельности: |-----|-----|-----| |

51.18.23 |Деятельность агентов по оптовой торговле газетами| |и журналами | |-----|-----
-----| | 51.47.22 |Оптовая торговля газетами и журналами | |-----|-----
-----| | 74.13 |Маркетинговые исследования и выявление | |общественного мнения |
|-----|-----|-----| | 74.4 |Рекламная деятельность | |-----|-----
-----|

| | | | квалификации | |
 |-----| |-----| |---|
 |-----| |-----| |-----| |-----| Происхождение |Оригинал X|Заимствовано| | | трудовой | |из
 оригинала| | | функции |-----| |-----| |-----| |-----|
 Код Регистрационный
 оригинала номер
 профессионального
 стандарта |-----| |-----| |Трудовые действия |Анализ ситуации на
 рынке услуг по реализации | | |продукции СМИ | | |-----| | |Поиск
 организаций, доводящих продукцию СМИ до | | |потребителей | | |-----| | |
 |Представление (презентация) продукции СМИ | | |-----| | |Ведение
 переговоров с представителями | | |организаций, осуществляющих доведение | | |продукции СМИ до
 потребителей | | |-----| | |Формирование плана-графика поставки
 продукции | | |СМИ | | |-----| | |Составление и заключение договоров
 поставки | | |продукции СМИ (иных договоров реализации | | |продукции СМИ) | | |-----| |-----|
 |-----| |Необходимые |Использовать современные информационно- | |умения
 |коммуникационные технологии и | | |специализированные программные продукты | | |-----|
 |-----| | |Находить и анализировать необходимую | | |информацию | | |-----|
 |-----| | |Вести деловые переговоры, устанавливать | | |деловые отношения с партнерами
 (клиентами) | | |-----| | |Составлять договоры поставки и иные договоры | |
 |гражданско-правового характера, оформлять | | |необходимую учетную и отчетную документацию |
 |-----| |-----| |Необходимые |Основные нормы законодательства
 Российской | |знания |Федерации, регламентирующего деятельность СМИ, | | |коммерческую
 деятельность, авторское право, | | |гражданское законодательство Российской | | |Федерации | | |-----|
 |-----| | |Основные способы сбора, обработки, анализа и | | |наглядного
 представления информации | | |-----| | |Ассортимент реализуемой
 продукции СМИ | | |-----| | |Утвержденные цены (тарифы) и порядок | |
 |ценообразования при организации поставок | | |продукции СМИ | | |-----| | |
 |Корпоративные стандарты, регламенты и иные | | |локальные нормативные акты,
 регламентирующие | | |профессиональную деятельность | | |-----| | |
 |Правила охраны труда, производственной | | |санитарии и пожарной безопасности | | |-----| |-----|
 |-----| |Другие | - | |характеристики | | |-----| |-----|
 ----|

3.1.2. Трудовая функция

-----		-----		---	Наименование	Организация	Код	A/02.5	Уровень	5
поставки			(подуровень)							
продукции СМИ			квалификации							
-----		-----		---						
-----		-----		-----		-----	Происхождение	Оригинал X	Заимствовано	
 оригинала| | | функции |-----| |-----| |-----| |-----|
 Код Регистрационный
 оригинала номер
 профессионального
 стандарта |-----| |-----| |Трудовые действия |Поиски отбор
 организаций, оказывающих | | |логистические и транспортные услуги | | |-----|
 ----| |Составление и заключение договоров на доставку| |продукции СМИ, формирование
 необходимой | | |документации для доставки продукции СМИ | | |(в случае доставки корпоративным
 транспортом) | | |-----| | |Подготовка необходимой сопроводительной | |

|документации для организации поставки | |продукции СМИ | |-----| |
 |Контроль своевременной и полной поставки | |продукции СМИ | |-----| |
 |Контроль своевременной оплаты поставляемой | |продукции СМИ | |-----|-----
 -----| |Необходимые |Использовать современные информационно- |умения
 |коммуникационные технологии, в том числе | |интернет-технологии и специализированные | |
 |программные продукты | |-----| |Осуществлять учет поставок продукции
 СМИ и | |платежей за поставляемую продукцию | |-----| |Вести деловые
 переговоры, устанавливать | |деловые отношения с партнерами (клиентами) | |-----
 -----| |Составлять договоры гражданско-правового | |характера, оформлять необходимую
 учетную и | |отчетную документацию | |-----|-----| |Необходимые
 |Основные нормы законодательства Российской | |знания |Федерации, регламентирующего
 коммерческую | |деятельность, гражданское законодательство | |Российской Федерации | |-----
 -----| |Основы бухгалтерского и статистического учета | |-----
 -----| |Корпоративные стандарты, регламенты и иные | |локальные нормативные акты,
 регламентирующие | |профессиональную деятельность | |-----| |
 |Правила охраны труда, пожарной безопасности, | |внутренний трудовой распорядок | |-----
 |-----| |Другие | - | |характеристики | |-----|-----
 -----|

3.1.3. Трудовая функция

-----		-----		---	Наименование	Организация	Код	А/03.5	Уровень	5
и проведение			(подуровень)							
подписной			квалификации							
кампании										
-----		-----		---						
-----	-----	-----	-----	Происхождение	Оригинал X	Заимствовано			трудовой	
оригинала			функции	-----	-----	-----	-----			
Код Регистрационный										
оригинала номер										
профессионального										
стандарта	-----	-----		Трудовые действия	Обработка и анализ					
данных по тиражам изданий и		дистрибьюторам		-----		Обеспечение				
информационно-аналитической		поддержки подразделения распределения		-----						
-----		Осуществление деятельности по сбору подписки		-----						
Формирование и исполнение мероприятий по		стимулированию и сбору подписки		-----	---					
-----		Необходимые	Использовать современные информационно-	умения						
коммуникационные технологии для обработки		данных		-----						
Анализировать ситуацию на рынке по реализации		печатных СМИ		-----						
--		Готовить информационно-аналитические материалы		по потребительскому спросу		-----				
-----		Выверять, корректировать получаемую информацию		по продажам						
тиражей		-----		Готовить справочно-информационные материалы						
для освещения подписной кампании		-----		Анализировать итоги						
подписной кампании		-----	-----		Необходимые	Законодательство				
Российской Федерации, иные		знания	нормативные правовые акты, методические и							
нормативные документы, регламентирующие		деятельность СМИ		-----						
--		Основные приемы техники активных продаж		-----	-----					
Другие	-		характеристики		-----	-----				

3.2. Обобщенная трудовая функция

|-----| |---| |---| Наименование |Организация | Код | В | Уровень | 6 |

продвижения			квалификации	
продукции СМИ				
-----		---		---
-----	-----	-----	-----	Происхождение
 оригинала | | | трудовой |-----|-----|-----|-----| функции Код Регистрационный
 оригинала номер
 профессионального
 стандарта |-----|-----|-----| | Возможные наименования | Специалист по
 маркетингу, менеджер по | | должностей | маркетингу, менеджер по рекламе | |-----|-----
 -----| |-----|-----|-----| | Требования | Высшее образование
 - бакалавриат | | к образованию | | | и обучению | | |-----|-----|-----|
 | Требования | - | | к опыту | | | практической | | | работы | | |-----|-----|
 | Особые условия | - | | допуска к работе | | |-----|-----|-----|
 Дополнительные характеристики: |-----|-----|-----| | Наименование | Код
 | Наименование базовой группы, должности | | документа | | (профессии) или специальности | |-----
 -----|-----|-----|-----| | ОКЗ | 2413 | Специалист по коммерческой деятельности | |-----
 -----|-----|-----|-----| | ЕКС | - | Менеджер по маркетингу и сбыту | | | продукции | | |---
 -----|-----|-----|-----| | | - | Специалист по маркетингу | |-----|-----|-----|
 -----| | ОКСО | 080111 | Маркетинг | | |-----|-----|-----| | | 080300 | Коммерция | | |-----
 --|-----|-----| | | 080500 | Менеджмент | |-----|-----|-----|

3.2.1. Трудовая функция

-----		-----		---	Наименование	Организация	Код	В/01.6	Уровень	6
маркетинговых			(подуровень)							
исследований			квалификации							
в области СМИ										
-----		-----		---						
-----	-----	-----	-----	Происхождение	Оригинал X	Заимствовано			трудовой	
оригинала			функции	-----	-----	-----	-----			
Код Регистрационный										
оригинала номер										
профессионального										
стандарта	-----	-----	-----		Трудовые действия	Поиск статистической и				
аналитической			информации, характеризующей ситуацию на рынке			продукции СМИ			-----	
-----	-----		Поиск и отбор организаций, осуществляющих			маркетинговые				
исследования, проводящих			социологические опросы, предоставление			информации и оказание				
иных услуг, необходимых			для анализа ситуации на рынке продукции СМИ			-----				
-----		Составление и заключение договоров на			проведение маркетингового исследования,					
	социологического опроса, о предоставлении			информации или оказании иных услуг,						
необходимых для анализа ситуации на рынке			продукции СМИ			-----	-----			
Контроль выполнения договора, приемка			результатов маркетингового исследования,							
социологического опроса, иных работ и услуг,			необходимых для анализа ситуации на рынке							
продукции СМИ			-----	-----		Анализ на основании имеющихся данных				
ситуации			на рынке продукции СМИ			-----	-----		Определение целевой	
аудитории потребителей			продукции СМИ		-----	-----	-----			
Необходимые	Использовать современные информационно-		умения	коммуникационные						
технологии и			специализированные программные продукты			-----	-----			
Находить и анализировать необходимую			информацию, применять количественные и							
качественные методы анализа			-----	-----			Вести деловые переговоры,			

устанавливать | | деловые отношения с партнерами (клиентами) | | |-----| |
 | Составлять договоры гражданско-правового | | характера, оформлять необходимую документацию |
 | | по реализации договоров | | |-----| | |Выявлять факторы, определяющие
 потребительский | | спрос на продукцию СМИ, существенные | | |характеристики целевой аудитории
 потребителей | | |-----| | |Составлять аналитические отчеты, проводить | |
 | презентацию результатов маркетингового | | исследования | |-----|-----|
 -----| |Необходимые |Гражданское законодательство Российской | |знания |Федерации | | |-----|
 -----| | |Маркетинговые технологии | | |-----| | |Основные
 способы сбора, обработки, анализа и | | |наглядного представления информации | | |-----|
 -----| | |Корпоративные стандарты, регламенты и иные | | |локальные нормативные акты,
 регулирующие | | |профессиональную деятельность | | |-----| | |Правила
 охраны труда, производственной | | |санитарии и пожарной безопасности | |-----|-----|
 -----| |Другие | - | |характеристики | | |-----|-----|-----|

3.2.2. Трудовая функция

|-----| |-----| |---| Наименование |Разработка | Код | В/02.6 | Уровень | 6 |

|маркетинговой | | (подуровень) | |

|стратегии для | | квалификации | |

|продукции СМИ | | | |

|-----| |-----| |---|

|-----|-----|-----|-----| Происхождение |Оригинал X|Заимствовано| | | трудовой | |из
 оригинала| | функции |-----|-----|-----|-----|

Код Регистрационный

оригинала номер

профессионального

стандарта |-----|-----| |Трудовые действия |Разработка концепции
 продвижения продукции | | |СМИ, формирование коммуникационных целей и | | |маркетинговых
 стратегий | | |-----| | |Выбор маркетинговых технологий и инструментов | |
 |для донесения до потребителя необходимой | | информации | | |-----| |
 |Разработка и обоснование проекта ценовой | | стратегии организации, включая предложения по | |
 |ценам на продукцию СМИ | | |-----| | |Разработка плана мероприятий по
 продвижению | | |продукции СМИ | | |-----| | |Согласование маркетинговой
 стратегии с целями, | | задачами и стратегиями других подразделений и | | |организации в целом | | |
 -----| | |Формирование проекта бюджета на реализацию | | |мероприятий по
 продвижению продукции СМИ | | |-----| | |Представление проектов
 управленческих решений | | |по продвижению продукции СМИ руководству | | |организации | |-----|
 -----|-----|-----| |Необходимые |Использовать современные информационно- |
 |умения |коммуникационные технологии, в том числе | | |интернет-технологии и специализированные
 | | |программные продукты | | |-----| | |Разрабатывать концептуальные и
 стратегические | | документы в области маркетинга | | |-----| |
 |Интегрировать различные средства продвижения в | | комплекс маркетинговых коммуникаций | | |
 -----| | |Осуществлять планирование мероприятий по | | |продвижению
 продукции, планирование расходов | | |на их проведение | |-----|-----|
 --| |Необходимые |Гражданское законодательство Российской | |знания |Федерации | | |-----|
 -----| | |Организация системы сбыта и товародвижения, | | |планирование оптовых и
 розничных продаж | | |-----| | |Маркетинговые технологии и технологии | |
 |бренд-менеджмента | | |-----| | |Технологии сегментирования рынка, | |
 |позиционирования продуктов и компаний, оценки | | конкурентоспособности продуктов и
 конкурентов | | |-----| | |Корпоративные стандарты, регламенты и иные | |

|локальные нормативные акты, регламентирующие | |профессиональную деятельность | |-----
 -----| |Правила охраны труда, пожарной безопасности, | |внутренний трудовой
 распорядок | |-----|-----|Другие | - |характеристики | |-----
 --|-----|

3.2.3. Трудовая функция

-----		-----		---	Наименование	Организация	Код	В/03.6	Уровень	6
мероприятий,			(подуровень)							
способствующих			квалификации							
увеличению продаж										
продукции СМИ										
-----		-----		---						
-----	-----	-----	-----	Происхождение	Оригинал X	Заимствовано			трудовой	
оригинала			функции	-----	-----	-----	-----			
Код Регистрационный										
оригинала номер										
профессионального										
стандарта	-----	-----	Трудовые действия	Подготовка						
предложений подразделениям,			осуществляющим разработку рекламных		материалов,					
необходимых для продвижения			продукции СМИ		-----		Поиск и			
отбор организаций, осуществляющих			разработку и размещение рекламных материалов,							
необходимых для продвижения продукции СМИ,			продвижение интернет-сайта продукции СМИ в							
поисковых системах		-----		Составление и заключение договора на						
разработку и размещение рекламных материалов,			необходимых для продвижения продукции							
СМИ,			продвижение интернет-сайта продукции СМИ в		поисковых системах		-----			
-----		Контроль выполнения договора на разработку и			размещение рекламных					
материалов, необходимых			для предвидения продукции СМИ, продвижение		интернет-сайта					
продукции СМИ в поисковых		системах		-----		Организация				
представления продвигаемой			продукции СМИ на публичных мероприятиях		-----					
-----		Организация проектов, направленных на			повышение узнаваемости продукции СМИ,					
включая			благотворительные мероприятия		-----	-----				
Необходимые	Использовать современные информационно-	умения	коммуникационные							
технологии, в том числе		интернет-технологии		-----		Выступать на				
публичных мероприятиях с		докладами и презентациями		-----						
Вести деловые переговоры, устанавливать		деловые отношения с партнерами (клиентами)		-----						
-----		Составлять договоры гражданско-правового		характера, оформлять						
необходимую учетную и		отчетную документацию		-----	-----					
Необходимые	Гражданское законодательство Российской	знания	Федерации		-----					
-----		Основные принципы организации рекламной		кампании		-----				
-----		Методы оценки позиции интернет-сайта в		поисковых системах		-----				
-----		Основы проектной деятельности		-----		Корпоративные				
стандарты, регламенты и иные		локальные нормативные акты, регулирующие								
профессиональную деятельность		-----		Правила охраны труда,						
 пожарной безопасности, | |внутренний трудовой распорядок | |-----
 -----|Другие | - |характеристики | |-----|-----|

3.2.4. Трудовая функция

-----		-----		---	Наименование	Контроль и оценка	Код	В/04.6	Уровень	6
эффективности			(подуровень)							
результатов			квалификации							

продвижения				
продукции СМИ				
-----		-----		---
-----		-----		-----
оригинала		функции	-----	
Код Регистрационный				
оригинала номер				
профессионального				
стандарта	-----		-----	
показателей для оценки			эффективности мероприятий по продвижению	
-----			Организация сбора информации об узнаваемости	
продукции СМИ, удовлетворенности			потребителей, мнении потребителей о	
продвигаемой продукции			-----	
проводящих			социологические опросы, заключение договоров	
опросов			-----	
-----			Разработка предложений по корректировке	
программ продвижения продукции СМИ	-----		-----	
Формулировать наблюдаемые, измеримые и			умения	достоверные показатели, характеризующие
	продвижение продукции СМИ			-----
необходимую			информацию, применять количественные и	
-----			Использовать современные информационно-	
технологии, в том числе			интернет-технологии и специализированные	
	-----			Анализировать результаты продвижения продукции
основе полученных данных			-----	
правового			характера, оформлять необходимую документацию	
-----		-----		Необходимые
знания	Федерации			-----
связи с			потребителями продукции СМИ	
стандарты, регламенты и иные			локальные нормативные акты, регулирующие	
профессиональную деятельность			-----	
 пожарной безопасности, | | |внутренний трудовой распорядок | |-----|-----
 -----| |Другие | - | |характеристики | | |-----|-----|

IV. Сведения об организациях - разработчиках профессионального стандарта

4.1. Ответственная организация-разработчик |-----| |ФГБОУ
 ВПО "Российская академия народного хозяйства и | |государственной службы при Президенте
 Российской Федерации", | |город Москва | | |Проректор Сафонов Александр Львович |-----
 -----|