

Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по менеджменту космических продуктов, услуг и технологий"

Приказ · № 74н · от 03.02.2014 · Министерство труда и социальной защиты · Утратил силу

ПРИКАЗ

МИНИСТЕРСТВА ТРУДА И СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

от 3 февраля 2014 г. N 74н

Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по менеджменту космических продуктов, услуг и технологий"

Зарегистрирован Минюстом России 21 февраля 2014 г.

Регистрационный N 31392

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 менеджменту космических продуктов, услуг и технологий".

Министр М.А.Топилин

Приложение

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

Специалист по менеджменту космических продуктов, услуг и технологий

|-----|

| 25 |

|-----|

Регистрационный

номер

I. Общие сведения

|-----| Менеджмент космических продуктов, услуг и технологий | 25.004 |

|-----|

(наименование вида профессиональной деятельности) Код Основная цель вида профессиональной деятельности: |-----| |Коммерциализация результатов космической деятельности и | |продвижение космических продуктов, услуг и технологий на | |соответствующем рынке | |-----| Группа занятий: |-----|-----|-----|-----| | 1233 |Руководители | 2413 |Специалисты по | | |подразделений (служб) | |коммерческой | | |по маркетингу и сбыту | |деятельности | | |продукции | | |-----|-----|-----| (код ОКЗ) (наименование) (код ОКЗ) (наименование) Отнесение к видам экономической деятельности: |-----|-----|-----| | 74.13.1 |Исследование конъюнктуры рынка | |-----|-----|-----| | 74.14 |Консультирование по вопросам коммерческой | | |деятельности и управления | |-----|-----|-----| | | 74.84 |Предоставление прочих услуг | |-----|-----|-----| (код ОКВЭД) (наименование вида экономической деятельности)

Общероссийский классификатор занятий.

Общероссийский классификатор видов экономической деятельности.

II. Описание трудовых функций, входящих в профессиональный

стандарт (функциональная карта вида трудовой деятельности) |-----|-----|-----|

|-----| | Обобщенные трудовые функции | Трудовые функции | |---|-----|

код	уровень (подуровень)	квалификации	квалификации	код	наименование	уровень	наименование
A	6			A/01.6	Проведение комплексного маркетингового анализа тенденций развития рынка космических продуктов, услуг и технологий	6	
A	6			A/02.6	Изучение рыночной конъюнктуры в сфере использования результатов космической деятельности	6	
A	6			A/03.6	Проведение анализа конкурентного положения организации на рынке космических продуктов, услуг и технологий	6	
A	6			A/04.6	Разработка методов и мероприятий по увеличению объемов продаж, расширению рынка и развитию бизнеса	6	
B	6			B/01.6	Реализация сбытовой Проведение оценки стратегии и маркетинговых перспективности заказчиков программ	6	
B	6			B/02.6	Определение потребностей заказчиков	6	
B	6			B/03.6	Отслеживание предпочтений заказчиков и определение фокуса продаж (оказания услуг)	6	
B	6			B/04.6	Адаптация сценариев продаж (оказания услуг) к целевым группам заказчиков	6	
B	6			B/05.6	Разработка бизнес-планов проектов	6	
B	6			B/06.6	Формирование ценовой политики организации	6	
B	6			B/07.6	Формирование и проведение презентаций предоставляемых (предлагаемых) организацией космических продуктов и услуг	6	
B	6			B/08.6	Проведение рекламных кампаний	6	
C	7			C/01.7	Разработка сбытовой Долгосрочное стратегии и маркетинговых прогнозирование продаж программ (оказания услуг)	7	
C	7			C/02.7	Прогнозирование продаж (оказания услуг) в краткосрочной перспективе	7	
C	7			C/03.7	Разработка сбытовой стратегии и мероприятий по ее осуществлению	7	
C	7			C/04.7	Разработка мероприятий по увеличению объема продаж (оказания услуг)	7	
C	7			C/05.7	Разработка мероприятий по укреплению позиций организации на рынке космических продуктов, услуг и технологий	7	
C	7			C/06.7	Проведение оценок экономической эффективности использования результатов космической деятельности	7	

III. Характеристика обобщенных трудовых функций

3.1. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Код	А	Уровень	6
Проведение комплексного маркетингового анализа квали-				
фикации				
Происхождение обобщенной				
Оригинал X Заимствовано трудовой из оригинала функции				

Код Регистрационный
оригинала номер профес-
сионального

стандарта	Возможные	Маркетолог	наименования
Менеджер по развитию должностей Менеджер по маркетингу Менеджер по работе с клиентами			
Требования к Высшее образование - бакалавриат образованию и Дополнительным			

профессиональные программы - | обучению | программы повышения квалификации, | |
 | рекомендованные работодателем | |-----|-----| Требования к
 опыту | - | | практической | | работы | | |-----|-----| Особые условия |
 - | | допуска к работе | | |-----|-----| Дополнительные
 характеристики: |-----|-----|-----| Наименование | Код | Наименование
 базовой группы, должности | | документа | | (профессии) или специальности | |-----|-----|
 -----| ОКЗ | 2413 | Специалисты по коммерческой | | | деятельности | |-----|-----|
 --|-----|-----| ОКСО | 080500 | Менеджмент | | | 080300 | Коммерция | |
 | 080111 | Маркетинг | | |-----|-----|

Общероссийский классификатор специальностей по образованию.

3.1.1. Трудовая функция

-----	-----	-----	Наименование	Проведение анализа	Код	А/01.6	Уровень	6
тенденций развития рынка			(поду-					
космических продуктов,			ровень)					
услуг и технологий			квали-					
		фикации						
-----	-----	-----	Происхождение	-----	-----	-----	-----	трудовой
X	Заимствовано			функции		из оригинала		
-----	-----	-----	-----					
Код Регистрационный								
оригинала номер профес-								
сионального								
стандарта	-----	-----	-----	Трудовые действия	Поиск информации,			
касающейся рынка космических		продуктов, услуг и технологий, в различных		источниках			-----	
-----		Отбор и накопление актуальной информации,			касающейся рынка			
космических продуктов, услуг			и технологий			-----		Анализ
полученной информации, касающейся рынка		космических продуктов, услуг и технологий			-----			
-----		Создание выводов и составление отчетов по			результатам анализа			
полученной информации,			касающейся рынка космических продуктов, услуг			и технологий		-----
-----	-----	-----		Необходимые умения	Осуществлять поиск необходимой			
информации в			различных источниках			-----		Оценивать
достоверность полученной информации			-----		Анализировать			
рыночную ситуацию, обеспечивать			конкурентоспособность продвигаемых товаров и			услуг		
-----			Работать с большим объемом информации			-----		
-----		Накапливать и анализировать информацию,			касающуюся рынка космических			
продуктов, услуг			и технологий			-----		Делать выводы и составлять
отчет по			результатам анализа полученной информации		-----	-----		
-----		Необходимые знания	Номенклатура космических продуктов, услуг и			технологий		
-----		Основы маркетинга			-----		Законы	
функционирования рынка космических			продуктов, услуг и технологий и средств его					
регулирования			-----		Основы методологии коммерческого			
использования			результатов космической деятельности			-----		
Основные участники рынка космических			продуктов, услуг и технологий			-----		
-----		Основы информационных технологий			-----		Правила	
продаж и оказания услуг для основных			участников рынка космических продуктов, услуг			и		
технологий			-----		Методы поиска, отбора, анализа и			
систематизации информации			-----		Иностранный язык (английский)			

-----|-----|Другие | - | |характеристики | | |-----|-----
-----|

3.1.2. Трудовая функция

-----|-----|Наименование |Изучение рыночной | Код |А/02.6| Уровень | 6 |
конъюнктуры в сфере			(поду-	
использования результатов			уровень)	
космической деятельности			квали-	
			фикации	

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

Код Регистрационный
оригинала номер профес-
сионального
стандарта |-----|-----|Трудовые действия |Поиск информации,
касающейся экономической | | |ситуации на рынке космических продуктов, услуг| | |и технологий, в
различных источниках | | |-----| | |Сбор, накопление и оперативная
актуализация | | |информации, касающейся экономической ситуации | | |на рынке космических
продуктов, услуг и | | |технологий | | |-----| | |Выявление актуальной
информации об объемах | | |спроса и предложения на рынке космических | | |продуктов, услуг и
технологий | | |-----| | |Формирование периодической отчетности об | |
|экономической ситуации на рынке космических | | |продуктов, услуг и технологий | |-----|-----
-----| |Необходимые умения|Осуществлять поиск необходимой информации, | |
|касающейся экономической ситуации на рынке | | |космических продуктов, услуг и технологий, в | |
|различных источниках | | |-----| | |Анализировать экономическую
информацию на | | |рынке космических продуктов, услуг и | | |технологий | | |-----
-----| |Использовать информационные технологии для | | |решения маркетинговых задач | | |-----
-----| |Работать с большим объемом информации | | |-----
---| |Формировать отчетность об экономической | | |ситуации на рынке космических продуктов,
услуг| | |и технологий | |-----|-----|Необходимые знания|Основы
маркетинга | | |-----| | |Основы менеджмента | | |-----
-----| |Модели продаж | | |-----| | |Номенклатура космических продуктов,
услуг и | | |технологий | | |-----| | |Основные участники рынка космических |
| |продуктов, услуг и технологий | | |-----| | |Методы поиска, отбора,
анализа и | | |систематизации информации | | |-----| | |Основы
информационных технологий | | |-----| | |Основы методов анализа и
прогнозирования | | |продаж | | |-----| | |Методы проведения
количественных и | | |качественных исследований потребителя | | |-----| |
|Правила продаж и оказания услуг для основных | | |участников рынка космических продуктов, услуг
| | |и технологий | |-----|-----|Другие | - | |характеристики | | |-----
-----|-----|

3.1.3. Трудовая функция

-----|-----|Наименование |Проведение анализа | Код |А/03.6| Уровень | 6 |
конкурентного положения			(поду-	
организации на рынке			уровень)	
космических продуктов,			квали-	
услуг и технологий			фикации	

-----|-----|Происхождение |-----|-----|-----|-----| трудовой |Оригинал

X|Заимствовано || | функции | |из оригинала || |

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

Код Регистрационный
оригинала номер профес-
сионального

стандарта |-----|-----| |Трудовые действия |Поиск информации в
различных источниках о || |ключевых участниках рынка космических || |продуктов, об услугах и
технологиях, качестве || |и стоимости их продукции || |-----| | |Выявление
преимуществ и недостатков || |организации относительно продукции ключевых || |участников
рынка космических продуктов, услуг || |и технологий || |-----| |
|Формирование планов по устранению недостатков || |и предложений по повышению качества
продукции || |и оказываемых организацией услуг |-----|-----|
|Необходимые умения|Осуществлять поиск информации в различных || |источниках || |-----
-----| | |Проводить анализ и выявлять недостатки и || |конкурентные преимущества
организации || |-----| | |Разбираться в аналитических материалах ||
|участников рыночных отношений || |-----| | |Осуществлять поиск путей
решения по повышению || |конкурентоспособности продукции и оказываемых || |услуг |-----
|-----| | |Необходимые знания|Основы маркетинга || |-----
-----| | |Номенклатура космических продуктов, услуг и || |технологий || |-----
-----| | |Основные участники рынка космических || |продуктов, услуг и технологий || |-----
-----| | |Правила продаж и оказания услуг для основных || |участников рынка
космических продуктов, услуг || |и технологий || |-----| | |Основы
планирования |-----|-----| |Другие | - | |характеристики || |-----
----|-----|

3.1.4. Трудовая функция

|-----| |-----| |---| Наименование |Разработка методов и | Код |А/04.6| Уровень | 6 |

|мероприятий по увеличению|| | (поду- || |

|объемов продаж, || | ровень) || |

|расширению рынка и || | квали- || |

|развитию бизнеса || | фикации || |

|-----| |-----| |---| Происхождение |-----|-----|-----|-----| трудовой |Оригинал

X|Заимствовано || | функции | |из оригинала || |

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

Код Регистрационный
оригинала номер профес-
сионального

стандарта |-----|-----| |Трудовые действия |Изучение целевых
сегментов рынка космических || |продуктов, услуг и технологий || |-----| |
|Взаимодействие с заказчиками/поставщиками || |космических продуктов, услуг и технологий при ||
|проведении маркетингового анализа || |-----| | |Разработка на основе
конкурентного анализа || |планов по продвижению предлагаемых || |организацией космических
продуктов, услуг и || |технологий || |-----| | |Разработка предложения по
развитию бизнеса || |-----| | |Осуществление продаж и оказание услуг |-----
-----|-----| | |Необходимые умения|Анализировать слабые и сильные
стороны || |организации || |-----| | |Объективно оценивать ситуацию и
принимать || |решения || |-----| | |Анализировать и описывать целевые
сегменты || |рынка космических продуктов, услуг и || |технологий || |-----
|| |Вести переговоры |-----|-----| |Необходимые знания|Основы

стратегического менеджмента | | |-----| | |Модели продаж | | |-----
 -----| | |Основные участники рынка космических | | |продуктов, услуг и технологий | | |----
 -----| | |Основы маркетинга | | |-----| | |Основы
 методов анализа и прогнозирования | | |продаж | | |-----| | |Основы
 психологии | | |-----|-----| | |Другие | - | |характеристики | | |-----
 --|-----|

3.2. Обобщенная трудовая функция

-----		-----		---	Наименование	Реализация сбытовой	Код	В	Уровень	6
стратегии и маркетинговых			квали-							
программ			фикации							
-----		-----		---	Происхождение	-----	-----	-----	-----	обобщенной
Оригинал X	Заимствовано			трудовой		из оригинала			функции	-----
 --|

Код Регистрационный

оригинала номер профес-
 сионального

стандарта |-----|-----| |Возможные наименования|Маркетолог |
 |должностей |Менеджер по развитию | | |Менеджер по маркетингу | | |Менеджер по работе с
 клиентами | |-----|-----| |-----|-----|
 -| |Требования к |Высшее образование - бакалавриат | |образованию и |Дополнительные
 профессиональные программы - | |обучению |программы повышения квалификации, | |
 |рекомендованные работодателем | |-----|-----|-----| |Требования к
 опыту| - | |практической | | |работы | | |-----|-----| |Особые условия |
 - | |допуска к работе | | |-----|-----|-----| |Дополнительные
 характеристики: |-----|-----|-----|-----| |Наименование | Код |Наименование
 базовой группы, должности | | |документа | | |(профессии) или специальности | |-----|-----|-----
 -----| |ОКЗ | 2413 |Специалисты по коммерческой | | |деятельности | |-----|-----|-----
 --|-----|-----| |ОКСО |080500|Менеджмент | | |080300|Коммерция | |
 |080111|Маркетинг | |-----|-----|-----|

3.2.1. Трудовая функция

-----		-----		---	Наименование	Проведение оценки	Код	В/01.6	Уровень	6
перспективности			(поду-							
заказчиков			ровень)							
		квали-								
		фикации								
-----		-----		---	Происхождение	-----	-----	-----	-----	трудовой
X	Заимствовано			функции		из оригинала				
-----	-----	-----	-----							

Код Регистрационный

оригинала номер профес-
 сионального

стандарта |-----|-----| |Трудовые действия |Формирование и
 актуализация баз данных о | | |заказчиках | | |-----|-----| | |Ведение переговоров
 с заказчиками | | |-----|-----| | |Оценка надежности и платежеспособности | |
 |потенциального заказчика | | |-----|-----| | |Подготовка обоснованных
 предложений о | | |целесообразности сотрудничества с | | |потенциальным заказчиком | |-----
 |-----|-----| |Необходимые умения|Вести базу данных о заказчиках | | |-----
 -----| | |Проводить переговоры | | |-----|-----| | |Оценивать

перспективность заказчиков | | |-----| | |Определять степень финансовой устойчивости | | |заказчика и его деловой активности | | |-----| | |Оценивать потенциал заказчиков | | |-----| | |Объективно оценивать ситуацию и принимать | | |решения | |-----|-----| |Необходимые знания|Основы маркетинга | | |-----| | |Основы психологии | | |-----|-----| |Номенклатура космических продуктов, услуг и | | |технологий | |-----|-----|-----| |Другие | - | |характеристики | | |-----|-----|-----|

3.2.2. Трудовая функция

-----		-----		---	Наименование	Определение потребностей	Код	В/02.6	Уровень	6
заказчиков			(поду-							
			уровень)							
			квали-							
			фикации							
-----		-----		---	Происхождение	-----	-----	-----	-----	трудовой
X	Заимствовано			функции		из оригинала				
-----	-----	-----	-----							
Код Регистрационный										
оригинала номер профес-										
сионального										
стандарта	-----	-----	-----	-----		Трудовые действия	Поиск новых заказчиков			
		-----	-----			Установление, поддержание и развитие			долговременных	
деловых отношений с заказчиками			и партнерами			-----	-----			Ведение
переговоров			-----	-----			Ведение деловой переписки с заказчиками и			
партнерами			-----	-----			Выявление потребностей заказчиков			-----
-----			Оценка возможности удовлетворения потребностей			потенциальных				
заказчиков			-----	-----		Необходимые умения	Вести переговоры			
-----	-----			Правильно интерпретировать реагирование			партнеров и			
заказчиков, понимать их			психологические мотивы			-----	-----			
Составлять текст делового письма			-----	-----			Оказывать влияние на			
партнеров и заказчиков			-----	-----			Правильно артикулировать		-----	-----
--	-----	-----		Необходимые знания	Основы маркетинга			-----	-----	
-----			Основы психологии			-----	-----			Основы деловой этики
-----			Основы документооборота			-----	-----			Методы
проведения количественных и			качественных исследований потребителя			-----	-----			
-----			Иностранный язык (английский)			-----	-----	-----		Другие
	характеристики			-----	-----	-----				

3.2.3. Трудовая функция

-----		-----		---	Наименование	Отслеживание предпочтений	Код	В/03.6	Уровень	6
заказчиков и определение			(поду-							
фокуса продаж (оказания			уровень)							
услуг)			квали-							
			фикации							
-----		-----		---	Происхождение	-----	-----	-----	-----	трудовой
X	Заимствовано			функции		из оригинала				
-----	-----	-----	-----							
Код Регистрационный
оригинала номер профес-
сионального

стандарта |-----|-----| |Трудовые действия |Проведение анализа
лучших практик продаж и | | |оказания услуг | | |-----| | |Анализ
информации о конкурсах (тендерах) для | | |выявления потребностей заказчиков | |-----|-----
-----| |Необходимые умения|Объективно оценивать ситуацию и принимать | |
|решения | | |-----| | |Проводить анализ и выявлять конкурентные | |
|преимущества организации | | |-----| | |Работать с большим объемом
информации | |-----|-----| |Необходимые знания|Основы маркетинга
| | |-----| | |Модели продаж | |-----|-----|
|Другие | - | |характеристики | | |-----|-----|

3.2.4. Трудовая функция

-----		-----		---	Наименование	Адаптация сценариев	Код	В/04.6	Уровень	6
продаж (оказания услуг)			(поду-							
к целевым группам			ровень)							
заказчиков			квали-							
			фикации							
-----		-----		---	Происхождение	-----	-----	-----	-----	трудовой
X	Заимствовано			функции		из оригинала				
-----	-----	-----	-----							

Код Регистрационный
оригинала номер профес-
сионального

стандарта |-----|-----| |Трудовые действия |Изучение потребностей
целевых групп заказчиков| |-----|-----| | |Подготовка предложений по
увеличению объема | | |продаж космических продуктов и оказания услуг | | |в соответствии с
потребностями заказчиков | | |-----|-----| | |Разработка коммерческих
предложений по | | |использованию результатов космической | | |деятельности непосредственно под
заказчика | |-----|-----| |Необходимые умения|Анализировать и
описывать целевые сегменты | | |рынка и целевые группы заказчиков космических | | |продуктов,
услуг и технологий | | |-----|-----| | |Осуществлять продажи | | |-----|-----
-----| | |Адаптировать сценарии продаж | | |-----|-----| | |Оценивать
ситуацию и принимать решения | |-----|-----| |Необходимые
знания|Модели продаж | | |-----|-----| | |Основы маркетинга | | |-----|-----
-----| | |Основы стратегического менеджмента | | |-----|-----| | |Основы
методов анализа и прогнозирования | | |продаж | |-----|-----|-----|
|Другие | - | |характеристики | | |-----|-----|

3.2.5. Трудовая функция

-----		-----		---	Наименование	Разработка бизнес-планов	Код	В/05.6	Уровень	6
проектов			(поду-							
			ровень)							
			квали-							
			фикации							
-----		-----		---	Происхождение	-----	-----	-----	-----	трудовой
X	Заимствовано			функции		из оригинала				
-----	-----	-----	-----							

Код Регистрационный
оригинала номер профес-
сионального

стандарта |-----|-----| |Трудовые действия |Определение целей

разработки бизнес-плана | | |-----| | |Определение целевой аудитории
 бизнес-плана | | |-----| | |Подготовка структуры бизнес-плана | | |-----
 -----| | |Сбор и систематизация информации для | | |подготовки всех разделов бизнес-
 плана | | |-----| | |Оформление бизнес-плана в соответствии с | |
 |установленными требованиями | |-----|-----| |Необходимые
 умения|Проводить бизнес-планирование | |-----| |Проводить оценку
 экономической эффективности | |-----| | |Основы написания коммерческих
 текстов | |-----|-----| |Необходимые знания|Номенклатура
 космических продуктов, услуг и | | |технологий | |-----| | |Модели продаж |
 | |-----| | |Основы экономической теории | |-----|
 | |Финансы и их функции | |-----| | |Требования к оформлению бизнес-
 планов | |-----| | |Основные нормативные акты в области | |
 |регулирования коммерческой деятельности | |-----|-----| |Другие |
 - | |характеристики | |-----|-----|

3.2.6. Трудовая функция

-----		-----		---	Наименование	Формирование ценовой	Код	B/06.6	Уровень	6
политики организации			(поду-							
			уровень)							
			квали-							
			фикации							
-----		-----		---	Происхождение	-----	-----	-----	-----	трудовой
X	Заимствовано			функции		из оригинала				
-----	-----	-----	-----							
Код Регистрационный										
оригинала номер профес-										
сионального										
стандарта	-----	-----		Трудовые действия	Формирование					
предложений по уточнению ценовой			политики организации		-----	-----				
-----		Необходимые умения	Анализировать лучшие практики продаж и			оказания услуг		-----		
-----	-----	-----		Необходимые знания	Основы маркетинга			-----		
-----			Основы ценообразования			-----			Основы	
стратегического менеджмента			-----			Основные нормативные акты в				
области			регулирования коммерческой деятельности		-----	-----				
	Другие	-		характеристики		-----	-----			

3.2.7. Трудовая функция

-----		-----		---	Наименование	Формирование и проведение	Код	B/07.6	Уровень	6
презентаций			(поду-							
предоставляемых			уровень)							
(предлагаемых)			квали-							
организацией космических			фикации							
продуктов и услуг										
-----		-----		---	Происхождение	-----	-----	-----	-----	трудовой
X	Заимствовано			функции		из оригинала				
-----	-----	-----	-----							
 Код Регистрационный
 оригинала номер профес-
 сионального
 стандарта |-----|-----| |Трудовые действия |Составление

презентаций предоставляемых | | |(предлагаемых) организацией космических | | |продуктов и услуг |
 | |-----| | |Проведение презентации предоставляемых | | |(предлагаемых)
 организацией космических | | |продуктов и услуг | |-----|-----|
 |Необходимые умения|Готовить презентацию | | |-----| | |Вести переговоры
 | | |-----| | |Правильно интерпретировать реагирование | | |заказчиков и
 понимать психологические мотивы | | |их поведения | |-----|-----|
 |Необходимые знания|Номенклатура космических продуктов, услуг и | | |технологий | |-----
 -----| |Основы деловой этики | | |-----| |Основы психологии | |
 |-----| |Иностранный язык (английский) | |-----|-----
 -----| |Другие | - | |характеристики | | |-----|-----|

3.2.8. Трудовая функция

-----		-----		---	Наименование	Проведение рекламных	Код	В/08.6	Уровень	6
кампаний			(поду-							
			ровень)							
			квали-							
			фикации							
-----		-----		---	Происхождение	-----	-----	-----	-----	трудовой
X	Заимствовано			функции		из оригинала				
-----	-----	-----	-----							
Код Регистрационный										
оригинала номер профес-										
сионального										
стандарта	-----	-----		Трудовые действия	Разработка макетов					
рекламной продукции			-----			Изготовление или оформление заказа на				
	изготовление рекламной продукции			-----			Осуществление			
размещения рекламной продукции			-----			Анализ эффективности				
размещения рекламной			продукции		-----	-----		Необходимые		
умения	Создавать рекламную продукцию и проводить			рекламные кампании и мероприятия		-----				
-----			Описывать целевые сегменты рынка космических			продуктов, услуг				
и технологий			-----			Создавать систему коммуникаций по				
продвижению			товаров и услуг, формировать имидж организации		-----					
-			Анализировать лучшие практики продаж		-----	-----				
Необходимые знания	Потребительские предпочтения и спрос на рынке			космических продуктов,						
 услуг и технологий | | |-----| | |Основы рекламы | |-----
 -----| | |Теория организации рекламных кампаний | | |-----| | |Модели
 продаж | | |-----| | |Основы маркетинга | |-----|-----
 -----| |Другие | - | |характеристики | | |-----|-----|

3.3. Обобщенная трудовая функция

-----		-----		---	Наименование	Разработка сбытовой	Код	С	Уровень	7
стратегии и			квали-							
маркетинговых программ			фикации							
-----		-----		---	Происхождение	-----	-----	-----	-----	обобщенной
Оригинал X	Заимствовано			трудовой		из оригинала			функции	-----
 --|
 Код Регистрационный
 оригинала номер профес-

сионального

стандарта |-----|-----| |Возможные наименования |Начальник
отдела маркетинга | |должностей |Начальник отдела по работе с клиентами | |-----|-----
-----| |-----|-----| |Требования к |Высшее
образование - специалитет, | |образованию и |магистратура. | |обучению |Область - маркетинг,
менеджмент, экономика и | | |управление | | |Дополнительные профессиональные программы - | |
|программы повышения квалификации, | | |рекомендованные работодателем | |-----|-----
-----| |Требования к опыту|Опыт работы не менее трех лет работы | |практической | |
|работы | | |-----|-----| |Особые условия | - | |допуска к работе | | |-----
-----|-----|-----| |Дополнительные характеристики: |-----|-----|-----
-----| |Наименование | Код |Наименование базовой группы, должности | |документа |
|(профессии) или специальности | |-----|-----|-----| |ОКЗ | 1233
|Руководители подразделений (служб) по | | | |маркетингу и сбыту продукции | |-----|-----|-----
-----|-----|-----| |ОКСО |080500|Менеджмент | | |080300|Коммерция | | |080111|Маркетинг | |-----
-----|-----|-----|-----|

3.3.1. Трудовая функция

-----	-----	-----		Наименование	Долгосрочное	Код	С/01.7	Уровень	7
прогнозирование продаж			(поду-						
(оказания услуг)			ровень)						
			квали-						
			фикации						
-----	-----	-----		Происхождение	-----	-----	-----	-----	трудовой
Х	Заимствовано			функции		из оригинала			
-----	-----	-----	-----						

Код Регистрационный
оригинала номер профес-
сионального

стандарта |-----|-----| |Трудовые действия |Анализ тенденций в
сфере продаж (оказания | | |услуг) на рынке космических продуктов, услуг | | |и технологий | | |-----
-----| | |Выявление потребительских приоритетов | | |-----
----| | |Разработка маркетинговых планов на | | |долгосрочную перспективу | | |-----
-----| | |Формирование предложений по продажам | | |(оказанию услуг) на долгосрочную
перспективу | |-----|-----| |Необходимые умения|Использовать
математические методы анализа | | |продаж (оказания услуг) | | |-----| |
|Выявлять спрос и предложение на рынке | | |космических продуктов, услуг и технологий | | |-----
-----| | |Разрабатывать маркетинговые планы и сценарии | | |продаж на
долгосрочную перспективу | |-----|-----| |Необходимые
знания|Модели продаж | | |-----|-----| |Основы методов анализа и
прогнозирования | | |продаж | | |-----|-----| |Основы стратегического
планирования | | |-----|-----| |Методы долгосрочного планирования | | |-----
-----|-----| |Методы выявления и формирования новых | | |потребностей, оценки их роли
в структуре | | |потребностей различных групп потребителей | |-----|-----
-----| |Другие | - | |характеристики | | |-----|-----|-----|

3.3.2. Трудовая функция

-----	-----	-----		Наименование	Прогнозирование продаж	Код	С/02.7	Уровень	7
(оказания услуг) в			(поду-						
краткосрочной			ровень)						
перспективе			квали-						

||| |фикации | |

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

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

Код Регистрационный

оригинала номер профес-

сионального

стандарта |-----|-----| |Трудовые действия |Анализировать

тенденции продаж (оказания | | услуг) на рынке космических продуктов, услуг и | | технологий | | |

|-----| | |Выявлять потребительские приоритеты | | |-----|

-----| | |Разрабатывать маркетинговые планы на | | краткосрочную перспективу | | |-----|

|-----| | |Формировать предложения по продажам (оказанию | | услуг) на краткосрочную

перспективу | |-----|-----| |Необходимые умения|Использовать

математические методы для анализа| | продаж (оказания услуг) | | |-----| |

|Выявлять спрос и предложение на рынке | | космических продуктов, услуг и технологий | | |-----|

|-----| | |Разрабатывать маркетинговые планы и сценарии | | продаж на

краткосрочную перспективу | |-----|-----| |Необходимые

знания|Модели продаж | |-----|-----| |Основы методов анализа и

прогнозирования | | продаж | |-----|-----| |Основы стратегического

планирования | |-----|-----| |Методы краткосрочного планирования | |-----|

|-----| | |Методы выявления и формирования новых | | потребностей, оценки их

роли в структуре | | потребностей различных групп потребителей | |-----|-----|

|-----| |Другие | - | характеристики | |-----|-----|

3.3.3. Трудовая функция

|-----| |-----| |---| Наименование |Разработка сбытовой | Код |С/03.7| Уровень | 7 |

|стратегии и мероприятий | | | (поду- | |

|по ее осуществлению | | ровень) | |

||| | квали- | |

||| |фикации | |

|-----| |-----| |---| Происхождение |-----|-----|-----|-----| трудовой |Оригинал

X|Заимствовано | | функции | |из оригинала | | |

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

Код Регистрационный

оригинала номер профес-

сионального

стандарта |-----|-----| |Трудовые действия |Формирование проекта

сбытовой стратегии | | организации | |-----|-----| |Подготовка проектов

планов по реализации | | положений сбытовой стратегии | |-----|-----| |

|Разработка предложений по оперативной | | корректировке сбытовой стратегии на основе | |

|тенденций развития рынка космических | | продуктов, услуг и технологий | |-----|-----|

|-----| |Необходимые умения|Формировать стратегические документы | |-----|

|-----| | |Разрабатывать предложения по реализации | | стратегических документов | |-----|

|-----| | |Разрабатывать товарную политику предприятия | |-----|

|-----| | |Разрабатывать стратегию сбытовой деятельности | | организации | |-----|

|-----| | |Оперативно реагировать на изменения на рынке | | космических продуктов, услуг

и технологий | |-----|-----| |Оценивать ситуацию и принимать решения | |-----|

|-----|-----|-----| |Необходимые знания|Модели продаж | |-----|

|-----| | |Основы маркетинга | |-----|-----| |Основы стратегического

менеджмента | | |-----| | |Основы методов анализа и прогнозирования | |
| продаж | | |-----| | |Стратегии сбыта, каналы распределения и | |
| организация системы товародвижения и продаж | | |-----| | |Теория
стратегического управления | | |-----| | |Разработка маркетинговых планов
| | |-----| | |Подходы к разработке товарной и | | |коммуникационной
политики фирмы | | |-----| | |Тенденции развития спроса, разработки | |
| стратегии развития организации и тактики его | | |рыночного поведения | |-----|-----
-----| |Другие | - | |характеристики | |-----|-----|

3.3.4. Трудовая функция

-----		-----		---	Наименование	Разработка мероприятий по	Код	С/04.7	Уровень	7
увеличению объема продаж			(поду-							
оказания услуг)			ровень)							
			квали-							
			фикации							
-----		-----		---	Происхождение	-----	-----	-----	-----	трудовой
Х	Заимствовано			функции		из оригинала				
-----	-----	-----	-----							
Код Регистрационный										
оригинала номер профес-										
сионального										
стандарта	-----	-----	-----		Трудовые действия	Формирование				
предложений по увеличению объема		продаж космических продуктов и оказания услуг,								
востребованных на рынке космических продуктов,		услуг и технологий			-----					
-----			Разработка коммерческих предложений по			использованию результатов космической				
деятельности			-----	-----	-----		Необходимые умения	Описывать		
целевые сегменты рынка космических			продуктов, услуг и технологий			-----				
-----			Осуществлять продажи			-----		Правильно выбирать цели,		
методы и стратегии			ценообразования для внутренних и международных		рынков			-----		
-----			Оценивать ситуацию и принимать решения		-----	-----	-----			
-----		Необходимые знания	Модели продаж			-----	-----		Основы	
маркетинга			-----	-----		Разработка маркетинговых планов			-----	
-----			Основы стратегического менеджмента			-----	-----			
Основы методов анализа и прогнозирования			продаж		-----	-----	-----			
-| |Другие | - | |характеристики | |-----|-----|-----|

3.3.5. Трудовая функция

-----		-----		---	Наименование	Разработка мероприятий по	Код	С/05.7	Уровень	7
укреплению позиций			(поду-							
организации на рынке			ровень)							
космических продуктов,			квали-							
услуг и технологий			фикации							
-----		-----		---	Происхождение	-----	-----	-----	-----	трудовой
Х	Заимствовано			функции		из оригинала				
-----	-----	-----	-----							
Код Регистрационный
оригинала номер профес-
сионального
стандарта |-----|-----|-----| |Трудовые действия |Изучение клиентских
баз конкурентов | | |-----|-----|-----| |Изучение предлагаемых конкурентами на

рынке | | космических продуктов, услуг и технологий | | ----- | |
 |Выявление сильных и слабых сторон конкурентов | | ----- | | Переговоры с
 заказчиками продукции конкурентов | | ----- | | Разработка предложений
 по продвижению | | организации на рынке космических продуктов, | | услуг и технологий | | -----
 ----- | | ----- | | Необходимые умения | Оценивать ситуацию и принимать
 решения | | ----- | | Оказывать влияние на партнеров и заказчиков | | -----
 ----- | | Вести переговоры | | ----- | | Работать с
 большим объемом информации | | ----- | | Осуществлять продажи | | -----
 ----- | | Описывать целевые сегменты рынка космических | | продуктов, услуг и
 технологий | | ----- | | ----- | | Необходимые знания | Модели продаж | | --
 ----- | | Основы маркетинга | | ----- | | Основы
 стратегического менеджмента | | ----- | | Основы методов анализа и
 прогнозирования | | продаж | | ----- | | Основы психологии | | -----
 ----- | | Основы этики | | ----- | | ----- | | Другие | - |
 |характеристики | | ----- | | ----- |

3.3.6. Трудовая функция

-----		-----		---	Наименование	Проведение оценок	Код	С/06.7	Уровень	7
экономической		(поду-								
эффективности		ровень)								
использования результатов		квали-								
космической деятельности		фикации								
-----		-----		---	Происхождение	-----	-----	-----	-----	трудовой
X	Заимствовано		функции		из оригинала					
-----	-----	-----	-----							

Код Регистрационный
 оригинала номер профес-
 сионального

стандарта |-----|-----| |Трудовые действия |Разработка технико-
 экономического обоснования | | на проекты по внедрению результатов | | космической
 деятельности | | ----- | | Оценка экономической эффективности от | |
 |использования результатов космической | | деятельности | | ----- |-----
 ----- | | Необходимые умения |Разрабатывать технико-экономическое | | обоснование | | -----
 ----- | | Проводить оценку экономической эффективности | | -----
 -- | | Анализировать экономическую информацию | | ----- | | Обрабатывать
 информацию | | ----- | | ----- | | Необходимые знания |Номенклатура
 космических продуктов, услуг и | | технологий | | ----- | | Модели продаж |
 | | ----- | | Основы экономической теории | | ----- | |
 | | Основы финансового менеджмента | | ----- | | Теория показателей
 эффективности | | ----- | | Основные нормативные акты в области | |
 |регулирования коммерческой деятельности | | ----- | | ----- | | Другие |
 - | | характеристики | | ----- | | ----- |

IV. Сведения об организациях - разработчиках профессионального стандарта

4.1. Ответственная организация-разработчик |-----| |Открытое
 акционерное общество "Научно-производственная корпорация| "РЕКОД", город Москва | |
 |Генеральный директор Безбородов Вячеслав Георгиевич | | -----
 ---|

4.2. Наименования организаций-разработчиков |--|-----|

