

1. Наименование квалификации:

Специалист по маркетингу (6-й уровень квалификации)

2. Номер квалификации:

08.03500.01

3. Уровень (подуровень квалификации):

6

4. Область профессиональной деятельности:

08. Финансы и экономика

5. Вид профессиональной деятельности:

Организация маркетинговой деятельности и управление маркетинговой деятельностью

6. Реквизиты протокола Совета об одобрении квалификации:

6 05.09.2024

7. Реквизиты приказа Национального агентства об утверждении квалификации:

154/24-ПР 18.11.2024

8. Основание разработки квалификации:

Вид документа	Полное наименование и реквизиты документа
Профессиональный стандарт	Маркетолог Приказ Минтруда России от 08.11.2023 № 790н
Квалификационное требование, установленное федеральным законом и иным нормативным правовым актом Российской Федерации	-
Квалификационная характеристика, связанная с видом профессиональной деятельности	-

9. Трудовые функции (профессиональные задачи, обязанности) и их характеристики:

Код	Наименование трудовой функции профессиональной	Трудовые действия	Необходимые умения	Необходимые знания	Дополнительные сведения
A/01.6	Подготовка к проведению маркетингового исследования	Выявление проблем и формулирование целей исследования Планирование проведения маркетингового исследования Определение маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены	Применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования Определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения	Основы менеджмента Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность Особенности проведения социологических исследований Принципы системного анализа Методы использования	Мониторинг нужд клиента, предоставление возможности рассказать о потребностях и проблемах, проявление эмпатии, искреннее сопереживание проблемам клиента, проявление внимания и стремление помочь Принятие личной

		<p>комплексные результаты исследования</p> <p>Подготовка и согласование плана проведения маркетингового исследования</p> <p>Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации</p> <p>Анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг</p> <p>Разработка технического задания для проведения маркетингового исследования</p> <p>Подготовка процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков проведения и требований к проведению маркетингового исследования</p>	<p>маркетингового исследования</p> <p>Подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования</p> <p>Анализировать текущую рыночную конъюнктуру</p> <p>Составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования</p> <p>Выполнять основные операции по поиску информации</p> <p>Создавать и воспроизводить видеоролики, презентации, слайд-шоу, медиафайлы и итоговую продукцию из исходных аудиокомпонентов, визуальных и мультимедийных компонентов</p> <p>Управлять размещением цифровой информации, в том числе на дисковых хранилищах локальной и глобальной компьютерной сети</p> <p>Формировать медиатеки для структурированного хранения и каталогизации цифровой информации</p> <p>Осуществлять постановку задач исследования исходя из целей, выявленных проблем и возможностей, с учетом особенностей стратегии взаимоотношений с клиентами исследуемого типа рынка</p> <p>Видеть и понимать проблемы клиента, правильно оценивать ожидания клиента, предварительно анализировать проблемы и прогнозировать возможности оптимального решения стандартных и нестандартных маркетинговых задач в условиях неопределенности</p>	<p>прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов</p> <p>Основы работы в операционных системах</p> <p>Основные антивирусные программы</p> <p>Основы управления инновационными проектами, дизайн-мышления в разработке новых продуктов</p> <p>Основы психологии общения с клиентами, конфликтологии и командной работы</p> <p>Особенности кросс-культурного взаимодействия с клиентами, партнерами и коллегами</p>	<p>ответственности за результаты инициативной работы, проявление настойчивости при решении нестандартных запросов клиента</p> <p>Принятие мер по учету культурных и национальных особенностей поведения, образа жизни, ценностей клиента</p> <p>Принятие мер по учету культурных и национальных особенностей поведения, образа жизни, ценностей клиента</p> <p>Объединение нужных специалистов в команду для решения потребностей клиента без лишнего администрирования</p> <p>Формирование действенной системы обратной связи, адекватное восприятие критики</p> <p>Общение с клиентом открытое, на понятном языке, с быстрыми ответами на вопросы, со вниманием к содержанию обращения, со стремлением услышать и понять причину обращения, с соблюдением речевых и неречевых правил</p>
--	--	--	---	---	--

A/02.6	Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>Планирование и организация сбора первичной и вторичной маркетинговой информации</p> <p>Обработка полученных данных с помощью методов математической статистики</p> <p>Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований</p> <p>Формирование предложений по совершенствованию товарной политики</p> <p>Формирование предложений по совершенствованию ценовой политики</p> <p>Формирование предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж</p> <p>Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</p>	<p>Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации</p> <p>Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков</p> <p>Работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования</p> <p>Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга</p> <p>Создавать отчеты по результатам маркетингового исследования</p> <p>Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга</p> <p>Публиковать мультимедиа контент в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p>Применять подходы безопасной работы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (защита персональных данных, антивирусная защита, информационная гигиена)</p> <p>Формировать медиатеки для структурированного хранения и каталогизации цифровой информации</p> <p>Использовать системы управления базами данных для</p>	<p>Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность</p> <p>Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики</p> <p>Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг</p> <p>Методы проведения маркетингового исследования</p> <p>Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях</p> <p>Правила, нормы и основные принципы этики делового общения</p> <p>Методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства</p> <p>Программы управления проектами: наименования, возможности и порядок работы в них</p> <p>Понятийный аппарат управления проектами</p> <p>Способы отслеживания выполнения задач проекта с использованием программ управления проектами</p> <p>Порядок создания отчета о выполненных работах с использованием программ управления проектами</p> <p>Методы использования цифровых технологий для проведения маркетинговых интернет-исследований и управления большими базами маркетинговых</p>	<p>Объединение нужных специалистов в команду для решения потребностей клиента без лишнего администрирования</p> <p>Формирование действенной системы обратной связи, адекватное восприятие критики</p> <p>Принятие мер по учету культурных и национальных особенностей поведения, образа жизни, ценностей клиента</p> <p>Совершение нужных корректирующих действий с согласия клиента и на основе оценки удовлетворенности (неудовлетворенности) клиента</p> <p>Принятие мер по персонализации обслуживания, забота, симпатия, чуткость и доверие клиенту, уважение к личности клиента и его семье, к коллегам по работе, соблюдение этических норм, стимулирование продолжения сотрудничества</p>
--------	---	---	--	--	---

		<p>просмотра данных в электронных базах данных</p> <p>Изменять данные электронной базы данных с использованием систем управления базами данных</p> <p>Проводить маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий</p> <p>Давать рекомендации по разработке новых продуктов, решающих проблемы клиентов</p> <p>Давать рекомендации по улучшению качества обслуживания клиентов и совершенствованию стандартов сервиса</p> <p>Создавать команды исследовательского проекта, координировать взаимодействие внутренних и внешних участников и партнеров проекта</p>	<p>данных</p> <p>Методы, инструменты и цифровые технологии оценки клиентского опыта</p> <p>Основы маркетинга услуг, маркетинга взаимоотношений с клиентами, внутреннего маркетинга</p>	
--	--	---	--	--

10. Возможные наименования должностей, профессий и иные дополнительные характеристики:

Связанные с квалификацией наименования должностей, профессий, специальностей, групп, видов деятельности, компетенций и т. п.	Документ, цифровой ресурс	Код по документу (ресурсу)	Полное наименование и реквизиты документа (адрес ресурса)
Специалист по маркетингу Аналитик Менеджер по рекламе Менеджер по связям с общественностью	ОКЗ	2431	Специалисты по рекламе и маркетингу
	ОКВЭД	73.20.1	Исследование конъюнктуры рынка
	ОКПДТР	24068	Менеджер (в подразделениях (службах) по маркетингу и сбыту продукции)
	ОКПДТР	24071	Менеджер по рекламе
	ОКПДТР	26585	Специалист по маркетингу
	ЕТКС, ЕКС	-	Специалист по маркетингу
	ЕТКС, ЕКС	-	Специалист по рекламе
	ЕТКС, ЕКС	-	Специалист по связям с общественностью
	ОКСО, ОКСВНК	5.38.03.02	Менеджмент

11. Основные пути получения квалификации:

Формальное образование и обучение (тип образовательной программы, при необходимости - направление подготовки / специальность / профессия, срок обучения и особые требования, возможные варианты):	Высшее образование – бакалавриат
Опыт практической работы (стаж работы и особые требования (при необходимости), возможные варианты):	-
Неформальное образование и самообразование (возможные варианты):	-

12. Особые условия допуска к работе:

-

13. Наличие специального права в соответствии с федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, необходимого для выполнения работы:

-

14. Перечень документов, необходимых для прохождения профессионального экзамена по квалификации:

Документ, подтверждающий наличие высшего образования уровня бакалавриата