# [Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 июня 2018 г. N 366н "Об утверждении профессионального стандарта "Маркетолог"](http://ivo.garant.ru/document/redirect/71972810/0)

В соответствии с [пунктом 16](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70304190/1016) Правил разработки и утверждения профессиональных стандартов, утвержденных [постановлением](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70304190/0) Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. N 23 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, N 4, ст. 293; 2014, N 39, ст. 5266; 2016, N 21, ст. 3002; 2018, N 8, ст. 1210), приказываю:

Утвердить прилагаемый [профессиональный стандарт](#sub_1000) "Маркетолог".

|  |  |
| --- | --- |
| Министр | М.А. Топилин |

Зарегистрировано в Минюсте РФ 21 июня 2018 г.  
Регистрационный N 51397

ГАРАНТ:

См. [справку](http://ivo.garant.ru/document/redirect/57746200/0) о профессиональных стандартах

См.:

[должностную инструкцию](http://ivo.garant.ru/document/redirect/55735420/0) директора департамента по маркетингу (управление маркетинговой деятельностью организации)

[должностную инструкцию](http://ivo.garant.ru/document/redirect/55735422/0) директора департамента по продажам (управление маркетинговой деятельностью организации)

[должностную инструкцию](http://ivo.garant.ru/document/redirect/55735424/0) директора департамента по сбыту (управление маркетинговой деятельностью организации)

[должностную инструкцию](http://ivo.garant.ru/document/redirect/55736586/0) руководителя службы (организация деятельности по социальной реабилитации и абилитации)

[должностную инструкцию](http://ivo.garant.ru/document/redirect/55735434/0) начальника отдела маркетинга (разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга)

[должностную инструкцию](http://ivo.garant.ru/document/redirect/55735436/0) начальника отдела по связям с общественностью (разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга)

[должностную инструкцию](http://ivo.garant.ru/document/redirect/55735438/0) начальника отдела сбыта (разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга)

[должностную инструкцию](http://ivo.garant.ru/document/redirect/55735442/0) специалиста по маркетингу (технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга)

[должностную инструкцию](http://ivo.garant.ru/document/redirect/55735412/0) аналитика (технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга)

[должностную инструкцию](http://ivo.garant.ru/document/redirect/55736574/0) куратора реабилитационной (абилитационной) программы (организация деятельности по социальной реабилитации и абилитации)

[должностную инструкцию](http://ivo.garant.ru/document/redirect/55735428/0) менеджера по рекламе (технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга)

[должностную инструкцию](http://ivo.garant.ru/document/redirect/55735430/0) менеджера по связи с общественностью (технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга)

УТВЕРЖДЕН  
[приказом](#sub_0) Министерства  
труда и социальной защиты  
Российской Федерации  
от 4 июня 2018 г. N 366н

# Профессиональный стандарт Маркетолог

|  |  |
| --- | --- |
|  | 1134 |
|  | Регистрационный номер |

# I. Общие сведения

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Организация и управление маркетинговой деятельностью |  | 08.035 |
| (наименование вида профессиональной деятельности) |  | Код |

Основная цель вида профессиональной деятельности:

|  |
| --- |
| Разработка и реализация комплекса мер и подходов к ведению бизнеса, обеспечивающая создание и эффективное управление маркетинговой деятельностью |

Группа занятий:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| [1221](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70968844/1221) | Руководители служб по сбыту и маркетингу | [2431](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70968844/2431) | Специалисты по рекламе и маркетингу |
| (код [ОКЗ](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70968844/0)[1](#sub_1111)) | (наименование) | (код [ОКЗ](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70968844/0)) | (наименование) |

Отнесение к видам экономической деятельности:

|  |  |
| --- | --- |
| [70.22](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70650726/7022) | Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления |
| [73.20.1](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70650726/73201) | Исследование конъюнктуры рынка |
| (код [ОКВЭД](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70650726/0)[2](#sub_2222)) | (наименование вида экономической деятельности) |

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

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Обобщенные трудовые функции | | | Трудовые функции | | | |
| код | наименование | уровень квалификации | | наименование | код | уровень (подуровень) квалификации | |
| А | Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | 6 | | Подготовка к проведению маркетингового исследования | А/01.6 | 6 | |
| Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | А/02.6 | 6 | |
| В | Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга | 7 | | Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации | В/01.7 | 7 | |
| Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации | В/02.7 | 7 | |
| Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации | В/03.7 | 7 | |
| Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации | В/04.7 | 7 | |
| С | Управление маркетинговой деятельностью организации | 8 | | Формирование маркетинговой стратегии организации | С/01.8 | 8 | |
| Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации | С/02.8 | 8 | |

# III. Характеристика обобщенных трудовых функций

3.1. Обобщенная трудовая функция

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | Код | А | Уровень квалификации | 6 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Возможные наименования должностей, профессий | Специалист по маркетингу  Аналитик  Менеджер по рекламе  Менеджер по связям с общественностью |
| Требования к образованию и обучению | Среднее профессиональное образование - программы подготовки специалистов среднего звена |
| Требования к опыту практической работы | - |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | Дополнительное профессиональное образование - программы повышения квалификации |

Дополнительные характеристики

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование документа | Код | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
| [ОКЗ](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70968844/0) | [2431](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70968844/2431) | Специалисты по рекламе и маркетингу |
| [ЕКС](http://ivo.garant.ru/document/redirect/180422/0)[3](#sub_3333) | - | [Специалист по маркетингу](http://ivo.garant.ru/document/redirect/180422/3254) |
|  | - | Специалист по рекламе |
|  | - | [Специалист по связям с общественностью](http://ivo.garant.ru/document/redirect/180422/3) |
| [ОКПДТР](http://ivo.garant.ru/document/redirect/1548770/0)[4](#sub_4444) | [24068](http://ivo.garant.ru/document/redirect/1548770/24068) | Менеджер (в подразделениях (службах) по маркетингу и сбыту продукции) |
| [24071](http://ivo.garant.ru/document/redirect/1548770/24071) | Менеджер по рекламе |
| [26585](http://ivo.garant.ru/document/redirect/1548770/26585) | Специалист по маркетингу |
| [ОКСО](http://ivo.garant.ru/document/redirect/71594768/0)[5](#sub_5555) | [5.38.00.00](http://ivo.garant.ru/document/redirect/71594768/15380000) | Экономика и управление |
| [5.38.02.04](http://ivo.garant.ru/document/redirect/71594768/25380204) | Коммерция (по отраслям) |

3.1.1. Трудовая функция

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Подготовка к проведению маркетингового исследования | Код | А/01.6 | Уровень (подуровень) квалификации | 6 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Трудовые действия | Выявление проблем и формулирование целей исследования |
| Планирование проведения маркетингового исследования |
| Определение маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования |
| Подготовка и согласование плана проведения маркетингового исследования |
| Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации |
| Анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг |
| Разработка технического задания для проведения маркетингового исследования |
| Подготовка процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования |
| Необходимые умения | Применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования |
| Определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования |
| Подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования |
| Анализировать текущую рыночную конъюнктуру |
| Составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования |
| Необходимые знания | Применение основ менеджмента |
| Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность |
| Особенности проведения социологических исследований |
| Принципы системного анализа |
| Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов |
| Другие характеристики | - |

3.1.2. Трудовая функция

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | Код | А/02.6 | Уровень (подуровень) квалификации | 6 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Трудовые действия | Планирование и организация сбора первичной и вторичной маркетинговой информации |
| Обработка полученных данных с помощью методов математической статистики |
| Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований |
| Формирование предложений по совершенствованию товарной политики |
| Формирование предложений по совершенствованию ценовой политики |
| Формирование предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж |
| Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации |
| Необходимые умения | Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации |
| Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков |
| 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 маркетингового исследования |
| Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга |
| Необходимые знания | Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность |
| Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики |
| Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг |
| Методы проведения маркетингового исследования |
| Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях |
| Правила, нормы и основные принципы этики делового общения |
| Методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства |
| Другие характеристики | - |

3.2. Обобщенная трудовая функция

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга | Код | В | Уровень квалификации | 7 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Возможные наименования должностей, профессий | Начальник отдела маркетинга  Начальник отдела сбыта  Начальник отдела по связям с общественностью |
| Требования к образованию и обучению | Высшее образование - магистратура или специалитет |
| Требования к опыту практической работы | Не менее трех лет в области маркетинговой деятельности |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | Дополнительное профессиональное образование - программы повышения квалификации |

Дополнительные характеристики

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование документа | Код | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
| [ОКЗ](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70968844/0) | [1221](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70968844/1221) | Руководители служб по сбыту и маркетингу |
| [ЕКС](http://ivo.garant.ru/document/redirect/180422/0) | - | [Начальник отдела маркетинга](http://ivo.garant.ru/document/redirect/180422/3056) |
| - | [Начальник отдела сбыта](http://ivo.garant.ru/document/redirect/180422/3064) |
| - | [Начальник отдела по связям с общественностью](http://ivo.garant.ru/document/redirect/180422/2) |
| [ОКПДТР](http://ivo.garant.ru/document/redirect/1548770/0) | [24698](http://ivo.garant.ru/document/redirect/1548770/24698) | Начальник отдела (по маркетингу и сбыту продукции) |
| [26151](http://ivo.garant.ru/document/redirect/1548770/26151) | Руководитель группы (специализированной в прочих отраслях) |
| [26153](http://ivo.garant.ru/document/redirect/1548770/26153) | Руководитель группы (функциональной в прочих отраслях) |
| [ОКСО](http://ivo.garant.ru/document/redirect/71594768/0) | [5.38.00.00](http://ivo.garant.ru/document/redirect/71594768/15380000) | Экономика и управление |
| [5.38.04.02](http://ivo.garant.ru/document/redirect/71594768/45380402) | Менеджмент |

3.2.1. Трудовая функция

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации | Код | В/01.7 | Уровень (подуровень) квалификации | 7 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Трудовые действия | Разработка мер по внедрению инновационных товаров (услуг) |
| Создание нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими |
| Разработка и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг) |
| Тестирование инновационных товаров (услуг) при их внедрении на российский и международный рынки |
| Реализация и совершенствование ассортиментной политики организации |
| Проведение коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов) |
| Разработка технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда |
| Реализация программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации |
| Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов) |
| Необходимые умения | Определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации |
| Проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов) |
| Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок |
| Проводить оценку стоимости брендов организации |
| Улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами |
| Использовать инструменты проектного управления успешными брендами |
| Необходимые знания | Понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) |
| Инструменты бренд-менеджмента |
| Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития |
| Процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) |
| Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов |
| Методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации |
| Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность |
| Другие характеристики | - |

3.2.2. Трудовая функция

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации | Код | В/02.7 | Уровень (подуровень) квалификации | 7 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Трудовые действия | Разработка ценовой политики в организации |
| Создание и реализация стратегии формирования цен на товары (услуги) организации |
| Внедрение методов формирования цен на товары (услуги) организации |
| Разработка конкурентных ценовых стратегий |
| Проведение последовательных действий по разработке политики ценообразования в организации |
| Внедрение системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации |
| Совершенствование политики ценообразования в организации |
| Необходимые умения | Разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги) |
| Рассчитывать цены на товары (услуги) организации |
| Разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования |
| Сравнивать рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги) |
| Проводить маркетинговые исследования по ценам |
| Проводить аудит ценовой политики организации |
| Необходимые знания | Инструменты маркетингового ценообразования |
| Законодательство Российской Федерации, стандарты, этические принципы, регулирующие цены и ценовую политику организаций |
| Методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг на уровне ценовых стратегий |
| Другие характеристики | - |

3.2.3. Трудовая функция

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации | Код | В/03.7 | Уровень (подуровень) квалификации | 7 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Трудовые действия | Формирование средств и каналов распределения (дистрибуции) для взаимодействия с поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации |
| Разработка комплексной системы распределения (дистрибуции) в организации |
| Разработка сбытовой политики организации |
| Совершенствование системы распределения (дистрибуции) в организации |
| Необходимые умения | Работать с информацией и базами данных по системе распределения |
| Выполнять маркетинговые действия по выбору каналов распределения (дистрибуции) |
| Создавать каналы распределения (дистрибуции) в организации |
| Оценивать результативность каналов распределения (дистрибуции) |
| Проводить оценку сбытовой политики организации |
| Управлять продажами товаров и услуг |
| Необходимые знания | Методы проведения маркетинговых исследований в области распределения (дистрибуции) и продаж |
| Подходы к формированию сбытовой политики организации |
| Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации |
| Другие характеристики | - |

3.2.4. Трудовая функция

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации | Код | В/04.7 | Уровень (подуровень) квалификации | 7 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Трудовые действия | Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации |
| Разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации |
| Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации |
| Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации |
| Формирование имиджа и деловой репутации организации |
| Организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации |
| Разработка и проведение рекламных акций по стимулированию продаж |
| Работа с инструментами прямого маркетинга |
| Подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений |
| Необходимые умения | Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании |
| Формировать имидж и деловую репутацию организации |
| Продвигать товары (услуги) организации на рынок |
| Улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики |
| Выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий |
| Проводить анализ результативности коммуникационной политики |
| Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики |
| Необходимые знания | Инструменты маркетинговых коммуникаций |
| Стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации |
| Состав процесса стратегического и оперативного планирования |
| Организация рекламного дела |
| Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации |
| Другие характеристики | - |

3.3. Обобщенная трудовая функция

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Управление маркетинговой деятельностью организации | Код | С | Уровень квалификации | 8 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Возможные наименования должностей, профессий | Директор департамента по маркетингу  Директор департамента по продажам  Директор департамента по сбыту |
|  |  |
| Требования к образованию и обучению | Высшее образование - магистратура или специалитет |
| Требования к опыту практической работы | Не менее пяти лет в области маркетинговой деятельности |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | Дополнительное профессиональное образование - программы повышения квалификации |

Дополнительные характеристики

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование документа | | Код | | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности | |
| [ОКЗ](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70968844/0) | | [1221](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70968844/1221) | | Руководители служб по сбыту и маркетингу | |
| [ЕКС](http://ivo.garant.ru/document/redirect/180422/0) | | - | | [Заместитель директора по коммерческим вопросам](http://ivo.garant.ru/document/redirect/180422/3032) | |
|  | | - | | [Заместитель директора по связям с общественностью](http://ivo.garant.ru/document/redirect/180422/100111) | |
| [ОКПДТР](http://ivo.garant.ru/document/redirect/1548770/0) | [21363](http://ivo.garant.ru/document/redirect/1548770/21363) | | Директор департамента | |
| [21365](http://ivo.garant.ru/document/redirect/1548770/21365) | | Директор (начальник, уполномоченный) дирекции | |
| [ОКСО](http://ivo.garant.ru/document/redirect/71594768/0) | [5.38.00.00](http://ivo.garant.ru/document/redirect/71594768/15380000) | | Экономика и управление | |
| [5.38.04.02](http://ivo.garant.ru/document/redirect/71594768/45380402) | | Менеджмент | |

3.3.1. Трудовая функция

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Формирование маркетинговой стратегии организации | Код | С/01.8 | Уровень (подуровень) квалификации | 8 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Трудовые действия | Организация работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации |
| Создание и развитие стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации |
| Создание и развитие операционной системы для выполнения маркетинговых функций в организации |
| Руководство работой по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы организации |
| Необходимые умения | Разрабатывать маркетинговую стратегию организации |
| Прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации |
| Выстраивать систему взаимодействия маркетинговой службы с другими подразделениями организации |
| Реализовывать альтернативные маркетинговые стратегии в организации |
| Необходимые знания | Методика проведения комплексного маркетингового исследования |
| Особенности риск-менеджмента |
| Инструменты бренд-менеджмента |
| Принципы стратегического и оперативного планирования |
| Методы и стратегии ценообразования |
| Принципы логистики распределения и сбыта |
| Методы управления проектами |
| Другие характеристики | - |

3.3.2. Трудовая функция

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации | Код | С/02.8 | Уровень (подуровень) квалификации | 8 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

|  |  |
| --- | --- |
| Трудовые действия | Подготовка предложений и разработка планов по работе маркетинговой службы организации |
| Согласование и реализация планов маркетинговой поддержки системы продаж в организации |
| Согласование и реализация плана маркетинга организации |
| Обеспечение развития маркетинговой службы организации |
| Подготовка и защита отчетов о работе маркетинговой службы перед руководящими органами и лицами организации |
| Обеспечение контроля маркетинговой деятельности организации |
| Необходимые умения | Планировать деятельность маркетинговой службы организации |
| Планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов |
| Проводить оценку результативности маркетинговых программ |
| Осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации |
| Необходимые знания | Инструменты риск-менеджмента |
| Методы управления бизнес-процессами |
| Процесс управления знаниями в организации |
| Методы и организационные возможности управления изменениями |
| Методы управления проектами |
| Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности |
| Другие характеристики | - |

# IV. Сведения об организациях - разработчиках профессионального стандарта

4.1. Ответственная организация-разработчик

|  |  |
| --- | --- |
| Ассоциация участников финансового рынка "Совет по развитию профессиональных квалификаций", город Москва | |
| Генеральный директор | Маштакеева Диана Каримовна |

4.2. Наименования организаций-разработчиков

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | OOP "Российский союз промышленников и предпринимателей", город Москва |
| 2 | НП "Гильдия Маркетологов", город Москва |
| 3 | АНО "Институт социальных и этнокультурных исследований", город Москва |
| 4 | ООО "Группа Реланд", город Москва |
| 5 | ООО "Маркетинговое агентство "Вектор", город Москва |
| 6 | ООО "Маркетинговое агентство "Степ бай степ", город Москва |
| 7 | ООО "Независимый консалтинговый центр "Эталонъ", город Москва |
| 8 | ООО "Стив и Бартон", город Красноярск |
| 9 | ООО "Юниправэкс", город Москва |

──────────────────────────────

1 [Общероссийский классификатор](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70968844/0) занятий.

2 [Общероссийский классификатор](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70650726/0) видов экономической деятельности.

3 [Единый квалификационный справочник](http://ivo.garant.ru/document/redirect/180422/0) должностей руководителей, специалистов и служащих.

4 [Общероссийский классификатор](http://ivo.garant.ru/document/redirect/1548770/0) профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов.

5 [Общероссийский классификатор](http://ivo.garant.ru/document/redirect/71594768/0) специальностей по образованию.