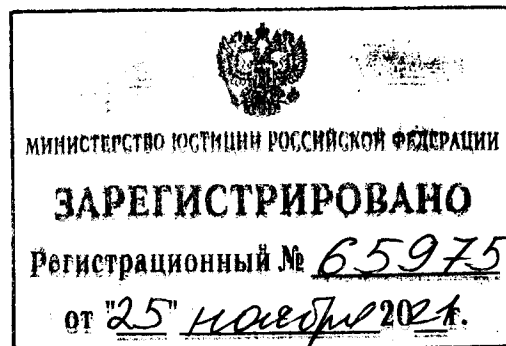




**МИНИСТЕРСТВО ТРУДА И СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНТРУД РОССИИ)**

ПРИКАЗ

22 октября 2021 г.

Москва

№ 759н

**Об утверждении профессионального стандарта
«Специалист в области маркетинга детских товаров»**

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

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

2. Признать утратившими силу:

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

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

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

Министр

А.О. Котиков

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

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

Специалист в области маркетинга детских товаров

325

Регистрационный номер

Содержание

I. Общие сведения.....	1
II. Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт (функциональная карта вида профессиональной деятельности)	2
III. Характеристика обобщенных трудовых функций.....	3
3.1. Обобщенная трудовая функция «Проведение маркетингового исследования для сбыта и продвижения на рынке детских товаров».....	3
3.2. Обобщенная трудовая функция «Разработка и реализация маркетинговых программ для детских товаров»	6
3.3. Обобщенная трудовая функция «Организация маркетинговой деятельности для сбыта детских товаров»	11
IV. Сведения об организациях – разработчиках профессионального стандарта.....	15

I. Общие сведения

Планирование и исполнение маркетинговых мероприятий в области детских товаров

21.003

(наименование вида профессиональной деятельности)

Код

Основная цель вида профессиональной деятельности:

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

Группа занятий:

1221	Руководители служб по маркетингу и сбыту	2431	Специалисты по рекламе и маркетингу
(код ОКЗ ¹)	(наименование)	(код ОКЗ)	(наименование)

Отнесение к видам экономической деятельности:

72.20	Научные исследования и разработки в области общественных и гуманитарных наук
73.20	Исследование конъюнктуры рынка и изучение общественного мнения
(код ОКВЭД ²)	(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	Проведение маркетингового исследования для сбыта и продвижения на рынке детских товаров	6	Подготовка к проведению маркетингового исследования для сбыта и продвижения на рынке детских товаров	A/01.6	6
			Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга в области детских товаров	A/02.6	6
В	Разработка и реализация маркетинговых программ для детских товаров	6	Создание материальных активов (брендов) в области детских товаров и управление ими	B/01.6	6
			Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации, работающей в области детских товаров	B/02.6	6
			Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации, работающей в области детских товаров	B/03.6	6
С	Организация маркетинговой деятельности для сбыта детских товаров	7	Формирование маркетинговой стратегии организации, работающей в области детских товаров	C/01.7	7
			Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации, работающей в области детских товаров	C/02.7	7

III. Характеристика обобщенных трудовых функций

3.1. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Проведение маркетингового исследования для сбыта и продвижения на рынке детских товаров	Код	A	Уровень квалификации	6
Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал X	Заимствовано из оригинала		Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта
Возможные наименования должностей, профессий	Маркетолог детских товаров Специалист по маркетингу детских товаров				
Требования к образованию и обучению	Среднее профессиональное образование – программы подготовки специалистов среднего звена и дополнительное профессиональное образование в сфере маркетинга детских товаров или Высшее образование – бакалавриат и дополнительное профессиональное образование в сфере маркетинга детских товаров				
Требования к опыту практической работы	Не менее одного года в сфере маркетинга при наличии среднего профессионального образования				
Особые условия допуска к работе	-				
Другие характеристики	Рекомендуется один раз в три года дополнительное профессиональное образование – программы повышения квалификации в сфере маркетинга детских товаров				

Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	2431	Специалисты по рекламе и маркетингу
ЕКС ³	-	Специалист по маркетингу
ОКПДТР ⁴	26585	Специалист по маркетингу
ОКСО ⁵	5.38.02.01	Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)
	5.38.02.04	Коммерция (по отраслям)
	5.38.02.05	Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров
	5.38.03.01	Экономика
	5.38.03.06	Торговое дело
	5.38.03.07	Товароведение
	5.39.03.01	Социология
	5.42.03.01	Реклама и связи с общественностью

3.1.1. Трудовая функция

Наименование	Подготовка к проведению маркетингового исследования для сбыта и продвижения на рынке детских товаров	Код	A/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 в области маркетинга детских товаров
	Планирование проведения маркетингового исследования в области детских товаров
	Определение маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования, для продвижения детских товаров на рынке
	Подготовка и согласование плана проведения маркетингового исследования в области производства и сбыта детских товаров
	Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации, в том числе о рынках сбыта детских товаров, потребительских предпочтениях
	Анализ конъюнктуры рынка детских товаров
	Разработка технического задания для проведения маркетингового исследования в области производства, продвижения и сбыта детских товаров
	Подготовка документов, сопровождающих процесс проведения маркетингового исследования в области детских товаров, установление сроков проведения маркетингового исследования и требований к проведению маркетингового исследования
	Мониторинг изменений нормативных правовых актов в сфере маркетинга и рекламы
Необходимые умения	Применять методы сбора, средства хранения и обработки информации для проведения маркетингового исследования детских товаров
	Определять и использовать маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования в области детских товаров
	Разрабатывать комплексный план проведения маркетингового исследования в области детских товаров
	Анализировать текущую рыночную конъюнктуру детских товаров
	Составлять техническое задание для выполнения маркетингового исследования в области детских товаров
Необходимые знания	Основы менеджмента, социологии, педагогики, детской и родительской психологии
	Нормативные правовые акты Российской Федерации, регулирующие маркетинговую деятельность
	Российские, межгосударственные и международные требования, регулирующие маркетинговую деятельность, в том числе требования и профессиональные кодексы международных маркетинговых союзов и объединений
	Порядок проведения социологических исследований
	Основы системного анализа

	Программные продукты для выполнения статистических расчетов маркетингового исследования
	Правовые основы интеллектуальной собственности
	Требования охраны и безопасности труда
	Этика делового общения и правила ведения переговоров
Другие характеристики	Необходимые этические нормы: - соблюдать конфиденциальность информации; - соблюдать этику делового общения; - не разглашать материалы рабочих исследований; - не создавать конфликтные ситуации на рабочем месте; - не совершать действий, которые дискредитируют профессию, репутацию коллег и иных организаций

3.1.2. Трудовая функция

Наименование	Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга в области детских товаров	Код	A/02.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции

Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
----------	---	---------------------------	--	--

Код оригинала

Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Планирование и организация сбора первичной и вторичной информации, используемой при проведении маркетингового исследования в области детских товаров
	Обработка и систематизация полученных маркетинговых данных о рынке детских товаров с помощью методов математической статистики
	Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований в области детских товаров
	Формирование предложений по совершенствованию товарной политики в области детских товаров
	Формирование предложений по совершенствованию ценовой политики в области детских товаров
	Формирование предложений по совершенствованию систем продвижения, сбыта и продаж детских товаров
	Подготовка рекомендаций по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга в области детских товаров
Необходимые умения	Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации в области детских товаров
	Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков детских товаров
	Работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования
	Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга
	Создавать отчеты по результатам проведенного маркетингового исследования
Необходимые знания	Нормативные правовые акты Российской Федерации, регулирующие маркетинговую деятельность

	Российские, межгосударственные и международные требования, регулирующие маркетинговую деятельность, в том числе требования и профессиональные кодексы международных маркетинговых союзов и объединений
	Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики
	Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка детских товаров и услуг
	Методы проведения маркетингового исследования
	Методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства детских товаров
	Основы социологии
	Основы педагогики
	Основы родительской психологии
	Требования охраны и безопасности труда
	Этика делового общения и правила ведения переговоров
Другие характеристики	Необходимые этические нормы: - соблюдать конфиденциальность информации; - соблюдать этику делового общения; - не разглашать материалы рабочих исследований; - не создавать конфликтные ситуации на рабочем месте; - не совершать действий, которые дискредитируют профессию, репутацию коллег и иных организаций

3.2. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Разработка и реализация маркетинговых программ для детских товаров		Код	В	Уровень квалификации	6
Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал X	Заимствовано из оригинала				
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта		
Возможные наименования должностей, профессий	Категорийный менеджер Ассортиментный менеджер Ведущий маркетолог детских товаров Главный маркетолог детских товаров					
Требования к образованию и обучению	Высшее образование – бакалавриат и дополнительное профессиональное образование в сфере маркетинга детских товаров					
Требования к опыту практической работы	Не менее одного года в сфере маркетинга детских товаров Не менее двух лет в сфере маркетинга детских товаров для ведущего маркетолога детских товаров Не менее трех лет в сфере маркетинга детских товаров для главного маркетолога детских товаров					
Особые условия допуска к работе	-					
Другие характеристики	Рекомендуется один раз в три года дополнительное профессиональное образование – программы повышения квалификации в сфере маркетинга детских товаров					

Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	2431	Специалисты по рекламе и маркетингу
ЕКС	-	Специалист по маркетингу
ОКПДТР	24068	Менеджер (в подразделениях (службах) по маркетингу и сбыту продукции)
	26585	Специалист по маркетингу
ОКСО	5.38.03.01	Экономика
	5.38.03.05	Бизнес-информатика
	5.38.03.06	Торговое дело
	5.38.03.07	Товароведение
	5.39.03.01	Социология
	5.42.03.01	Реклама и связи с общественностью

3.2.1. Трудовая функция

Наименование	Создание нематериальных активов (брендов) в области детских товаров и управление ими	Код	В/01.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

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

Трудовые действия	Создание нематериальных активов (брендов) в области детских товаров и управление ими
	Разработка мер по внедрению новых брендов, товаров (услуг) для детей
	Реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей нематериальных активов (брендов) в области детских товаров
	Тестирование маркетинговых программ на новые детские бренды и товары с учетом требований социальной ответственности, психологической и физической безопасности детей, подготовка предложений по доработке по результатам тестирования
	Реализация и совершенствование ассортиментной политики организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров
	Проведение коммуникационных (рекламных) кампаний по продвижению детских брендов
	Разработка технических заданий на создание фирменного стиля брендов детских товаров, организации
	Реализация программ повышения потребительской лояльности к детским брендам, товарам
	Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении детских брендов, товаров
	Подготовка рекомендаций по установлению обоснованных цен, надбавок и скидок для групп клиентов на различные виды детских брендов, товаров в соответствии с тенденциями рынка

	Контроль цен на детские товары, подготовка предложений по изменению и корректировке стратегий и политик ценообразования в ответ на изменения поведения потребителей, конкурентов и торговых партнеров
Необходимые умения	Определять конкурентоспособный ассортимент детских товаров и услуг организации
	Проводить потребительские тестирования и пробные продажи товара с учетом особенностей детской психологии
	Анализировать изменения нормативных правовых актов в сфере маркетинга и рекламы
	Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок
	Производить оценку стоимости брендов детских товаров
	Использовать инструменты проектного управления успешными брендами детских товаров
	Выводить на рынок и продвигать новые виды брендов для детей с учетом уникальной специфики продвижения различных групп детских товаров
	Взаимодействовать с группами покупателей и потребителей детских брендов и товаров (детьми, родителями, членами семьи, сотрудниками детских учреждений) и агентами влияния (общественными организациями, органами социальной защиты детей)
Необходимые знания	Методы изучения внутреннего и внешнего рынка детских товаров, его потенциала и тенденций развития
	Методы и процедуры тестирования товаров, нематериальных активов (брендов)
	Специализированные программные продукты для сбора и обработки маркетинговой информации, выполнения расчетов стоимости брендов детских товаров
	Основы управления проектами разработки новых детских брендов, товаров и проектными рисками
	Основные процессы (порядок) разработки новых детских брендов, товаров (основы дизайна, конструирования, разработки программного обеспечения в зависимости от типа товара)
	Основы педагогики
	Основы возрастной психологии
	Физиология и гигиена детей
	Законодательное регулирование разработки и продвижения детских товаров, российские и международные системы сертификации и лицензирования детских товаров в рамках таможенных, международных торговых союзов и объединений
	Российские, межгосударственные и международные требования, регулирующие маркетинговую деятельность, в том числе требования и профессиональные кодексы международных маркетинговых союзов и объединений
	Основные этапы разработки новых детских товаров и модели вывода на рынок и продвижения новых детских товаров
	Организационные и финансово-экономические аспекты процессов разработки нового товара для детей
	Законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности
	Требования охраны и безопасности труда
	Этика делового общения и правила ведения переговоров

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

3.2.2. Трудовая функция

Наименование	Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации, работающей в области детских товаров	Код	B/02.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

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, осуществляющей деятельность в области производства и (или) сбыта детских товаров
	Разработка комплексной системы распределения (дистрибуции) в организации, осуществляющей деятельность в области производства и (или) сбыта детских товаров
	Разработка сбытовой политики организации, осуществляющей деятельность в области производства и (или) сбыта детских товаров
	Совершенствование системы распределения (дистрибуции) в организации, осуществляющей деятельность в области производства и (или) сбыта детских товаров
Необходимые умения	Использовать информационные базы данных системы распределения сбытовой политики в организации, осуществляющей деятельность в области производства и (или) сбыта детских товаров
	Выполнять маркетинговые действия по выбору каналов распределения (дистрибуции)
	Создавать каналы распределения (дистрибуции) в организации, осуществляющей деятельность в области производства и (или) сбыта детских товаров
	Оценивать результативность каналов распределения (дистрибуции)
	Производить оценку сбытовой политики организации, осуществляющей деятельность в области производства и (или) сбыта детских товаров
	Управлять продажами детских товаров
	Оперативно реагировать на меняющуюся конъюнктуру рынка детских товаров с учетом изменений потребностей основных категорий потребителей (детей, родителей и специалистов детских учреждений) и результатов анализа оборачиваемости склада
Необходимые знания	Методы проведения маркетинговых исследований в области распределения (дистрибуции) и продаж

	Подходы к формированию сбытовой политики организации в области детских товаров
	Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации
	Российские, межгосударственные и международные требования, регулирующие маркетинговую деятельность, в том числе требования и профессиональные кодексы международных маркетинговых союзов и объединений
	Законодательное регулирование продвижения детских товаров, российские и международные системы сертификации и лицензирования детских товаров в рамках таможенных, международных торговых союзов и объединений
	Требования охраны и безопасности труда
	Этика делового общения и правила ведения переговоров
Другие характеристики	Необходимые этические нормы: - соблюдать конфиденциальность информации; - соблюдать этику делового общения; - не разглашать материалы рабочих исследований; - не создавать конфликтные ситуации на рабочем месте; - не совершать действий, которые дискредитируют профессию, репутацию коллег и иных организаций

3.2.3. Трудовая функция

Наименование	Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации, работающей в области детских товаров	Код	В/03.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции

Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
		Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта	

Трудовые действия	Разработка системы маркетинговых коммуникаций организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров
	Разработка и проведение коммуникационных кампаний организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров
	Формирование каналов коммуникации с потребителями детских товаров, брендов (услуг)
	Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров
	Формирование имиджа и деловой репутации организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров
	Подготовка мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров
	Разработка рекламных акций по стимулированию продаж детских товаров, брендов
	Работа с инструментами прямого маркетинга детских товаров

	Анализ изменений нормативных правовых актов, требований в сфере маркетинга и рекламы
	Подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в области детских товаров для принятия управленческих решений
Необходимые умения	Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании в области детских товаров Формировать имидж и деловую репутацию организации, работающей в области детских товаров Продвигать детские товары (услуги) организации на рынок Совершенствовать бизнес-процессы коммуникационной политики организации, работающей в области детских товаров Выстраивать систему коммуникаций в организации, работающей в области детских товаров, на уровне стратегий Производить анализ результативности коммуникационной политики в области детских товаров Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики в области детских товаров
Необходимые знания	Инструменты маркетинговых коммуникаций в области детских товаров Стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации, работающей в области детских товаров Стратегическое и оперативное планирование Рекламное дело Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации Правовые основы интеллектуальной собственности Требования охраны и безопасности труда Этика делового общения и правила ведения переговоров
Другие характеристики	Необходимые этические нормы: - соблюдать конфиденциальность информации; - соблюдать этику делового общения; - не разглашать материалы рабочих исследований; - не создавать конфликтные ситуации на рабочем месте; - не совершать действий, которые дискредитируют профессию, репутацию коллег и иных организаций

3.3. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Организация маркетинговой деятельности для сбыта детских товаров		Код	С	Уровень квалификации	7
Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала			
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта	
Возможные наименования должностей, профессий	Директор по маркетингу Директор маркетинговой службы Руководитель подразделения маркетинга					

Требования к образованию и обучению	Высшее образование – магистратура или специалитет или Высшее образование – магистратура или специалитет (непрофильное) и дополнительное профессиональное образование в сфере маркетинга детских товаров
Требования к опыту практической работы	Не менее трех лет в области маркетинга детских товаров, в том числе не менее одного года в области управления персоналом
Особые условия допуска к работе	-
Другие характеристики	Рекомендуется один раз в три года дополнительное профессиональное образование – программы повышения квалификации в сфере маркетинга детских товаров и управления персоналом

Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	1221	Руководители служб по маркетингу и сбыту
ЕКС	-	Начальник отдела маркетинга
ОКПДТР	22047	Заведующий отделом (по маркетингу и сбыту продукции)
	24698	Начальник отдела (по маркетингу и сбыту продукции)
ОКСО	5.38.04.01	Экономика
	5.38.04.05	Бизнес-информатика
	5.38.04.06	Торговое дело
	5.38.04.07	Товароведение
	5.39.04.01	Социология
	5.42.04.01	Реклама и связи с общественностью

3.3.1. Трудовая функция

Наименование	Формирование маркетинговой стратегии организации, работающей в области детских товаров	Код	C/01.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

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

Трудовые действия	Организация текущих бизнес-процессов маркетинговой службы и проектной деятельности организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров
	Создание и развитие стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров
	Создание и развитие операционной системы для выполнения маркетинговых функций в организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров
	Оптимизация операционной и организационной структур маркетинговой службы организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров

	Формирование сред и каналов онлайн- и офлайн-коммуникаций с детьми, родителями и специалистами, регулярно взаимодействующими с детьми
	Контроль проведения коммуникационных кампаний (рекламных мероприятий, конкурсов), соответствующих целевой возрастной и гендерной группе детей, с учетом культурных и социальных особенностей потребителей, а также этических принципов и законодательных норм информационной безопасности детей
	Интеграция маркетинговых коммуникаций в детские коммуникативные среды (детские учреждения, специализированные детские средства массовой информации, детские интернет-сообщества, детские общественные организации)
	Анализ эффективности коммуникационных кампаний и получение обратной связи с целью актуализации потребностей и желаний потребителей с учетом возрастных групп и особенностей целевой аудитории
	Контроль создания каналов коммуникаций и осуществления эффективных коммуникаций с детьми, родителями и специалистами, регулярно взаимодействующими с детьми
Необходимые умения	Разрабатывать маркетинговую стратегию организации в области детских товаров
	Анализировать нормативные правовые акты и изменения требований в сфере маркетинга и рекламы
	Прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации в области детских товаров
	Выстраивать систему взаимодействия маркетинговой службы с подразделениями организации в области детских товаров
	Реализовывать альтернативные маркетинговые стратегии организации в области детских товаров
Необходимые знания	Методика проведения комплексного маркетингового исследования в области детских товаров
	Основы бизнес-планирования
	Основы менеджмента
	Особенности риск-менеджмента
	Инструменты бренд-менеджмента
	Стратегическое и оперативное планирование
	Методы и стратегии ценообразования детских товаров
	Логистика и сбыт детских товаров
	Методы управления проектами в области детских товаров
	Основные модели, методы, средства и информационно-коммуникационные технологии для реализации внешних и внутренних коммуникаций с детьми, родителями и специалистами, регулярно взаимодействующими с детьми
	Социально приемлемые инструменты рекламы и маркетинга в области детских товаров
	Законодательство Российской Федерации и международные законодательные нормы, стандарты и этические принципы безопасной информационно-коммуникационной деятельности с социально чувствительными аудиториями

	Российские, межгосударственные и международные требования, регулирующие маркетинговую деятельность, в том числе требования и профессиональные кодексы международных маркетинговых союзов и объединений
	Российское и международное законодательство в области интеллектуальной собственности
	Основы педагогики
	Детская психология и социология
	Детская журналистика
	Требования охраны и безопасности труда
	Этика делового общения и правила ведения переговоров
Другие характеристики	Необходимые этические нормы: - соблюдать конфиденциальность информации; - соблюдать этику делового общения; - не разглашать материалы рабочих исследований; - не создавать конфликтные ситуации на рабочем месте; - не совершать действий, которые дискредитируют профессию, репутацию коллег и иных организаций

3.3.2. Трудовая функция

Наименование	Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации, работающей в области детских товаров	Код	C/02.7	Уровень (подуровень) квалификации	7
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заемствовано из оригинала		
	Код оригинала		Регистрационный номер профессионального стандарта		

Трудовые действия	Подготовка предложений по работе и разработка планов работы маркетинговой службы организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров
	Согласование и реализация планов маркетинговой поддержки системы продаж в организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров
	Согласование и реализация плана маркетинга организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров
	Контроль проведения коммуникационных (рекламных) кампаний по продвижению детских брендов
	Контроль создания нематериальных активов (брендов) в области детских товаров, фирменного стиля и имиджа организации в области детских товаров
	Контроль системы распределения (дистрибуции) в организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров
	Подготовка и защита отчетов о работе маркетинговой службы перед руководящими органами и лицами организации, осуществляющей деятельность в области детских товаров
	Анализ нормативных правовых актов и мониторинг изменений требований в сфере маркетинга и рекламы
Необходимые умения	Планировать деятельность маркетинговой службы организации в области детских товаров

	Планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов в области детских товаров
	Производить оценку результативности маркетинговых программ в области детских товаров
	Применять методы контроля маркетинговой деятельности организации в области детских товаров
	Выявлять изменения нормативных правовых актов и требований в сфере маркетинга и рекламы
Необходимые знания	Основы бизнес-планирования
	Инструменты риск-менеджмента
	Методы управления бизнес-процессами в области детских товаров
	Методы и организационные возможности управления изменениями
	Методы управления проектами в области детских товаров
	Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности
	Российское и международное законодательство в области интеллектуальной собственности
	Современные подходы к формированию деловой репутации и корпоративного имиджа с учетом специфики рынка детских товаров
	Факторы, влияющие на процесс формирования успешной деловой репутации на рынке детских товаров
	Роль корпоративной репутации для организации в области детских товаров
	Принципы социальной ответственности бизнеса в области детских товаров
Другие характеристики	Этика делового общения и правила ведения переговоров
	Необходимые этические нормы: - соблюдать конфиденциальность информации; - соблюдать этику делового общения; - не разглашать материалы рабочих исследований; - не создавать конфликтные ситуации на рабочем месте; - не совершать действий, которые дискредитируют профессию, репутацию коллег и иных организаций

IV. Сведения об организациях – разработчиках профессионального стандарта

4.1. Ответственная организация-разработчик

Торгово-промышленная палата Российской Федерации, город Москва	
Вице-президент	Фатеев Максим Альбертович

4.2. Наименования организаций-разработчиков

1	АНО «Центр оценки квалификации», город Москва
2	Ассоциация предприятий индустрии детских товаров, город Москва
3	ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина», город Москва
4	ФГБУ «ВНИИ труда» Минтруда России, город Москва
5	Фонд развития профессиональных квалификаций Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, город Москва

¹ Общероссийский классификатор занятий.

² Общероссийский классификатор видов экономической деятельности.

³ Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих.

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

⁵ Общероссийский классификатор специальностей по образованию.