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

		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 проведения и требований к проведению маркетингового исследования	маркетингового исследования Подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования Анализировать текущую рыночную конъюнктуру Составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования Выполнять основные операции по поиску информации Создавать и воспроизводить видеоролики, презентации, слайд-шоу, медиафайлы и итоговую продукцию из исходных аудиокомпонентов, визуальных и мультимедийных компонентов Управлять размещением цифровой информации, в том числе на дисковых хранилищах локальной и глобальной компьютерной сети Формировать медиатеки для структурированного хранения и каталогизации цифровой информации Осуществлять постановку задач исследования исходя из целей, выявленных проблем и возможностей, с учетом особенностей стратегии взаимоотношений с клиентами исследуемого типа рынка 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	прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов Основы работы в операционных системах Основные антивирусные программы Основы управления инновационными проектами, дизайн-мышления в разработке новых продуктов Основы психологии общения с клиентами, конфликтологии и командной работы Особенности кросс-культурного взаимодействия с клиентами, партнерами и коллегами	ответственности за результаты инициативной работы, проявление настойчивости при решении нестандартных запросов клиента Принятие мер по учету культурных и национальных особенностей поведения, образа жизни, ценностей клиента Принятие мер по учету культурных и национальных особенностей поведения, образа жизни, ценностей клиента Объединение нужных специалистов в команду для решения потребностей клиента без лишнего администрирования Формирование действенной системы обратной связи, адекватное восприятие критики 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

A/02.6	Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	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	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 Публиковать мультимедиаконтент в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Применять подходы безопасной работы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (защита персональных данных, антивирусная защита, информационная гигиена) Формировать медиатеки для структурированного хранения и каталогизации цифровой информации Использовать системы управления базами данных для	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 Программы управления проектами: наименования, возможности и порядок работы в них Понятийный аппарат управления проектами Способы отслеживания выполнения задач проекта с использованием программ управления проектами Порядок создания отчета о выполненных работах с использованием программ управления проектами Методы использования цифровых технологий для проведения маркетинговых интернет-исследований и управления большими базами маркетинговых	Объединение нужных специалистов в команду для решения потребностей клиента без лишнего администрирования Формирование действенной системы обратной связи, адекватное восприятие критики Принятие мер по учету культурных и национальных особенностей поведения, образа жизни, ценностей клиента Совершение нужных корректирующих действий с согласия клиента и на основе оценки удовлетворенности (неудовлетворенности) клиента 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

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

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