1. Наименование квалификации:
Руководитель по управлению маркетинговой деятельностью организации (8-й уровень квалификации)

2. Номер квалификации:
08.03500.03

3. Уровень (подуровень квалификации):
8

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
C/01.8	Формирование маркетинговой стратегии организации	Организация работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации Создание и развитие стратегической системы для	Разрабатывать маркетинговую стратегию организации Прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации Выстраивать систему	Методика проведения комплексного маркетингового исследования Особенности риск-менеджмента Инструменты бренд-менеджмента Принципы стратегического и оперативного планирования Методы и стратегии	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

		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	взаимодействия маркетинговой службы с другими подразделениями организации Реализовывать альтернативные маркетинговые стратегии в организации Работать в рамках процессов облачных технологий бэк-офиса, открытого исходного кода мидл-офиса, а также фронт-офиса Создавать ценность для бизнеса с помощью реализации инвестиций, связанных с ИТ Достигать стратегических целей и получать выгоду путем эффективного и инновационного использования ИТ Производить стратегический анализ рыночных опасностей и возможностей организации для формирования адаптивной маркетинговой стратегии Разрабатывать стратегический маркетинговый план организации, план бюджета, план мероприятий и системы контроля	ценообразования Принципы логистики, распределения и сбыта Методы управления проектами Системы управления информацией в рамках реализации инвестиционного проекта Особенности применения механизмов по привлечению инвестиций для различных отраслей экономики Факторы, влияющие на структуру ИТ (принципы, политики и подходы, процессы, организационная структура, культура, этика и поведение, информация, услуги, инфраструктура и приложения, персонал, навыки и компетенции) Методы и инструменты стратегического маркетинга	Мониторинг нужд клиента, предоставление возможности рассказать о потребностях и проблемах, проявление эмпатии, искреннее сопереживание проблемам клиента, проявление внимания и стремление помочь Совершение нужных корректирующих действий с согласия клиента и на основе оценки удовлетворенности (неудовлетворенности) клиента Обеспечение доступности клиенту во всех возможных точках контакта, организация своей деятельности с оптимальным использованием имеющихся ресурсов в соответствии с текущей ситуацией обслуживания Быстрое выполнение ожидаемых клиентом действий по его просьбе с обеспечением логичной последовательности действий; индивидуальный подход и внимание к деталям Своевременное предоставление нужной, полезной и позитивной для клиента информации об изменениях, об услугах, о новостях Формирование действенной системы обратной связи, адекватное восприятие критики
C/02.8	Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации	Подготовка предложений для разрабатываемых планов и разработка планов работы маркетинговой службы организации Согласование и реализация планов маркетинговой поддержки системы продаж в организации	Планировать деятельность маркетинговой службы организации Производить оценку результативности маркетинговых программ Осуществлять контроль маркетинговой деятельности	Инструменты риск-менеджмента Методы управления бизнес-процессами Процесс управления знаниями в организации Методы и организационные возможности управления изменениями	Мониторинг нужд клиента, предоставление возможности рассказать о потребностях и проблемах, проявление эмпатии, искреннее сопереживание проблемам клиента, проявление внимания и стремление помочь Принятие личной

		Согласование и реализация маркетингового плана организации Обеспечение развития маркетинговой службы организации Подготовка отчетов о работе маркетинговой службы и защита их перед руководящими органами и лицами организации Обеспечение контроля маркетинговой деятельности организации	организации Планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов Осуществлять поиск и анализ информации для реализации инвестиционного проекта Осуществлять поиск информации в базе данных систем управления производственными процессами (далее – MES-системы) Анализировать информацию о ходе реализации технологических процессов и результатах контроля с использованием MES-систем Планировать разработку, внедрение и контроль результатов использования большой базы данных о взаимоотношениях с клиентами Планировать разработку, внедрение корпоративного стандарта качества обслуживания клиентов, обучение персонала исполнению требований и контроль обязательного исполнения требований корпоративного стандарта качества обслуживания клиентов Подготавливать план стратегических и операционных мероприятий по укреплению долгосрочных непрерывных отношений с клиентами Разрабатывать корпоративные стандарты качества обслуживания клиентов	Методы управления проектами Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности Дерево целей организации MES-системы: наименования, возможности и порядок работы в них Основные элементы интерфейса MES-систем Возможности и порядок поиска и просмотра информации в MES-системах Возможности и порядок использования инструментов MES-систем для анализа производственной информации Основы обеспечения информационных систем Методы анализа данных и процессов на основе больших данных Классификация бизнес-процессов Основы моделирования бизнес-процессов Основы автоматизации бизнес-процессов и управления бизнес-процессами Принципы совершенствования бизнес-процессов Принципы выбора программного обеспечения Система управления взаимоотношениями с клиентами Технологии автоматизации делопроизводства: искусственный интеллект, блокчейн, облачные сервисы, виртуальная и дополненная реальность Технологии облачных вычислений Этика финансовых технологий	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 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 Обеспечение доступности клиенту во всех возможных точках контакта, организация своей деятельности с оптимальным использованием имеющихся ресурсов в соответствии с текущей ситуацией обслуживания Быстрое выполнение ожидаемых клиентом действий по его просьбе с обеспечением логичной последовательности действий; индивидуальный подход и внимание к деталям Совершение нужных корректирующих действий с согласия клиента и на основе оценки удовлетворенности (неудовлетворенности) клиента Формирование действенной системы обратной связи, адекватное восприятие критики

				Правила использования приложений, информации и технических решений Правила безопасности информации, обрабатывающей инфраструктуры и приложений Правила оптимизации ИТ-активов, информационно-коммуникационных ресурсов и способностей Правила обеспечения работы и поддержки бизнес-процессов с помощью интеграции приложений и технологий в бизнес-процессы Правила соблюдения внутренних политик Методы определения операционных рисков и основы управления операционными рисками Основы информационной безопасности Системы управления корпоративным контентом (далее – ECM-системы): наименования, возможности и порядок работы в них Основные элементы интерфейса ECM-систем Возможности и порядок поиска и просмотра документов в ECM-системах Порядок загрузки документов в ECM-системы Стандарты качества обслуживания клиентов	

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)

Директор департамента по маркетингу Директор департамента по продажам Директор департамента по сбыту	ОКЗ	1221	Руководители служб по сбыту и маркетингу
	ОКВЭД	70.22	Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления
	ЕТКС, ЕКС	-	Заместитель директора по коммерческим вопросам
	ЕТКС, ЕКС	-	Заместитель директора по связям с общественностью
	ОКСО, ОКСВНК	5.38.04.02	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 – магистратура
Опыт практической работы (стаж работы и особые требования (при необходимости), возможные варианты):	Не менее пяти лет в области маркетинговой деятельности
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 магистратуры
Документ, подтверждающий наличие опыта практической работы в области маркетинговой деятельности не менее пяти лет