

ПРОЕКТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНДАРТА «СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ТОВАРОВ И УСЛУГ В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

ГЛАВА 1 ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Наименование вида трудовой деятельности: продвижение товаров и услуг в области информационно-коммуникационных технологий.

Код области и наименование профессиональной деятельности: 20 «Деятельность в области информационных технологий, телекоммуникаций, почтовая деятельность», 01 «Виды деятельности общие для всех отраслей экономики».

Разработан группой по разработке профстандартов отдела организации и нормирования труда РУП «Белтелеком», Секторальным советом квалификаций в сфере информационно-коммуникационных технологий и связи при Министерстве связи и информатизации.

Основная цель вида трудовой деятельности: продвижение товаров и услуг информационно-коммуникационных технологий на рынок продаж, согласно разработанной маркетинговой стратегии.

Перечень начальных групп занятий согласно Общегосударственному классификатору Республики Беларусь ОКРБ 014-2017 "Занятия", утвержденному постановлением Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 24 июля 2017 г. N 33 (далее - ОКЗ):

Код начальной группы занятий по ОКЗ	Наименование начальной группы занятий
2431	Специалисты-профессионалы по рекламе и маркетингу
2432	Специалисты-профессионалы по связям с общественностью

Перечень профессий рабочих и должностей служащих:

Код профессии рабочего, должности служащего по ОКЗ	Наименование профессии рабочего, должности служащего, разряд	Уровень квалификации	Уровень квалификации
2431-006	Специалист по маркетингу телекоммуникационных услуг	6	6
2432-001	Специалист по связям с общественностью	6	6

ГЛАВА 2
ПЕРЕЧЕНЬ ОБОБЩЕННЫХ ТРУДОВЫХ ФУНКЦИЙ И
ТРУДОВЫХ ФУНКЦИЙ, ВКЛЮЧЕННЫХ В
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	Уровень квалификации	код	наименование	уровень квалификации
01	Проведение маркетинговых исследований по продвижению услуг информационно-коммуникационных технологий/ товаров	6	01.01	Исследует рынок услуг информационно-коммуникационных технологий/товаров и анализирует полученные данные	6
			01.02	Оценивает позицию предприятия на рынке, уровень осведомленности потребителей о предоставляемых услугах/товарах предприятием	6
02	Разработка и реализация маркетинговой стратегии по продвижению услуг информационно-коммуникационных технологий/ реализации товаров	6	02.01	Определяет долгосрочные цели и стратегии маркетинга	6
			02.02	Участвует в процессе разработки новых услуг информационно-коммуникационных технологий и улучшению существующих	6
			02.03	Планирует, реализует и управляет рекламными кампаниями в различных медиаканалах	6
03	Осуществление работ по связям с общественностью по продвижению	6	03.01	Управляет внутренними и внешними коммуникациями	6

	услуг информационно- коммуникационных технологий/ реализации товаров			предприятия	
			03.02	Организует проведение мероприятий по связям с общественностью	6
04	Организация деятельности по продвижению услуг информационно- коммуникационных технологий/ реализации товаров	6	04.01	Проводит аналитический этап в области продвижения услуг информационно- коммуникационных технологий и товаров на рынок	6
			04.02	Планирует продвижение услуг информационно- коммуникационных технологий/товаров на рынок	6
			04.03	Оценивает эффективность продвижения услуг информационно- коммуникационных технологий/товаров на рынок	6
05	Организация работ по сервисному информационному обслуживанию пользователей услуг информационно- коммуникационных технологий/товаров	6	05.01	Оказывает методологическую помощь по реализации услуг информационно- коммуникационных технологий/товаров	6
			05.02	Проводит консультирование специалистов, задействованных в области продаж услуг информационно- коммуникационных технологий/товаров	6

ГЛАВА 3

ХАРАКТЕРИСТИКА ОБОБЩЕННЫХ ТРУДОВЫХ ФУНКЦИЙ

01 «Проведение маркетинговых исследований по продвижению услуг информационно-коммуникационных технологий/товаров».

Уровень квалификации 6

Код ОКЗ	Наименование профессии рабочего, должности служащего, которые выполняют данную обобщенную трудовую функцию	Уровень квалификации
2431-006	Специалист по маркетингу телекоммуникационных услуг	6

Требования к образованию работника	Высшее образование по группам специальностей «Экономика и управление», «Экономика и организация производства», «Бизнес-управление» или по направлению образования «Связь»
Требования к стажу работы	–
Специальные условия допуска к работе	–
Другие характеристики	–

Трудовая функция

01.01	Исследует рынок услуг информационно-коммуникационных технологий/товаров и анализирует полученные данные	6
-------	---	---

Трудовые действия	Определяет цели и задачи исследования. Составляет план
	Собирает необходимую информацию
	Анализирует информацию о рыночной среде, включая потребителей, конкурентов и отрасль
	Принимает бизнес-решения на основе результатов исследований
	Формирует предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики, системы, каналов сбыта и продаж
Требования к умениям	Составлять план поэтапного исследования рынка
	Аккумулировать данные из разных источников, включая опросы, фокус-группы, статистические отчеты аналитических веб-сервисов
	Составлять маркетинговый отчет
	Анализировать маркетинговый отчет, результаты исследования
	Определять зону покрытия
	Формировать целевые сегменты рынка по основным

	характеристикам (демографические, географические, психографические и поведенческие)
	Проводить маркетинговые исследования по ценам, услугам, каналам сбыта
	Участвовать в разработке ценовой стратегии
Требования к знаниям	Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность
	Методы проведения маркетинговых исследований
	Стандарт предприятия "Анализ среды предприятия, заинтересованных сторон и управление рисками"
	Методы анализа и обработки полученной информации
	Конъюнктуру и методы изучения внутреннего и внешнего рынка
	Правила работы в соответствующих компьютерных программах и базах данных
	Методы поиска информации в интернет-ресурсах
	Стандарт предприятия "Маркетинговые исследования"
	Методы определения целевой аудитории
	Правила установления деловых контактов
	Правила ведения деловой переписки
	Ценообразование и тарифную политику предприятия
Другие характеристики	–

Трудовая функция

01.02	Оценивает позицию предприятия на рынке, уровень осведомленности потребителей о предоставляемых услугах/товарах предприятием	6
-------	---	---

Трудовые действия	Проводит анализ по осведомленности предприятия и услугах, позиционирования предприятия и услуг на рынке
	Разрабатывает предложения по уникальному позиционированию товаров и услуг на рынке, созданию и поддержанию сильного бренда
	Создает благоприятные и долгосрочные отношения с внешними и внутренними аудиториями
Требования к умениям	Использовать различные методы оценки осведомленности потребителей о деятельности предприятия
	Пользоваться инструментами и технологиями, используемыми при позиционировании предприятия и услуг на рынке
	Работать с компьютерным и офисным оборудованием
Требования к знаниям	Формы коммуникаций с клиентами
	Методы проведения семинаров
	Способы рассылки информации

	Обзвонка пользователей
	Назначение и правила использования компьютерного и офисного оборудования
Другие характеристики	–

02 «Разработка и реализация маркетинговой стратегии по продвижению услуг информационно-коммуникационных технологий/реализации товаров».

Уровень квалификации 6

Код ОКЗ	Наименование профессии рабочего, должности служащего, которые выполняют данную обобщенную трудовую функцию	Уровень квалификации
2431-006	Специалист по маркетингу телекоммуникационных услуг	6

Требования к образованию работника	Высшее образование по группам специальностей «Экономика и управление», «Экономика и организация производства», «Бизнес-управление» или по направлению образования «Связь»
Требования к стажу работы	–
Специальные условия допуска к работе	–
Другие характеристики	–

Трудовая функция

02.01	Определяет долгосрочные цели и стратегии маркетинга	6
-------	---	---

Трудовые действия	Оценивает ресурсы и выбирает приоритетные направления
	Проверяет продуктовые гипотезы, т.е. выявляет изменения в характеристике услуг/товаров (пополнение новым товаром), которые могут повлиять на его успех
	Разрабатывает план действий для достижения целей предприятия
Требования к умениям	Проводить систематический анализ объемов продаж услуг/товаров для оценки деятельности предприятия и скорректировать при необходимости стратегию
	Разрабатывать маркетинговую стратегию
	Прогнозировать результаты
	Планировать деятельность маркетинговых служб на предприятии
Требования к знаниям	Методику проведения комплексного маркетингового

	исследования
	Методы проведения анализа продаж
	Принципы стратегического и оперативного планирования
	Политику предприятия в области качества
	Инструменты управления знаниями на предприятии
Другие характеристики	–

Трудовая функция

02.02	Участвует в процессе разработки новых услуг информационно-коммуникационных технологий и улучшению существующих	6
-------	--	---

Трудовые действия	Разрабатывает и корректирует методологии планирования услуг
	Анализирует основные услуги, которые являются стратегически значимыми и приоритетными для предприятия
	Проектирует и вводит в коммерческую эксплуатацию новые услуги и сервисы
	Модернизирует существующие услуги и сервисы, на основе проведенного анализа
Требования к умениям	Работать с нормативными документами на услуги, которые необходимы для внедрения и предоставления пользователям
	Руководствоваться процедурой разработки технологических процессов оказания услуги
	Пользоваться производственной (технической) документацией
	Анализировать среду предприятия, заинтересованных сторон и управлять рисками
	Выполнять требования к процессу проектирования, внедрения и модернизации услуг предприятия
	Изучать конъюнктуру рынка, действующее законодательство, потребительский спрос на услуги для модернизации услуг
Требования к знаниям	Стандарт предприятия "Проектирование, внедрение и модернизация услуг"
	Порядок взаимодействия при оказании услуг
	Карты технологического процесса
	Программные продукты по сопровождению телекоммуникационных услуг
Другие характеристики	–

Трудовая функция

02.03	Планирует, реализует и управляет рекламными кампаниями в различных медиаканалах	6
-------	---	---

Трудовые действия	Разрабатывает, внедряет и контролирует исполнение рекламных кампаний, рекламных акций и мероприятий по стимулированию сбыта, удержанию пользователей, повышению лояльности
	Организует работы по разработке и размещению рекламных материалов и рекламной продукции
	Контролирует соблюдение фирменного стиля предприятия. Организует работы по представлению новых проектов брендбука
	Определяет размещение рекламы в печатных СМИ, корпоративных сетях, сети Интернет
	Редактирует и структурирует рекламные материалы, разрабатывает аннотации
	Участвует в формировании бюджета на проведение рекламных и информационных мероприятий/кампаний и контролирует его соблюдение
	Обеспечивает участие предприятия в международных, национальных и региональных отраслевых выставках, ярмарках, конференциях, в специальных проектах для рекламы товаров/услуг
	Требования к умениям
Контролировать соблюдение фирменного стиля в оформлении сервисных центров предприятия	
Организовывать деятельность по выполнению работ по проектированию, производству рекламы и решению вопросов по ее размещению (распространению)	
Выполнять работы и оказывать услуги в области рекламной деятельности	
Определять наиболее значимые для предприятия партнерские проекты и их реализацию	
Использовать эффективные схемы информационного воздействия на конечного потребителя, каналы коммуникации	
Составлять бюджет на проведение рекламных, информационных мероприятий и контролировать его соблюдение	
Анализировать внешний и внутренний имидж предприятия	
Знать процессы, которые повышают имидж предприятия	
Определять содержание (наполнение материалами) корпоративных сайтов и информационных ресурсов предприятия	
Применять средства автоматизации маркетинговых процессов (сбор данных о пользователях и сегментировании)	

	аудитории, управлять рекламными кампаниями, выстраивать коммуникацию)
	Определять эффективность рекламы
	Оформлять договоры на выполнение работ и оказание услуг в области рекламы
	Проводить анализ и организовывать участие в международных специализированных и региональных отраслевых выставках, ярмарках, конференциях
	Вести отчетность по рекламным мероприятиям и текущей деятельности предприятия
Требования к знаниям	Закон Республики Беларусь "О рекламе"
	Закон Республики Беларусь "О печати и других средствах массовой информации"
	Документы регламентирующие рекламную деятельность
	Порядок разработки договоров и контрактов на организацию и проведение рекламных кампаний
	Стандарт предприятия "Рекламная деятельность"
	Принцип организации рекламного дела, особенности проведения рекламных кампаний
	Средства и носители рекламы
	Формы и методы ведения рекламных кампаний
	Стандарт предприятия "Заключение, исполнение и контроль за исполнением договоров"
	Порядок взаимодействия подразделений предприятия при размещении информации в сети Интернет на сайтах предприятия
	Правила работы в соответствующих компьютерных программах, знать их назначение
Другие характеристики	—

03 «Осуществление работ по связям с общественностью по продвижению услуг информационно-коммуникационных технологий/реализации товаров».

Уровень квалификации 6

Код ОКЗ	Наименование профессии рабочего, должности служащего, которые выполняют данную обобщенную трудовую функцию	Уровень квалификации
2432-001	Специалист по связям с общественностью	6

Требования к образованию работника	Высшее образование по направлению образования "Коммуникации"
Требования к стажу работы	—
Специальные условия допуска к работе	—
Другие характеристики	—

Трудовая функция

03.01	Управляет внутренними и внешними коммуникациями предприятия	6
-------	---	---

Трудовые действия	Формирует каналы коммуникации
	Обеспечивает взаимодействие со средствами массовой информации
Требования к умениям	Реализовывать коммуникационную политику предприятия по связям с общественностью и средствами массовой информации
	Анализировать процесс социальной коммуникации
	Совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций
	Взаимодействовать и поддерживать контакты с представителями СМИ и общественности
	Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании
Требования к знаниям	Указ Президента Республики Беларусь "О реагировании должностных лиц на критические выступления в государственных СМИ"
	Закон Республики Беларусь "О средствах массовой информации"
	Политику предприятия в области взаимодействия со средствами массовой информации
	Политику предприятия информационной безопасности системы корпоративной информационной технологической сети
Другие характеристики	—

Трудовая функция

03.02	Организует проведение мероприятий по связям с общественностью	6
-------	---	---

Трудовые действия	Планирует и организует выпуск информационных поводов, публикаций и телесюжетов, касающихся работы предприятия
	Проводит мониторинг, ведет учет публикаций/репортажей в СМИ
	Взаимодействует с центрами изучения общественного мнения, составляет программы по изучению и определению мнения общественности о деятельности предприятия
Требования к умениям	Разрабатывать информационно - рекламные материалы, готовить тексты для корпоративных медиа и др. информацию

	Проводить мониторинг средств массовой информации во всех медиаканалах
	Составлять итоговые отчеты по результатам проведения мероприятий информационного характера
Требования к знаниям	Методику ведения мониторинга средств массовой информации
	Законодательные акты и нормативные документы, относящиеся к вопросам организации связей с общественностью
	Сущность процесса социальной коммуникации
	Технику эффективного профессионального общения
Другие характеристики	–

04 «Организация деятельности по продвижению услуг информационно-коммуникационных технологий/реализации товаров».

Уровень квалификации 6

Код ОКЗ	Наименование профессии рабочего, должности служащего, которые выполняют данную обобщенную трудовую функцию	Уровень квалификации
2431-006	Специалист по маркетингу телекоммуникационных услуг	6

Требования к образованию работника	Высшее образование по группам специальностей «Экономика и управление», «Экономика и организация производства», «Бизнес-управление» или по направлению образования «Связь»
Требования к стажу работы	–
Специальные условия допуска к работе	–
Другие характеристики	–

Трудовая функция

04.01	Проводит аналитический этап в области продвижения услуг информационно-коммуникационных технологий и товаров на рынок	6
-------	--	---

Трудовые действия	Анализирует фактические показатели продаж
	Формирует политику продаж, методы (способы) продажи услуг/товаров
	Проводит анализ деятельности служб продаж на предприятии

	Организует работы по поиску потенциальных клиентов (удержанию существующих)
	Определяет набор предложений по услугам в разрезе сегментирования рынка
	Выявляет возможные риски в процессе продажи услуг
Требования к умениям	Проводить анализ деятельности предприятия в разрезе услуг, доходов, количества пользователей
	Применять методы сбора, обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования
	Работать с абонентской базой
	Применять способы привлечения клиентов (активные, пассивные, комбинированные)
	Общаться согласно этике делового общения
	Определять наиболее перспективные части рынка
Требования к знаниям	Закон Республики Беларусь "Об электросвязи"
	Формы учетных (отчетных) документов и порядок их составления
	Основы менеджмента
	Документы и материалы по маркетингу
	Кодекс профессионального поведения и деловой этики работников
	Способы привлечения клиентов
Другие характеристики	–

Трудовая функция

04.02	Планирует продвижение услуг информационно-коммуникационных технологий/товаров на рынок	6
-------	--	---

Трудовые действия	Разрабатывает предложения и мероприятия для выполнения доведенных заданий по продвижению услуг информационно-коммуникационных технологий/товаров
	Доводит планы и контролирует работу структурных подразделений, с целью выполнения доведенных заданий
	Анализирует проводимые мероприятия по выполнению планов продаж
	Участствует в совершенствовании процесса обслуживания клиентов
	Формирует предложения по стимулированию сбыта (скидки, условия лояльности) услуг/товаров
Требования к умениям	Анализировать и планировать работу
	Разрабатывать предложения по совершенствованию сбытовой деятельности на основании проведенных маркетинговых исследований
	Прогнозировать результаты по численности пользователей,

	объемам продаж, ожидаемому доходу
	Подготавливать акционные предложения
Требования к знаниям	Стандарт предприятия "Планирование в области качества"
	Методы планирования
	Правила использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов
	Методы проведения маркетингового исследования
Другие характеристики	—

Трудовая функция

04.03	Оценивает эффективность продвижения услуг информационно-коммуникационных технологий/товаров на рынок	6
-------	--	---

Трудовые действия	Анализирует качественные и количественные показатели по услугам/товарам
	Оценивает показатели обратной связи
	Работает с финансовыми показателями
	Анализирует динамику увеличения продаж, процент привлеченных клиентов
Требования к умениям	Подготавливать отчеты с предложениями о повышении эффективности продаж в разрезе услуг/товаров
	Анализировать способы привлечения абонентов в разрезе баз данных, проводимых мероприятий, по стимулированию сбыта, отдельных услуг, структурных подразделений
	Оценивать потребности и ожидания пользователей
	Подготавливать предложения по совершенствованию услуг и/или механизмов продвижения товаров/услуг на рынок
	Контролировать организацию продаж комплекса услуг/товаров
Требования к знаниям	Основы маркетинга
	Основы экономики
	Документы системы менеджмента качества
Другие характеристики	—

05 «Организация работ по сервисному информационному обслуживанию пользователей услуг информационно-коммуникационных технологий/товаров».

Уровень квалификации 6

Код ОКЗ	Наименование профессии рабочего, должности служащего, которые выполняют данную обобщенную трудовую функцию	Уровень квалификации
---------	--	----------------------

2431-006	Специалист по маркетингу телекоммуникационных услуг	6
----------	---	---

Требования к образованию работника	Высшее образование по группам специальностей «Экономика и управление», «Экономика и организация производства», «Бизнес-управление» или по направлению образования «Связь»
Требования к стажу работы	–
Специальные условия допуска к работе	–
Другие характеристики	–

Трудовая функция

05.01	Оказывает методологическую помощь по реализации услуг информационно-коммуникационных технологий/товаров	6
-------	---	---

Трудовые действия	Координирует деятельность по вопросам маркетинга и продаж услуг информационно-коммуникационных технологий/товаров
	Реализует рекламную и PR-деятельность, имиджевые программы
	Собирает и поддерживает в актуальном состоянии информацию по потенциальной целевой аудитории для продажи услуг информационно-коммуникационных технологий/товаров
	Проводит информирование потенциальных пользователей по услугам/товарам
Требования к умениям	Применять документы по организации продаж существующих и новых услуг информационно-коммуникационных технологий/товаров
	Контролировать размещение рекламных материалов в сервисных центрах
	Проводить региональные рекламные кампании
	Вести учет, обрабатывать информацию по услугам/товарам
	Подготавливать коммерческие предложения
	Работать с компьютерным и офисным оборудованием
Требования к знаниям	Руководящие и методические документы и материалы по маркетингу
	Формы учетных документов и порядок составления отчетности
	Методы анализа и обработки полученной информации
	Назначение и правила пользования компьютерным и офисным оборудованием

Другие характеристики	–
-----------------------	---

Трудовая функция

05.02	Проводит консультирование специалистов, задействованных в области продаж услуг информационно-коммуникационных технологий/товаров	6
-------	--	---

Трудовые действия	Оказывает практическую помощь по вопросам продаж, созданию собственной и дилерской сети
	Подготавливает на основании данных обратной связи предложения по совершенствованию услуг информационно-коммуникационных технологий, механизмов и каналов продвижения
	Прогнозирует выполнение планов продаж по доведенным показателям
Требования к умениям	Консультировать специалистов по вопросам продвижения товаров/услуг
	Вести деловые переговоры
	Анализировать обратную связь, поступившую от пользователей услуг информационно-коммуникационных технологий/товаров
	Формировать отчеты по реализованным услугам/товарам
Требования к знаниям	Документы и материалы по маркетингу
	Методы сбора и обработки информации
Другие характеристики	–