



МИНИСТЕРСТВО ЮСТИЦИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ЗАРЕГИСТРИРОВАНО

Регистрационный № 33943  
от "04" сентябрь 2014 г.

МИНИСТЕРСТВО ТРУДА И СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

## ПРИКАЗ

Чавчадзе 2014г.

№ 5351

Москва

### Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

В соответствии с пунктом 22 Правил разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. № 23 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, № 4, ст. 293),  
приказываю:

Утвердить прилагаемый профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».

Министр

М.А. Топилин

УТВЕРЖДЕН  
приказом Министерства  
труда и социальной защиты  
Российской Федерации  
от «4» августа 2014 г. № 535н

# ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

## Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации

112

Регистрационный номер

### I. Общие сведения

Организация продвижения и распространения продукции средств массовой информации (СМИ), включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания

(наименование вида профессиональной деятельности)

06.009

Код

Основная цель вида профессиональной деятельности:

Содействие формированию и удовлетворению потребительского спроса на продукцию СМИ, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания

Группа занятий:

|                         |  |           |                   |
|-------------------------|--|-----------|-------------------|
| 2413                    | Специалисты по коммерческой деятельности | 3415      | Агенты по продаже |
| (код ОКЗ <sup>1</sup> ) | (наименование)                           | (код ОКЗ) | (наименование)    |

Отнесение к видам экономической деятельности:

|                           |   |
|---------------------------|---|
| 51.18.23                  | Деятельность агентов по оптовой торговле газетами и журналами |
| 51.47.22                  | Оптовая торговля газетами и журналами                         |
| 74.13                     | Маркетинговые исследования и выявление общественного мнения   |
| 74.4                      | Рекламная деятельность  |
| (код ОКВЭД <sup>2</sup> ) | (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 |
| A                           | Организация распространения продукции СМИ | 5                    | Реализация продукции СМИ  | A/01.5 | 5                                 |
|                             |   |                      | Организация поставки продукции СМИ                                      | A/02.5 | 5                                 |
|                             |   |                      | Организация и проведение подписной кампании                             | A/03.5 | 5                                 |
| B                           | Организация продвижения продукции СМИ     | 6                    | Организация маркетинговых исследований в области СМИ                    | B/01.6 | 6                                 |
|                             |   |                      | Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ                    | B/02.6 | 6                                 |
|                             |   |                      | Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ | B/03.6 | 6                                 |
|                             |   |                      | Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ   | B/04.6 | 6                                 |

### III. Характеристика обобщенных трудовых функций

#### 3.1. Обобщенная трудовая функция

|              |   |     |   |                      |   |
|--------------|---|-----|---|----------------------|---|
| Наименование | Организация распространения продукции СМИ | Код | A | Уровень квалификации | 5 |
|--------------|---|-----|---|----------------------|---|

|   |  |                           |               |   |
|---|--|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал <input checked="" type="checkbox"/> | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
|---|--|---------------------------|---------------|---|

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| Возможные наименования должностей | Менеджер по продажам<br>Специалист по продажам |
|-----------------------------------|--|

|  |   |
|--|---|
| Требования к образованию и обучению    | Среднее профессиональное образование – программы подготовки специалистов среднего звена |
| Требования к опыту практической работы | -   |
| Особые условия допуска к работе        | -   |

#### Дополнительные характеристики

|                        |        |  |
|------------------------|--------|--|
| Наименование документа | Код    | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
| ОКЗ                    | 3415   | Агенты по продаже  |
| ЕКС <sup>3</sup>       | -      | Менеджер (в торговле)  |
| ОКСО <sup>4</sup>      | 080300 | Коммерция  |

#### 3.1.1. Трудовая функция

|              |                          |     |        |                                   |   |
|--------------|--------------------------|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Реализация продукции СМИ | Код | A/01.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|--------------------------|-----|--------|-----------------------------------|---|

|                                |  |                           |               |   |
|--------------------------------|--|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал <input checked="" type="checkbox"/> | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
|--------------------------------|--|---------------------------|---------------|---|

|                    |  |  |  |  |  |
|--------------------|--|--|--|--|--|
| Трудовые действия  | Анализ ситуации на рынке услуг по реализации продукции СМИ<br>Поиск организаций, доводящих продукцию СМИ до потребителей<br>Представление (презентация) продукции СМИ<br>Ведение переговоров с представителями организаций, осуществляющих доведение продукции СМИ до потребителей<br>Формирование плана-графика поставки продукции СМИ<br>Составление и заключение договоров поставки продукции СМИ (иных договоров реализации продукции СМИ) |  |  |  |  |
| Необходимые умения | Использовать современные информационно-коммуникационные  |  |  |  |  |

|                       |  |
|-----------------------|--|
|                       | технологии и специализированные программные продукты<br>Находить и анализировать необходимую информацию<br>Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)<br>Составлять договоры поставки и иные договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию  |
| Необходимые знания    | Основные нормы законодательства Российской Федерации, регламентирующего деятельность СМИ, коммерческую деятельность, авторское право, гражданское законодательство Российской Федерации<br>Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации<br>Ассортимент реализуемой продукции СМИ<br>Утвержденные цены (тарифы) и порядок ценообразования при организации поставок продукции СМИ<br>Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность<br>Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности |
| Другие характеристики | -  |

### 3.1.2. Трудовая функция

|                                |  |                           |               |        |   |   |
|--------------------------------|--|---------------------------|---------------|--------|---|---|
| Наименование                   | Организация поставки продукции СМИ           |                           | Код           | A/02.5 | Уровень (подуровень) квалификации                 | 5 |
| Происхождение трудовой функции | Оригинал <input checked="" type="checkbox"/> | Заемствовано из оригинала | Код оригинала |        | Регистрационный номер профессионального стандарта |   |

|                    |   |
|--------------------|---|
| Трудовые действия  | Поиск и отбор организаций, оказывающих логистические и транспортные услуги<br>Составление и заключение договоров на доставку продукции СМИ, формирование необходимой документации для доставки продукции СМИ (в случае доставки корпоративным транспортом)<br>Подготовка необходимой сопроводительной документации для организации поставки продукции СМИ<br>Контроль своевременной и полной поставки продукции СМИ<br>Контроль своевременной оплаты поставляемой продукции СМИ |
| Необходимые умения | Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты<br>Осуществлять учет поставок продукции СМИ и платежей за поставляемую продукцию<br>Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)<br>Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию   |
| Необходимые знания | Основные нормы законодательства Российской Федерации, регламентирующего коммерческую деятельность, гражданское  |

|                       |  |
|-----------------------|--|
|                       | законодательство Российской Федерации<br>Основы бухгалтерского и статистического учета<br>Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность<br>Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок |
| Другие характеристики | -  |

### 3.1.3. Трудовая функция

|                                |   |               |        |   |   |
|--------------------------------|---|---------------|--------|---|---|
| Наименование                   | Организация и проведение подписной кампании                           | Код           | A/03.5 | Уровень (подуровень) квалификации                 | 5 |
| Происхождение трудовой функции | Оригинал <input checked="" type="checkbox"/> Замствовано из оригинала | Код оригинала |        | Регистрационный номер профессионального стандарта |   |

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Трудовые действия     | Обработка и анализ данных по тиражам изданий и дистрибуторам<br>Обеспечение информационно-аналитической поддержки подразделения распределения<br>Осуществление деятельности по сбору подписки<br>Формирование и исполнение мероприятий по стимулированию и сбору подписки  |
| Необходимые умения    | Использовать современные информационно-коммуникационные технологии для обработки данных<br>Анализировать ситуацию на рынке по реализации печатных СМИ<br>Готовить информационно-аналитические материалы по потребительскому спросу<br>Выверять, корректировать получаемую информацию по продажам тиражей<br>Готовить справочно-информационные материалы для освещения подписной кампании<br>Анализировать итоги подписной кампании |
| Необходимые знания    | Законодательство Российской Федерации, иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность СМИ<br>Основные приемы техники активных продаж  |
| Другие характеристики | -  |

### 3.2. Обобщенная трудовая функция

|              |                                       |     |   |                      |   |
|--------------|---------------------------------------|-----|---|----------------------|---|
| Наименование | Организация продвижения продукции СМИ | Код | B | Уровень квалификации | 6 |
|--------------|---------------------------------------|-----|---|----------------------|---|

|   |  |                           |               |   |
|---|--|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал <input checked="" type="checkbox"/> | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
|---|--|---------------------------|---------------|---|

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| Возможные наименования должностей | Специалист по маркетингу, менеджер по маркетингу, менеджер по рекламе |
|-----------------------------------|---|

|  |                                  |
|--|----------------------------------|
| Требования к образованию и обучению    | Высшее образование – бакалавриат |
| Требования к опыту практической работы | -                                |
| Особые условия допуска к работе        | -                                |

#### Дополнительные характеристики

|                        |        |  |
|------------------------|--------|--|
| Наименование документа | Код    | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
| ОКЗ                    | 2413   | Специалист по коммерческой деятельности                              |
| ЕКС                    | -      | Менеджер по маркетингу и сбыту продукции                             |
|                        | -      | Специалист по маркетингу   |
| ОКСО                   | 080111 | Маркетинг  |
|                        | 080300 | Коммерция  |
|                        | 080500 | Менеджмент   |

#### 3.2.1. Трудовая функция

|              |  |     |        |                                   |   |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Организация маркетинговых исследований в области СМИ | Код | B/01.6 | Уровень (подуровень) квалификации | 6 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

|                                |  |                           |               |   |
|--------------------------------|--|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал <input checked="" type="checkbox"/> | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
|--------------------------------|--|---------------------------|---------------|---|

|                   |   |
|-------------------|---|
| Трудовые действия | Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ  |
|                   | Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ |
|                   | Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации  |

|                       |   |
|-----------------------|---|
|                       | или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ  |
|                       | Контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ   |
|                       | Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ  |
|                       | Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ  |
| Необходимые умения    | <p>Использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты</p> <p>Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа</p> <p>Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)</p> <p>Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров</p> <p>Выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей</p> <p>Составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования</p> |
| Необходимые знания    | <p>Гражданское законодательство Российской Федерации</p> <p>Маркетинговые технологии</p> <p>Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации</p> <p>Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность</p> <p>Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности</p>   |
| Другие характеристики | -   |

### 3.2.2. Трудовая функция

|                                |  |  |               |   |                                   |   |
|--------------------------------|--|--|---------------|---|-----------------------------------|---|
| Наименование                   | Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ   |  | Код           | B/02.6  | Уровень (подуровень) квалификации | 6 |
| Происхождение трудовой функции | <input checked="" type="checkbox"/> Оригинал <input type="checkbox"/> Задокументовано из оригинала |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |                                   |   |

|                   |  |
|-------------------|--|
| Трудовые действия | Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий    |
|                   | Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации                |
|                   | Разработка и обоснование проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ    |
|                   | Разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ  |
|                   | Согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организаций в целом |

|                       |   |
|-----------------------|---|
|                       | <p>Формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ</p> <p>Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации</p>  |
| Необходимые умения    | <p>Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты</p> <p>Разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга</p> <p>Интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p> <p>Осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение</p>  |
| Необходимые знания    | <p>Гражданское законодательство Российской Федерации</p> <p>Организация системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж</p> <p>Маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента</p> <p>Технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов</p> <p>Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность</p> <p>Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок</p> |
| Другие характеристики | -   |

### 3.2.3. Трудовая функция

|                                |   |                          |        |                                   |   |               |   |  |  |  |  |
|--------------------------------|---|--------------------------|--------|-----------------------------------|---|---------------|---|--|--|--|--|
| Наименование                   | Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ   | Код                      | B/03.6 | Уровень (подуровень) квалификации | 6   |               |   |  |  |  |  |
| Происхождение трудовой функции | <table border="1"> <tr> <td>Оригинал</td> <td>X</td> <td>Замствовано из оригинала</td> <td></td> <td>Код оригинала</td> <td>Регистрационный номер профессионального стандарта</td> </tr> </table> | Оригинал                 | X      | Замствовано из оригинала          |   | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |  |  |  |  |
| Оригинал                       | X   | Замствовано из оригинала |        | Код оригинала                     | Регистрационный номер профессионального стандарта |               |   |  |  |  |  |

|                   |   |
|-------------------|---|
| Трудовые действия | <p>Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ</p> <p>Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах</p> <p>Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах</p> <p>Контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для предвидения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах</p> <p>Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях</p> <p>Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p> |
|-------------------|---|

|                       |   |
|-----------------------|---|
| Необходимые умения    | Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии<br>Выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями<br>Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)<br>Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию                               |
| Необходимые знания    | Гражданское законодательство Российской Федерации<br>Основные принципы организации рекламной кампании<br>Методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах<br>Основы проектной деятельности<br>Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность<br>Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок |
| Другие характеристики | -   |

### 3.2.4. Трудовая функция

|                                |   |               |        |   |   |
|--------------------------------|---|---------------|--------|---|---|
| Наименование                   | Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ | Код           | B/04.6 | Уровень (подуровень) квалификации                 | 6 |
| Происхождение трудовой функции | Оригинал <input checked="" type="checkbox"/> Замствовано из оригинала | Код оригинала |        | Регистрационный номер профессионального стандарта |   |

|                    |  |
|--------------------|--|
| Трудовые действия  | Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ<br>Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции<br>Поиск и отбор организаций, проводящих социологические опросы, заключение договоров на проведение социологических опросов<br>Анализ эффективности продвижения продукции СМИ<br>Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ                        |
| Необходимые умения | Формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ<br>Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа<br>Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты<br>Анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных<br>Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров |
| Необходимые знания | Гражданское законодательство Российской Федерации<br>Принципы построения и оценки обратной связи с потребителями   |

|                       |   |
|-----------------------|---|
|                       | продукции СМИ   |
|                       | Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность |
|                       | Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок                                       |
| Другие характеристики | -   |

#### **IV. Сведения об организациях – разработчиках профессионального стандарта**

##### **4.1. Ответственная организация-разработчик**

ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», город Москва

Проректор

Сафонов Александр Львович

<sup>1</sup> Общероссийский классификатор занятий

<sup>2</sup> Общероссийский классификатор видов экономической деятельности

<sup>3</sup> Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих

<sup>4</sup> Общероссийский классификатор специальностей по образованию