|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Приложение № 92  к приказу Заместителя Председателя Правления Национальной палаты предпринимателей  Республики Казахстан «Атамекен»  от 26.12.2019г №263 | | | | |
| **Профессиональный стандарт: «Управление брендом»** | | | | |
| **Глоссарий**  В настоящем профессиональном стандарте применяются следующие термины и определения:  **Бренд, или брэнд (англ. brand «клеймо») –** комплекс представлений, мнений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о продукте либо услуге в сознании потребителя. Ментальная оболочка продукта или услуги. Бренд является абстрактным названием. Физическими составляющими (носителями) бренда является весь комплекс элементов фирменного стиля: название бренда (слово, словосочетание), логотип с принципами его построения, палитра фирменных цветов, поддерживающая фирменный стиль оригинальная графика, набор фраз, звуки, торговая марка и прочее.  **Брендинг** – это процесс формирования имиджа бренда в течение длительного периода через образование добавочной ценности, эмоционального либо рационального «обещания» торговой марки либо немарочного продукта, делающего его более привлекательным для конечного потребителя, а также продвижение торговой марки на рынке.  **Фирменный стиль** – визуальное и смысловое единство образа организации. Элементами фирменного стиля являются: название продукта, логотип, товарный знак, знак обслуживания, фирменное наименование, фирменные цвета, слоган, стиль и цвета спецодежды сотрудников предприятия, а также иные объекты интеллектуальной собственности, принадлежащие организации. | | | | |
| 1. **Паспорт профессионального стандарта** | | | | |
| Название ПС: | Управление брендом | | | |
| Номер ПС: | - | | | |
| Название секции, раздела, группы, класса и подкласса согласно ОКЭД: | M. Профессиональная, научная и техническая деятельность  70. Деятельность головных компаний; консультирование по вопросам управления  70.2. Деятельность по консультированию по вопросам управления  70.22. Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и прочее консультирование по вопросам управления  70.22.1 Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления | | | |
| Краткое описание ПС | Разработка и реализация комплекса мер по формированию имиджа компании и продвижение бренда товара на рынок, способствующего повышению уровня конкурентоспособности фирмы, товара. | | | |
| 1. **Карточки профессий** | | | | |
| Перечень карточек профессий: | Помощник бренд-менеджера | | 4 уровень ОРК | |
| Бренд-менеджер | | 6 уровень ОРК | |
| **КАРТОЧКА ПРОФЕССИИ: АССИСТЕНТ БРЕНД-МЕНЕДЖЕРА** | | | | |
| Код: | | - | | |
| Код группы: | | - | | |
| Профессия: | | Ассистент бренд-менеджера | | |
| Другие возможные наименования профессии: | | - | | |
| Квалификационный уровень по ОРК: | | 4 | | |
| Основная цель деятельности | | Подготовка информации для разработки и реализации комплекса мер по продвижению и продаже группы товаров. | | |
| Трудовые функции: | | Обязательные трудовые функции: | 1. Изучение особенностей продвигаемого продукта. 2. Подготовка и проведение коммуникационных кампаний (рекламных мероприятий, конкурсов и пр.) по формированию имиджа и деловой репутации. 3. Составление отчетов об эффективности проведенных маркетинговых мероприятий. | |
| Дополнительные трудовые функции: | - | |
| Трудовая функция 1:  Изучение особенностей продвигаемого продукта | | **Задача 1:**  **Сбор данных, касающихся характеристик товара, рынков сбыта, потребителей** | **Умения:** | |
| 1. Осуществлять процедуры сбора, обработки и распределения необходимой, своевременной и достоверной маркетинговой информации по результатам исследований. 2. Группировать данные, составлять таблицы на основе представленных данных. 3. Формировать базу данных о товаре. | |
| **Знания:** | |
| 1. Принципы и методы проведения маркетинговых исследований. 2. Принципы анализа баз данных. | |
| **Задача 2:**  **Анализ требований потребителей к продукту на основе результатов маркетинговых исследований.** | **Умения:** | |
| 1. Применять методы анализа для изучения требований потребителей к товарам на основе результатов маркетинговых исследований. 2. Осуществлять анализ рынка, выделять целевые потребительские сегменты рынка для предложения продукта. | |
| **Знания:** | |
| 1. Особенности технологической переработки и изготовления продукта данной торговой марки. 2. Конъюнктура рынка, ассортимент, классификацию, характеристику и назначение товаров. | |
| Трудовая функция 2:  Подготовка и проведение коммуникационных кампаний (рекламных мероприятий, конкурсов и пр.) по формированию имиджа и деловой репутации | | **Задача 1:**  **Разработка планов презентации продукта, PR-акций, рекламных акций по стимулированию продаж** | **Умения:** | |
| 1. Собирать и анализировать большие объёмы информации и баз данных о предпочтениях потенциальных покупателей. 2. Содействовать в проведении коммуникационных кампаний. 3. Креативно решать вопросы создания презентации. | |
| **Знания:** | |
| 1. Инструменты маркетинговых коммуникаций. 2. Стандарты и этические принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность РК. | |
| **Задача 2:**  **Решение организационных вопросов по проведению коммуникационных кампаний** | **Умения:** | |
| 1. Применять организационные, креативные способности и коммуникационные навыки для решения поставленной задачи. | |
| **Знания:** | |
| 1. Маркетинг предпринимательской и коммерческой деятельности. 2. Основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса, историю организации торговой марки. | |
| Трудовая функция 3:  Составление отчетов об эффективности проведенных маркетинговых мероприятий | | **Задача 1:**  **Сбор, обработка, группировка массива данных, вычисление показателей, составление обобщающих таблиц, графиков** | **Умения:** | |
| 1. Работать с базами данных, обрабатывая большие массивы данных. 2. Проводить глубокий анализ полученных данных. 3. Оценивать эффективность, проведенных маркетинговых мероприятий. | |
| **Знания:** | |
| 1. Перспективы развития компании. 2. Основные технологические и конструктивные особенности, характеристики и потребительские свойства реализуемой продукции, её отличие от отечественных и зарубежных аналогов, преимущества и недостатки. 3. Компьютерные технологии и операционные системы. | |
| **Задача 2:**  **Формирование отчета, формулирование выводов** | **Умения:** | |
| 1. Систематизировать и обобщать информацию. 2. Оформлять отчет согласно требованиям, предъявляемым к документам предприятия. | |
| **Знания:** | |
| 1. Состав, требования к оформлению и хранению отчетов. 2. Правила сбора, обработки и группировки массива данных. | |
| Требования к личностным компетенциям | | Креативность  Аналитические способности  Честность  Порядочность  Организованность  Дисциплинированность  Коммуникативные навыки  Стрессоустойчивость | | |
| Связь с другими профессиями в рамках ОРК | | 6 | Маркетолог-аналитик | |
| 5 | Бренд-менеджер | |
| Связь с ЕТКС или КС или другими справочниками профессий | | - | - | |
| Связь с системой образования и квалификации | | Уровень образования: среднее специальное | Специальность:  0513000 Маркетинг  0515000 Менеджмент  0519000 Экономика | Квалификация:  Маркетолог  Менеджер  Экономист |
| **КАРТОЧКА ПРОФЕССИИ: БРЕНД-МЕНЕДЖЕР** | | | | |
| Код: | 2431-3-003 | | | |
| Код группы: | 2431-3 | | | |
| Профессия: | Бренд-менеджер | | | |
| Другие возможные наименования профессии: | 2431-2-002 Менеджер по продукции  2431-1-004 Маркетолог | | | |
| Квалификационный уровень по ОРК: | 5 | | | |
| Основная цель деятельности | Разработка и реализация комплекса мер по продвижению и продаже группы товаров. | | | |
| Трудовые функции: | Обязательные трудовые функции: | | 1. Формирование среды и каналов коммуникаций с потребителями товаров и услуг организации. | |
| 1. Разработка и проведение коммуникационных кампаний (рекламных мероприятий, конкурсов и пр.). | |
| 1. Формирование имиджа и деловой репутации организации. | |
| 1. Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений в организации в области коммуникационной политики. | |
| Трудовая функция 1:  Формирование среды и каналов коммуникаций с потребителями товаров и услуг организации | **Задача 1:**  **Подготовка и проведение маркетинговых исследований по продвижению торговой марки** | | **Умения:** | |
| 1. Осуществлять процедуры сбора, анализа, оценки и распределения необходимой, своевременной и достоверной маркетинговой информации по результатам исследований. 2. Анализировать и прогнозировать деятельность предприятия на внешнем рынке и поведение потребителей товаров и услуг организации. 3. Владеть методами проведения маркетинговых исследований. 4. Разрабатывать ассортиментную политику бренда. | |
| **Знания:** | |
| 1. Методические, нормативные и другие руководящие материалы в области рекламы, маркетинга, организации сбыта и поставки готовой продукции, связей с общественностью. 2. Особенности технологической переработки и изготовления продукта данной торговой марки. 3. Конъюнктура рынка, ассортимент, классификацию, характеристику и назначение товаров. 4. Принципы и методы проведения маркетинговых исследований. 5. Принципы анализа баз данных | |
| **Задача 2:**  **Изучение особенностей продвигаемых товаров** | | **Умения:** | |
| 1. Анализировать требования потребителей к товарам на основе результатов маркетинговых исследований. 2. Выявлять потенциальные возможности и угрозы внешней среды при продвижении товара, слабых и сильных сторон товара. 3. Формировать дифференциированное позиционирование товара. | |
| **Знания:** | |
| 1. Особенности технологической переработки и изготовления продукта данной торговой марки. 2. Конъюнктура рынка, ассортимент, классификацию, характеристику и назначение товаров. | |
| Трудовая функция 2:  Разработка и проведение коммуникационных кампаний (рекламных мероприятий, конкурсов и пр.) | **Задача 1:**  **Организации проведения презентаций товара потенциальным покупателям и потребителям, тематических семинаров** | | **Умения:** | |
| 1. Использовать психологические способы воздействия на потребителя. 2. Осуществлять профессиональное консультирование о потребительских свойствах и качествах товара. | |
| **Знания:** | |
| 1. Инструменты маркетинговых коммуникаций. 2. Стандарты и этические принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность РК. 3. Построение оптимальной системы коммуникаций. | |
| **Задача 2:**  **Организация и проведение PR-акций, рекламных акций по стимулированию продаж** | | **Умения:** | |
| 1. Осуществлять профессиональное консультирование о потребительских свойствах и качествах товара. 2. Использовать креативное мышление при организации и проведения различных рекламных акций. | |
| **Знания:** | |
| 1. Инструменты маркетинговых коммуникаций. 2. Технология проведения рекламы. 3. Стандарты и этические принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность РК. 4. Построение оптимальной системы коммуникаций. | |
| Трудовая функция 3:  Формирование имиджа и деловой репутации организации | **Задача 1:**  **Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и разработке рекламной продукции** | | **Умения:** | |
| 1. Осуществлять наблюдение за положением товара на рынке (ходом продаж, спросе на него), определяет и анализирует отношение потребителей к товару. 2. Выявлять неудовлетворительные параметры товара, требования покупателей к товару (не учтенные в товаре) и сообщает о них конструкторским, технологическим и производственным подразделениям для корректировки товара, придания ему новых потребительских свойств. 3. Формировать ценовую политику бренда. 4. Разрабатывать стратегию продвижения бренда. | |
| **Знания:** | |
| 1. Психология и принципы продаж. 2. Особенности бренда, технология производства. | |
| **Задача 2:**  **Работа с инструментами прямого маркетинга** | | **Умения:** | |
| 1. Отслеживать ценовую политику и спрос на бренды конкурентов, определять позиции товара относительно аналогичных или схожих товаров конкурентов. 2. Проводить анализ требований потребителей к товарам на основе результатов маркетинговых исследований. 3. Создавать оптимальную базу данных потенциальных клиентов. | |
| **Знания:** | |
| 1. Математическая статистика (расчет ошибки выборки и распространение на ее генеральную совокупность, расчет относительных и средних величин, анализ паралельных рядов динамики при анализе требований потребителей к товарам на основе резултатов маркетинговых исследований). 2. Социология и социальная психология. 3. Особенности реализации инструментов прямого маркетинга. 4. Технические средства сбора и обработки информации, связи и коммуникаций. | |
| Трудовая функция 4:  Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых и управленческих решений в организации в области продвижения товара | **Задача 1:**  **Составление бюджета мероприятий по продвижению товара** | | **Умения:** | |
| 1. Осуществлять расчет ожидаемой прибыли и рентабельности с момента внедрения товара на рынок. 2. Определять возможность убытков для предприятия на первых этапах продвижения товара. 3. Разрабатывать предложения по их минимизации. | |
| **Знания:** | |
| 1. Основы экономики и планирования. 2. Маркетинг предпринимательской и коммерческой деятельности. 3. Основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса, историю организации торговой марки. | |
| **Задача 2:**  **Наблюдение за положением товара на рынке** | | **Умения:** | |
| 1. Выявлять неудовлетворительные параметры товара, требования покупателей к товару (не учтенные в товаре). 2. Взаимодействовать с конструкторским, технологическим и производственным подразделениям для корректировки товара, придания ему новых потребительских свойств. 3. Применять инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политике. 4. Определять позиции товара относительно аналогичных или схожих товаров конкурентов. 5. Отслеживать динамику объема продаж. | |
| **Знания:** | |
| 1. Особенности технологической переработки и изготовления продукта данной торговой марки. 2. Конъюнктуру рынка, ассортимент, классификацию, характеристику и назначение товаров. 3. Анализ эффективности политики продвижения товара. | |
| Требования к личностным компетенциям | Креативность  Критическое мышление  Аналитические способности,  Коммуникативные навыки  Творческий подход  Результато-ориентированность  Ответственность  Исполнительность  Внимательность  Аккуратность  Дисциплинированность  Лидерство  Организационные способности | | | |
| Связь с другими профессиями в рамках ОРК | 4 | | Ассистент бренд-менеджера | |
| 6 | | Маркетолог-аналитик | |
| 7 | | Руководитель маркетинговой службы | |
| Связь с ЕТКС или КС или другими справочниками профессий | - | | - | |
| Связь с системой образования и квалификации | Уровень образования:  высшее профессиональное | | Специальность:  5В051100 – Маркетинг  5В0506000 – Экономика  5В050700 – Менеджмент  6В041 Бизнес и управление  6В04088 Междисциплинарные программы, связанные с бизнесом, управлением и правом | Квалификация: Бакалавр экономики в сфере экономики и бизнеса  Бакавр бизнеса и управления |

|  |  |
| --- | --- |
| **3. Технические характеристики ПС** | |
| Разработано: | ЧУ Научно-исследовательский институт регионального развития  Контакты: [ayapbergen@mail.ru](mailto:ayapbergen@mail.ru), +7 701 725 40 46,  +7 701 318 39 59  Разработчики:  1. Алимбаев Абильда Амирханович, директор НИИ регионального развития, доктор экономических наук, профессор, координатор проекта  2. Улыбышев Дмитрий Николаевич, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и предпринимательства, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, эксперт  3. Абильдин Ермек Толеуулы, председатель ОЮЛиИП «Казахстанская ассоциация предпринимателей и сервисных услуг», магистр правоведения, координатор проекта  4. Жайлауов Ерлан Берикович, директор ТОО «Rational Solution», PhD, координатор проекта  5. Шевякова Анна Леонидовна, кандидат экономических наук, профессор Академии «Болашак», эксперт  6. Кабдыбай Ассель Кабдысулатовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита КарГУ им. Е.А. Букетова, эксперт  7. Кенжебеков Нуржан Досович, кандидат экономических наук, доцент кафедры туризма и ресторанного дела, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, эксперт |
| Экспертиза предоставлена: | 1. ОО «Гражданский Совет Карагандинской области» (директор Джалбиров Н.Ж.), [kap910057@gmail.com](mailto:kap910057@gmail.com), +77212910057 2. Профессор кафедры «Маркетинг и логистика» Карагандинского экономического университета Казпотребсоюза доктор экономических наук Накипова Г.Е., [nakipovage@mail.ru](mailto:nakipovage@mail.ru), +77212441578 3. Финансовый директор ТОО «WOOPPAY» магистр экономических наук Джусупов Х.С., [hairulla@live.com](mailto:hairulla@live.com), +77014798599 4. ГККП «Алматинский государственный бизнес-колледж» (директор Джунисалиев Ж.С.), info@ambk.kz, +77272927768 |
| Номер версии и год выпуска: | Версия 1, 2019 год |
| Дата ориентировочного пересмотра: | 2022 год |