



МИНИСТЕРСТВО ЮСТИЦИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ЗАРЕГИСТРИРОВАНО

Регистрационный № 35690

от "23" января 2015.

**МИНИСТЕРСТВО ТРУДА И СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

П Р И К А З

26 декабря 2014г.

№ 1764

Москва

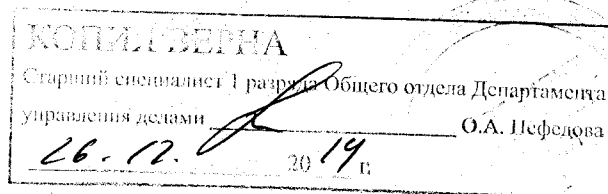
**Об утверждении профессионального стандарта
«Специалист в области маркетинга детских товаров»**

В соответствии с пунктом 16 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; 2014, № 39, ст. 5266), п р и к а з ы в а ю:

Утвердить прилагаемый профессиональный стандарт «Специалист в области маркетинга детских товаров».

Министр

М.А. Топилин



УТВЕРЖДЕН
приказом Министерства
труда и социальной защиты
Российской Федерации
от «26» декабря 2014 г. № 1176н

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

Специалист в области маркетинга детских товаров

325

Регистрационный номер

I. Общие сведения

Маркетинг в области детских товаров

21.003

(наименование вида профессиональной деятельности)

Код

Основная цель вида профессиональной деятельности:

Повышение удовлетворенности товарами и услугами социально чувствительных категорий потребителей за счет маркетинговых активностей организации, работающей в области детских товаров, с целью максимизации денежных потоков и повышения прибыли

Группа занятий:

1233	Руководители подразделений (служб) по маркетингу и сбыту продукции	2413	Специалисты по коммерческой деятельности
(код ОКЗ ¹)	(наименование)	(код ОКЗ)	(наименование)

Отнесение к видам экономической деятельности:

15.88	Производство детского питания и диетических пищевых продуктов
18	Производство одежды; выделка и крашение меха
19	Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви
21.22	Производство бумажных изделий хозяйственно-бытового и санитарно-гигиенического назначения
22	Издательская и полиграфическая деятельность, тиражирование записанных носителей информации
35.42	Производство велосипедов
36.1	Производство мебели

36.50	Производство игр и игрушек
36.63.7	Производство прочих изделий, не включенных в другие группировки, включая производство детских колясок
51.38.22	Оптовая торговля готовыми пищевыми продуктами, включая торговлю детским и диетическим питанием и прочими гомогенизированными пищевыми продуктами
52.42	Розничная торговля одеждой
51.42.4	Оптовая торговля обувью, включая оптовую торговлю мужской, женской и детской обувью из любых материалов
52.42.1	Розничная торговля мужской, женской и детской одеждой

(код ОКВЭД²)

(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	Проведение маркетинговых исследований и маркетингового анализа	6	Проведение маркетинговых исследований, связанных с социально чувствительными категориями потребителей (дети), и анализа внешней маркетинговой среды организации, работающей в области детских товаров	A/01.6	6
B	Реализация функций комплексного маркетинга организации, работающей в области детских товаров	6	Проведение маркетингового анализа внутренней среды организации, работающей в области детских товаров	A/02.6	6
C	Реализация безопасной для социально чувствительных категорий потребителей (детей) информационно-коммуникационной (ИК) деятельности организации, направленной на формирование спроса и стимулирование сбыта детских товаров	6	Реализация программы разработки новых детских товаров	B/01.6	6
			Реализация ассортиментной политики торговой организации, реализующей детские товары	B/02.6	6
			Реализация ассортиментной политики для организации, производящей детские товары	B/03.6	6
			Реализация политики ценообразования детских товаров	B/04.6	6
			Распределение детских товаров	B/05.6	6
			Реализация стратегии продвижения детских товаров	B/06.6	6
			Осуществление внешних коммуникаций с основными категориями покупателей и потребителей детских товаров (детьми, родителями, членами семьи, представителями детских учреждений) и внутренних коммуникаций	C/01.6	6
			Реализация мероприятий по формированию репутации организации/торговой марки	C/02.6	6

				Реализация программ формирования лояльности основных категорий покупателей и потребителей (детей, родителей, членов семьи, представителей детских учреждений)	C/03.6	6
D	Стратегическое планирование маркетинговой деятельности организации, работающей в области детских товаров	7		Разработка маркетинговой стратегии, маркетинговых политик и программ для организации, работающей в области детских товаров	D/01.7	7
E	Управление функциями маркетинга организации, работающей в области детских товаров	7		Разработка программ работы с маркетинговыми активами для организации, работающей в области детских товаров Планирование функций маркетинга организации, работающей в области детских товаров Организация функций маркетинга организации, работающей в области детских товаров	D/02.7 E/01.7 E/02.7	7 7 7
F	Управление безопасной для социально чувствительных категорий потребителей (детей) информационно-коммуникационной деятельностью по формированию спроса и стимулированию сбыта детских товаров	7		Контроль функции маркетинга в организации и повышение эффективности маркетинговой деятельности организации, работающей в области детских товаров Планирование безопасной для социально-чувствительных категорий потребителей (детей) информационно-коммуникационной деятельности Организация информационно-коммуникационной деятельности, обеспечивающей безопасность информационной среды для детей и достижение маркетинговых целей Контроль эффективности информационно-коммуникационной деятельности и ее безопасности для детей	E/03.7 F/01.7 F/02.7 F/03.7	7 7 7 7

III. Характеристика обобщенных трудовых функций

3.1. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Проведение маркетинговых исследований и маркетингового анализа	Код	А	Уровень квалификации	6
--------------	--	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей	Бренд-менеджер детских товаров Маркетолог детских товаров и услуг Менеджер по маркетингу Маркетолог-аналитик Специалист по цифровому маркетингу Интернет-маркетолог
-----------------------------------	--

Требования к образованию и обучению	Высшее образование – бакалавриат Дополнительное образование по маркетингу детских товаров или психологии детей (профессиональная переподготовка или магистратура)
Требования к опыту практической работы	-
Особые условия допуска к работе	-

Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	2413	Специалисты по коммерческой деятельности
	2419	Специалисты по предпринимательской деятельности и кадрам, не вошедшие в другие группы
ЕКС ³	-	Специалист по маркетингу
ОКСО ⁴	03030062	Бакалавр психологии
	04020062	Бакалавр социологии
	08010062	Бакалавр экономики
	080111	Маркетинг
	08011252	Маркетолог с углубленной подготовкой
	08050062	Бакалавр менеджмента

3.1.1. Трудовая функция

Наименование	Проведение маркетинговых исследований, связанных с социально чувствительными категориями потребителей (детьми), и анализа внешней маркетинговой среды организации, работающей в области детских товаров	Код	A/01.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции

Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	<p>Определение типа требуемой маркетинговой информации о рынке детских товаров и ведение маркетинговых баз данных</p> <p>Выбор методов и масштабов проведения онлайн- и офлайн-маркетинговых исследований рынка детских товаров и детской среды</p> <p>Сбор, систематизация и анализ маркетинговой информации по отрасли, по объему, рынкам, брендам, долям рынка основных конкурентов, товарам детской индустрии</p> <p>Проведение клиентского анализа персональных покупателей и потребителей детских товаров (детей, родителей, беременных женщин, членов семей/домохозяйств, родственников, знакомых): изучение поведения, образа жизни, способов проведения свободного времени детей и родителей; психологических факторов формирования лояльности к детскому бренду и репутации организации</p> <p>Проведение клиентского анализа институциональных покупателей и потребителей детских товаров (воспитательных, медицинских и развлекательных детских учреждений; специализированных и неспециализированных торговых компаний и розничных сетей)</p> <p>Оценка рисков и возможностей при различных сценариях развития региональных рынков детских товаров с учетом экономических, демографических, политико-юридических, социально-культурных, технологических, экологических факторов внешней среды</p> <p>Анализ рисков, связанных с деятельностью действующих и потенциальных конкурентов, производящих аналоги или детские товары-заменители, поставщиков, а также с деятельностью регуляторов организаций на рынке детских товаров</p> <p>Выбор наиболее перспективных сегментов рынка детских товаров и оценка их объема и потенциальной емкости</p> <p>Проведение социологических, культурологических и иных исследований с целью выявления ключевых потребностей общества, относящихся к обеспечению здоровья и безопасности, воспитанию и образованию детей</p> <p>Изучение степени влияния агентов социализации (лиц, во взаимодействии с которыми у человека формируется социальный опыт: родители, братья и сестры, родственники, сверстники, соседи, учителя) на спрос в отношении отдельных характеристик и параметров детских товаров, а также специфических групп детских товаров</p>
-------------------	---

	Изучение потребительских качеств производимых организацией детских товаров и сравнение их с конкурирующими аналогами с учетом детской психологии, физиологии и норм гигиены детей и подростков
	Анализ специфики формирования рыночных цен с учетом восприятия потребителями справедливой цены на детские товары
	Анализ и оценка проведенных маркетинговых исследований, оценка полученной информации и выявление системы взаимосвязей между различными факторами
	Подготовка отчетов по результатам маркетинговых исследований социально чувствительных категорий потребителей (детей) и маркетингового анализа внешней среды организации с выводами и рекомендациями к маркетинговым политикам и программам организации
Необходимые умения	Осуществлять поиск вторичной информации с учетом специфики рынка детских товаров
	Анализировать, синтезировать и критически резюмировать большие объемы информации о маркетинговой среде с учетом специфики социально чувствительных категорий потребителей (детей) в интересах принятия маркетинговых решений
	Работать со специализированными программами для управления маркетинговыми данными
	Осуществлять процедуры сбора, сортировки, анализа, оценки и распределения необходимой своевременной и достоверной маркетинговой информации по результатам исследований
	Работать с различными группами покупателей и потребителей детских товаров (детьми, родителями, членами семьи, сотрудниками детских учреждений) и агентами влияния (органами социальной защиты детей, общественными организациями)
	Определять существующие и потенциальные характеристики социально чувствительных категорий потребителей (детей и будущих матерей) инструментами маркетинга с учетом психологии
	Выявлять потенциальные возможности и угрозы внешней среды для организации, работающей в области детских товаров
	Выявлять закономерности в изменениях маркетинговой среды и маркетинговой политике организации, работающей в области детских товаров
Необходимые знания	Принципы и методы проведения маркетинговых исследований социально чувствительных категорий потребителей (детей), детской среды и маркетингового анализа рынка детских товаров
	Основные источники и методы сбора и средства хранения, переработки маркетинговой информации
	Методы прогнозирования сбыта продукции и рынков
	Специфика отраслевой терминологии, связанной с производством, реализацией и использованием детских товаров
	Основы социологии, педагогики, детской и родительской психологии
Другие характеристики	-

3.1.2. Трудовая функция

Наименование	Проведение маркетингового анализа внутренней среды организации, работающей в области детских товаров	Код	A/02.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Осуществление портфельного анализа и оценки рыночного потенциала продукции предприятия, ориентированной на покупателей и потребителей детских товаров (детей, родителей, членов семьи, детских учреждений)
	Анализ ценообразования, каналов распределения и продвижения с учетом специфики рынка детских товаров
	Анализ системы продаж с учетом сегментации и позиционирования детской и взрослой аудитории
	Изучение производственного, технологического и рыночного потенциала организации; определение сильных и слабых сторон с проекцией на социально чувствительные категории потребителей (детей)
	Проведение маркетингового аудита организации, работающей в области детских товаров
Необходимые умения	Анализировать маркетинговые параметры внутренней среды организации, работающей в области детских товаров
	Работать со специализированными программами для управления маркетинговыми данными
Необходимые знания	Основные принципы и методы проведения маркетингового анализа внутренней среды организации
	Технологии и средства сбора и обработки маркетинговых данных
	Специфика отраслевой терминологии, связанной с производством и реализацией детских товаров
Другие характеристики	-

3.2. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Реализация функции комплексного маркетинга организации, работающей в области детских товаров	Код	B	Уровень квалификации	6
--------------	--	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования	Продакт-менеджер детских товаров Бренд-менеджер детских товаров
------------------------	--

должностей	Категорийный менеджер Ассортиментный менеджер Маркетолог детских товаров и услуг Менеджер по маркетингу Специалист по цифровому маркетингу Интернет-маркетолог Торговый представитель Менеджер по управлению каналами распределения
------------	--

Требования к образованию и обучению	Высшее образование – бакалавриат Дополнительное образование по маркетингу детских товаров или психологии детей (профессиональная переподготовка или магистратура)
Требования к опыту практической работы	-
Особые условия допуска к работе	-

Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	2413	Специалисты по коммерческой деятельности
	2419	Специалисты по предпринимательской деятельности и кадрам, не вошедшие в другие группы
ЕКС	-	Специалист по маркетингу
ОКСО	03030062	Бакалавр психологии
	04020062	Бакалавр социологии
	08010062	Бакалавр экономики
	080111	Маркетинг
	08011252	Маркетолог с углубленной подготовкой
	08050062	Бакалавр менеджмента

3.2.1. Трудовая функция

Наименование	Реализация программы разработки новых детских товаров	Код	В/01.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заемствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Подготовка предложений по разработке нового продукта по результатам исследования потребностей покупателей и потребителей детских товаров (детей, родителей, членов семьи, детских учреждений)
	Тестирование новых детских товаров и связанных с ними маркетинговых программ с учетом требований социальной ответственности, психологической и физической безопасности детей, подготовка предложений по доработке по результатам тестирования
	Расчет и корректировка предполагаемых объемов сбыта и ценовых показателей новых детских товаров с учетом существующих социальных и государственных программ в отношении товаров для детства
	Осуществление сертификации и лицензирования детских товаров для

	<p>продвижения российского и международного рынков в рамках Таможенного союза, Всемирной торговой организации и других международных торговых союзов и объединений</p> <p>Подготовка нового продукта для поставки и продвижения на российский и международный рынки детских товаров с учетом национальных и международных законодательных и регулирующих норм в рамках Таможенного союза, Всемирной торговой организации и других международных торговых союзов и объединений, а также с учетом социальной и культурной специфики целевых региональных рынков</p>
Необходимые умения	<p>Проводить потребительские тестирования и пробные продажи продукта с учетом особенностей детской психологии</p> <p>Работать с различными группами покупателей и потребителей детских товаров (детьми, родителями, членами семьи, сотрудниками детских учреждений) и агентами влияния (органами социальной защиты детей, общественными организациями)</p> <p>Работать в составе проектных команд по разработке новых продуктов</p> <p>Выводить на рынок и продвигать новые виды товаров для детей с учетом уникальной специфики продвижения различных групп детских товаров</p>
Необходимые знания	<p>Основы маркетинга</p> <p>Основы управления проектами разработки новых продуктов и проектными рисками</p> <p>Основные процессы разработки новых детских товаров (основы дизайна, конструирования, разработки программного обеспечения в зависимости от типа продуктов)</p> <p>Основы педагогики, возрастной психологии, физиологии, гигиены детей</p> <p>Основы законодательного регулирования разработки и продвижения товаров, российские и международные системы сертификации и лицензирования детских товаров рамках Таможенного союза, Всемирной торговой организации и других международных торговых союзов и объединений</p> <p>Основные этапы разработки и модели вывода и продвижения новых детских товаров на рынок</p> <p>Методики проведения тестирования нового продукта товара и рыночных испытаний с учетом детской психологии</p> <p>Организационные и финансово-экономические аспекты процессов разработки нового товара для детей</p>
Другие характеристики	-

3.2.2. Трудовая функция

Наименование	Реализация ассортиментной политики торговой организации, реализующей детские товары	Код	В/02.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заемствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта	

Трудовые действия	Проведение всестороннего самостоятельного анализа кратковременных и долговременных тенденций покупательского спроса в соответствии со специализацией торгового предприятия или изучение исследований
-------------------	--

	<p>организаций и специалистов, занимающихся экспертным анализом и прогнозированием тенденций потребления детских товаров</p> <p>Посещение презентаций, выставок, показов, просмотров и других обзорных мероприятий нового ассортимента производителей детских товаров</p> <p>Мониторинг и проведение сравнительной оценки существующих аналогов детских товаров, выявление видов и моделей с наибольшим потенциалом продаж</p> <p>Оптимизация ассортимента организации с точки зрения прибыльности и социальной ответственности, необходимой для работы с социально чувствительными категориями потребителей (детьми); структурирование ассортимента: расширение, углубление детских продуктовых линий, обновление ассортимента</p> <p>Адаптирование ассортимента продуктовых линий и категорий к текущим требованиям рынка детских товаров, а также к локальным/региональным требованиям торговых сетей</p>
Необходимые умения	<p>Критически оценивать эстетичность, функциональность, практичность, безопасность, физиологичность и гигиеничность детских товаров</p> <p>Отбирать поставщиков, обеспечивающих оптимальный ассортимент и стабильные поставки детских товаров</p> <p>Оперативно реагировать на меняющуюся конъюнктуру рынка детских товаров с учетом изменений потребностей основных категорий потребителей (детей, родителей и специалистов детских учреждений) и результатов анализа оборачиваемости склада</p>
Необходимые знания	<p>Основы маркетинга, экономики, складского, бухгалтерского, управленческого учета</p> <p>Основы товароведения и категорийного менеджмента</p> <p>Основы управления складскими запасами, основы логистики</p>
Другие характеристики	-

3.2.3. Трудовая функция

Наименование	Реализация ассортиментной политики для организации, производящей детские товары	Код	В/03.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

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

Трудовые действия	Оптимизация ассортимента организации с учетом конъюнктуры рынка и технологических возможностей предприятия
	Поддержание оптимального соотношения между новыми и старыми детскими товарами организации
	Внесение предложений по модернизации продуктовой линии на основании наличия спроса на рынке детских товаров
	Согласование предложений по оптимизации ассортимента с возможностями предприятия, исходя из необходимости переналадки или закупки нового технологического оборудования и на основании экономической целесообразности

	Осуществление маркетинговой поддержки отдела продаж при продвижении детских товаров
Необходимые умения	Взаимодействовать с поставщиками, потребителями и со всеми подразделениями организации
	Оперативно реагировать на меняющуюся конъюнктуру рынка детских товаров с учетом изменений потребностей основных категорий потребителей (детей, родителей и специалистов детских учреждений)
Необходимые знания	Основы маркетинга, экономики, складского, бухгалтерского и управленческого учета
	Основы управления складскими запасами, основы логистики
	Основы мерчендайзинга
	Технологические особенности организации
	Технико-экономические параметры реализуемых организацией товаров для детей
Другие характеристики	-

3.2.4. Трудовая функция

Наименование	Реализация политики ценообразования детских товаров	Код	V/04.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции

Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Выработка рекомендаций по установлению обоснованных цен, надбавок и скидок для групп клиентов на различные виды детских товаров в соответствии с тенденциями рынка
	Осуществление контроля цен на детские товары с целью выяснения необходимости изменения цен, подготовка предложений по изменению и корректировке стратегий и политик ценообразования в ответ на изменение поведения потребителей, конкурентов и торговых партнеров
	Осуществление контроля представления цен в местах торговли на предмет точности, ясности и очевидности с учетом психологии восприятия цен взрослыми и детьми
	Обеспечение конкурентоспособности цен на детские товары с точки зрения объемов продаж и прибыли
	Проведение всестороннего самостоятельного ценового мониторинга или заказ исследований внешним организациям
Необходимые умения	Осуществлять ценовой аудит и мониторинг
	Работать с ценообразованием на рынке детских товаров с учетом требований социальной ответственности и законодательных ограничений
Необходимые знания	Теоретические и практические аспекты маркетинга и экономики, относящиеся к вопросам спроса и предложения, эластичности спроса, сезонным и иным колебаниям спроса
	Методы определения платежеспособности спроса на выпускаемую детскую продукцию
	Структура себестоимости детских товаров
	Основы брендинга с точки зрения ценностного подхода к формированию цены

	Формы и способы использования ценовых механизмов с учетом психологии восприятия цен взрослыми и детьми
	Экономические основы производства и влияние производственных факторов на ценообразование (организационных, технологических)
	Методы ценообразования
Другие характеристики	-

3.2.5. Трудовая функция

Наименование	Распределение детских товаров	Код	B/05.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	-------------------------------	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции

Оригинал	<input checked="" type="checkbox"/>	Заимствовано из оригинала		
			Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Проектирование и построение системы каналов распределения детских товаров
	Оптимизация поставок и системы продаж продукции на рынок детских товаров
	Формирование требований к партнерам по каналам распределения детских товаров, квалификации персонала, соблюдению санитарно-гигиенических норм, обеспечению безопасности
	Взаимодействие с торговыми партнерами (дистрибьюторы, дилерами, реселлерами, торговыми сетями, логистическими центрами, франчайзинг)
	Оптимизация и проведение оценки рентабельности каналов распределения организаций, работающих на рынке детских товаров
	Формирование рекомендаций для системы продаж (дистрибуции) детских товаров с учетом потребностей основных категорий потребителей (детей, родителей, членов семьи, детских учреждений)
	Прогнозирование сбыта и подготовка рекомендаций для своевременной и эффективной загрузки производственных мощностей
Необходимые умения	Работать в системе маркетинга предприятий «бизнес для бизнеса»
	Анализировать цепочки поставок детских товаров, формировать собственные цепочки поставок
	Работать на оптовых рынках детских товаров
	Работать с детскими товарам на целевых рынках в соответствии со специализацией и региональным присутствием предприятия
	Работать с различными типами каналов дистрибуции детских товаров (франчайзинг, интернет-торговля) в соответствии с особенностями и стратегией предприятия
	Использовать принципы разработки систем распределения с учетом специфики рынка товаров для детей
	Выбирать правильные методы оценки эффективности логистических распределительных систем
	Осуществлять оценку эффективности логистических распределительных систем и производить необходимые расчеты
	Анализировать эффективность каналов сбыта детских товаров и факторов, влияющих на движение товаров внутри каналов распределения

	Формировать и оптимизировать запасы готовой продукции с учетом специфики рынка товаров для детей
Необходимые знания	Основы управления каналами дистрибуции
	Основы логистики: методы распределения товарных запасов в сбытовой сети детских товаров; процессы формирования и оптимизации запасов готовой детской продукции, транспортировки и хранения продукции с учетом требований к безопасности детских товаров
	Формы организации прямого и косвенного сбыта с учетом специфики рынка товаров для детей, механизмы взаимодействия на них и способы их мотивации
	Государственное и международное законодательное и нормативно-правовое регулирование производства и сбыта детских товаров в рамках Таможенного союза, Всемирной торговой организации и других международных торговых союзов и объединений
Другие характеристики	-

3.2.6. Трудовая функция

Наименование	Реализация стратегии продвижения детских товаров	Код	В/06.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заемствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Мониторинг уровня удовлетворенности продукцией целевых групп потребителей детских товаров
	Реализация мероприятий по стимулированию спроса основных категорий покупателей и потребителей (детей, родителей, членов семей и специалистов детских учреждений) и увеличению сбыта и рыночной доли организации, трейд-маркетинговых программ
	Реализация специализированных программ, повышающих спрос оптовых покупателей и привлекающих интерес розничных покупателей детских товаров, с учетом психологических особенностей их восприятия детской и взрослой аудиторией
	Маркетинговая поддержка продаж
	Продвижение детских товаров на целевые рынки, включая международные
Необходимые умения	Активировать потребительский спрос детской и взрослой аудитории
	Работать с маркетинговым бюджетом
	Стимулировать участников системы сбыта детских товаров, использовать каналы для продвижения, основываясь на детской психологии
	Владеть технологиями продвижения детских товаров
Необходимые знания	Модели и инструменты стимулирования спроса и продвижения детских товаров оптовым и розничным покупателям
	Основы товароведения и категорийного менеджмента (особенности взаимодействия с категорийными менеджерами, особенности категорий детских товаров)
	Основы социологии, педагогики, детской психологии
Другие	-

характеристики	
----------------	--

3.3. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Реализация безопасной для социально чувствительных категорий потребителей (детей) информационно-коммуникационной (ИК) деятельности организации, направленной на формирование спроса и стимулирование сбыта детских товаров	Код	С	Уровень квалификации	6
--------------	--	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей	Бренд-менеджер детских товаров Маркетолог детских товаров и услуг Менеджер по маркетингу Специалист по цифровому маркетингу Интернет-маркетолог Менеджер по коммуникациям
-----------------------------------	--

Требования к образованию и обучению	Высшее образование – бакалавриат Дополнительное образование по маркетингу детских товаров или психологии детей, педагогике (профессиональная переподготовка или магистратура)
Требования к опыту практической работы	-
Особые условия допуска к работе	-

Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	2413	Специалисты по коммерческой деятельности
	2419	Специалисты по предпринимательской деятельности и кадрам, не вошедшие в другие группы
ЕКС	-	Специалист по маркетингу
ОКСО	03030062	Бакалавр психологии
	04020062	Бакалавр социологии
	08010062	Бакалавр экономики
	080111	Маркетинг
	08011252	Маркетолог с углубленной подготовкой
	08050062	Бакалавр менеджмента