

Кәсіптік стандарт: «Кинофильмдерді, видео және телевизиялық бағдарламаларды тарату бойынша қызмет»

1-ші тарау. Жалпы ережелер

1. Кәсіптік стандарттың қолдану аясы:

2. Осы кәсіптік стандартта мынадай терминдер, анықтамалар мен қысқартулар қолданылады:

1) Бренд – бір өндірушінің өнімін немесе қызметін басқа өндірушілердің өнімдеріне немесе қызметтеріне қарағанда сәйкестендіретін атау, термин, дизайн, таңба немесе кез келген басқа белгілер

2) Нарық конъюктурасы – нарықта қалыптасқан және сұраныс пен ұсыныс деңгейлерімен, нарықтық белсенділігімен, бағаларымен, сату көлемімен, пайыздық мөлшерлемелердің қозғалысымен, валюталық бағамның, еңбекақының, дивидендтердің, сондай-ақ өндіріс пен тұтыну серпінімен сипатталатын экономикалық жағдай

3) Бұқаралық ақпарат құралы (БАҚ) – жаппай қол жетерлік телекоммуникациялық желілердегі (интернет және басқа) қоса желілік бұқаралық ақпарат құралын алғандағы мерзімді баспасөз басылымы, радио- және телебағдарламалар және бұқаралық ақпаратты мерзімді немесе үздіксіз ашық таратудың басқа түрі

4) PR (Public Relations, пиар) – қоғамдық-экономикалық және саяси бәсекелестік жүйесінде объект бейнесін (идеялар, тауар, қызметтер, персоналдар, ұйымдар – фирмалар, бренд) құру және әлеуметтік топтың құндылықтық қатарына енгізу технологиялары, оның мақсаты бұл бейнені өмірде мінсіз және қажетті ретінде бекіту

5) PR-стратегия – мақсатты аудиториямен жұмыс істеу арқылы нарықта жобаны/өнімді/компанияны жылжытуға бағытталған құрылымдық әрекеттер; яғни қоғамдық пікірді басқару үшін ақпаратты пайдалану жоспары

6) SMM (Social Media Marketing, маркетинг в социальных медиа) – бұл компаниялар мен брендті жылжыту және басқа бизнес-міндеттерді шешу үшін арналар ретінде әлеуметтік медианы пайдалану жөніндегі іс-шаралар кешені

3. Осы кәсіптік стандартта мынадай қысқартулар қолданылады

1) –

2-ші тарау. Кәсіптік стандарттың паспорты

4. Название профессионального стандарта: Кинофильмдерді, видео және телевизиялық бағдарламаларды тарату бойынша қызмет

5. Кәсіптік стандарттың коды: J59130001

6. ЭҚЖЖ секциясын, бөлімін, тобын, сыныбын және кіші сыныбын көрсету:

J Ақпарат және байланыс

59 Кино-, бейнефильмдер және телевизиялық бағдарламалар, дыбыс жазбалар және музыкалық шығармаларды шығару саласындағы қызмет

59.1 Кино-, бейнефильмдер және телевизиялық бағдарламаларды шығару бойынша қызмет

59.13 Кино-, бейнефильмдер және телевизиялық бағдарламалар тарату бойынша қызмет

59.13.0 Кино-, бейнефильмдер және телевизиялық бағдарламалар тарату бойынша қызмет

7. Краткое описание профессионального стандарта: Кинофильмдерді, видео және телевизиялық бағдарламаларды тарату бойынша қызмет БАҚ-та фильмдерді, видео және телевизиялық бағдарламаларды тарату және жылжытуды қамтиды

8. Кәсіптер карточкаларының тізімі:

2) Корректор - 5 уровень ОРК

3) Мультимедиялық баспалармен жұмыс жөніндегі консультант - 6 уровень ОРК

4) Бағдарламалар редакторы - 8 уровень ОРК

3-ші тарау. Кәсіптер карточкалары

10. Кәсіптің карточкасы «Корректор»:	
Топтың коды:	2642-2
Қызмет атауының коды:	2642-2-002
Кәсіптің атауы:	Корректор
СБШ бойынша біліктілік деңгейі:	5

подуровень квалификации по ОРК:			
БТБА, БА, үлгілік біліктілік сипаттамалары бойынша біліктілік деңгейі:	55-шығарылым. "Жұмыстар мен жұмысшы кәсіптерінің бірыңғай тарифтік-біліктілік анықтамалығын (55-шығарылым) бекіту туралы" 2021 жылғы 4 қазандағы № 366 Қазақстан Республикасы Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрінің бұйрығы. Қазақстан Республикасының Әділет министрлігінде 2021 жылғы 8 қазанда № 24663 болып тіркелді. Корректор		
Кәсіптік білім деңгейі:	Білім деңгейі: орта білімнен кейінгі (қолданбалы бакалавриат)	Мамандық: -	Біліктілік: -
Жұмыс тәжірибесіне қойылатын талаптар:			
Формалды емес және информалы біліммен байланыс:			
Кәсіптің басқа ықтимал атаулары:			
Қызметтің негізгі мақсаты:	Мәтіннің әр түрлі элементтерінің графикалық және лексикалық біркелкілігін қамтамасыз ету, орфографиялық және пунктуациялық қателерді жою, терудің техникалық ережелерін сақтау, сондай-ақ мағыналық және стилистикалық сипаттағы кемшіліктерді түзету		
Еңбек функциялардың сипаттамасы			
Еңбек функцияларының тізбесі:	Міндетті еңбек функциялары:	1. Мәтіндерді жариялау алдында оқу және түзету, олардың құрылымы мен мазмұнын тексеру, түзетілген материалды ресімдеу және тапсыру	
	Қосымша еңбек функциялары:		
Еңбек функциясы 1: Мәтіндерді жариялау алдында оқу және түзету, олардың құрылымы мен мазмұнын тексеру, түзетілген материалды ресімдеу және тапсыру	Дағды 1: Жариялау алдында мәтіндерді дайындау	Машықтар:	1. Өңдеуден кейін материалды түзету. 2. Мәтіннің тіл нормаларына сәйкестігін қамтамасыз ету (лексикалық, сөзжасам, грамматикалық қателерді жою, орфография мен пунктуацияны түзету). 3. Алынған мәтіннің түпнұсқаға немесе түзетуді ескере отырып алдыңғы түзетулерге сәйкестігін қамтамасыз ету.
		Білімдер:	1. Өңдеуден кейін материалды түзету. 2. Мәтіннің тіл нормаларына сәйкестігін қамтамасыз ету (лексикалық, сөзжасам, грамматикалық қателерді жою, орфография мен пунктуацияны түзету). 3. Алынған мәтіннің түпнұсқаға немесе түзетуді ескере отырып алдыңғы түзетулерге сәйкестігін қамтамасыз ету.
	Дағдыны тану мүмкіндігі:	-	
	Дағды 2: Түзетілген материалды келісу және тапсыру	Машықтар:	1. Материал-мәтіндерді дайындау мерзімдерін, өндіріс кестесінің сақталуын қамтамасыз ету. 2. Ұйымдастырушылық саясат пен рәсімдерді ұстанады.
		Білімдер:	1. "Бұқаралық ақпарат құралдары туралы" Қазақстан Республикасының Заңы. 2. Желілік және телерадио хабарларын тарату БАҚ деңгейіне қойылатын талаптарды анықтайтын нормативтік құжаттар. 3. "Авторлық құқық және сабақтас құқықтар туралы" Қазақстан Республикасының Заңы. 4. Жазбаша және ауызша сөйлеу нормалары. 5. Сөйлеу мәдениетінің нормалары

	Дағдыны тану мүмкіндігі:	-	
Жеке құзыреттерге қойылатын талаптар:	Орындаушылық Өзін-өзі дамыту Зейінділік Шыдамдылық Еңбексүйгіштік		
Техникалық регламенттер мен ұлттық стандарттардың тізімі:			
СБШ -нің ішіндегі басқа кәсіптермен байланыс:	СБШ-нің деңгейі:	Кәсіптің атауы:	
	6	Корреспондент	
11. Кәсіптің карточкасы «Мультимедиялық баспалармен жұмыс жөніндегі консультант»:			
Топтың коды:	2431-2		
Қызмет атауының коды:	2431-2-001		
Кәсіптің атауы:	Мультимедиялық баспалармен жұмыс жөніндегі консультант		
СБШ бойынша біліктілік деңгейі:	6		
подуровень квалификации по ОРК:			
БТБА, БА, үлгілік біліктілік сипаттамалары бойынша біліктілік деңгейі:	Басшылар, мамандар және басқа да қызметшілер лауазымдарының біліктілік анықтамалығы "Басшылар, мамандар және басқа да қызметшілер лауазымдарының біліктілік анықтамалығын бекіту туралы" 2020 жылғы 30 желтоқсандағы № 553 Қазақстан Республикасы Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрінің бұйрығы. Қазақстан Республикасының Әділет министрлігінде 2020 жылғы 31 желтоқсанда № 22003 болып тіркелді. 48. Сауда маркасы менеджері (бренд-менеджер) 45. Жарнама менеджері		
Кәсіптік білім деңгейі:	Білім деңгейі: жоғары білім (бакалавриат, маман дәрежесі, ординатура)	Мамандық: -	Біліктілік: -
Жұмыс тәжірибесіне қойылатын талаптар:			
Формалды емес және информалы біліммен байланыс:			
Кәсіптің басқа ықтимал атаулары:	2431-3-003 Бренд-менеджер 2431-2-004 Жарнама жөніндегі маман 2431-3-008 Дербес бренд-менеджер		
Қызметтің негізгі мақсаты:	Компаниялар мен ұйымдарға PR-стратегиялар мен жарнамалық жоспарларды әзірлеу бойынша, беделін басқару мәселелері және компания мен оның өнімдерін жылжыту туралы жалпы стратегиялық тәсілді қамтитын әдістері бойынша консультациялар беру		
Еңбек функциялардың сипаттамасы			
Еңбек функцияларының тізбесі:	Міндетті еңбек функциялары:	1. Зерттеулер жүргізу, нарықты, трендтерді талдау 2. Өнімді немесе қызметті жылжыту үшін жылжыту стратегиясын, маркетингтік бағдарламаларды, жарнамалық стратегияны, жарнамалық науқандарды жоспарлау және іске асыру 3. Іскерлік серіктестермен, сарапшылармен, консультанттармен, ұйымның басқа құрылымдық бөлімшелерімен өзара әрекеттестікті қамтамасыз ету 4. Маркетингтік бағдарламаларды жоспарлау және брендті жылжыту	
	Қосымша еңбек функциялары:		
Еңбек функциясы 1: Зерттеулер жүргізу, нарықты, трендтерді талдау			

<p>Дағды 1: Нарықты зерттеу және талдау, нарықтың мақсатты тұтынушылар сегменттерін анықтау</p>	<p>Машықтар:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мәселелерді анықтау және зерттеу мақсаттарын қалыптастыру. 2. Зерттеу жүргізу үшін құралдарды анықтау. 3. Ақпараттық және жарнамалық қызметтер нарығының мүмкіндіктерін, таралуын, үрдістері мен динамикасын талдау. 4. Маркетингтік ақпаратты жинау әдістерін, сақтау және өңдеу құралдарын қолдану. 5. Білікті шешімдер қабылдау үшін практикалық деректер базасын құру. 6. Қазіргі заманғы техникалық байланыс құралдары мен компьютерлік технологияларды қолданып ақпаратты өңдеу. <p>Білімдер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Қазақстан Республикасының кәсіпкерлік, коммерциялық және жарнамалық қызметті регламенттейтін заңнамалық және өзге де нормативтік құқықтық актілері. 2. Әр түрлі зерттеулердің негізгі әдістері (маркетингтік, әлеуметтік, медиа және т.б.). 3. Ақпаратты жинау және өңдеудің заманауи құралдары. 4. Нарық конъюнктурасы. 5. Әлеуметтік зерттеулер жүргізу ерекшеліктері. 6. Жүйелік талдау принциптері. 7. Статистикалық есептерді орындауға арналған қолданбалы офистік программалар.
<p>Дағдыны тану мүмкіндігі:</p>	<p>-</p>
<p>Дағды 2: Маркетингтік зерттеулер нәтижелеріне сәйкес тұтынушылардың қандай да бір өнімге/қызметке қоятын талаптарына талдау жүргізу</p>	<p>Машықтар:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетингтік зерттеулер жүргізу. 2. Математикалық статистика әдістерінің көмегімен алынған мәліметтерді өңдеу. 3. Клиенттердің қажеттіліктерін анықтау. 4. Өнім түрлеріне қызығушылықтары бойынша клиенттерді және талаптарды классификациялау. 5. Тұтыну талаптарын бағалауға арналған сапа метрикасын әзірлеу. 6. Клиенттің талаптарын іске асырудың техникалық мүмкіндігін және іске асырудың нарықтық тартымдылығын бағалау. 7. Бәсекелестік ортаны, нарық сыйымдылығын, тұтынушылардың сұраныстары мен мүмкіндіктерін талдау негізінде баға саясатын бағалау және әзірлеу. <p>Білімдер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Нарықтық экономиканың даму заңдылықтары мен ерекшеліктері. 2. Өнімдер мен қызметтердің ішкі және сыртқы нарық конъюнктурасының ерекшеліктері. 3. Әлеуетті серіктес компаниялардың корпоративтік нарықтық психологиясы.
<p>Дағдыны тану мүмкіндігі:</p>	<p>-</p>

Дағды 3: Өндірілетін өнімге немесе көрсетілетін қызметтерге сұраныстың мотивациясын талдау	Машықтар:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сатып алушылардың (қолданушылардың) қажеттіліктерін анықтау. 2. Жарнамалық науқандардың бағыттарын анықтау. 3. Ұқсас өнімдер мен қызметтер нарығын (сұраныс пен тұтынуды, олардың мотивациясы мен ауытқуларын, бәсекелестердің қызметін талдау) және оның даму үрдістерін зерттеу. 4. Өнімдер мен қызметтердің әртүрлі топтарына сұраныс мотивациясын, жарнамалық науқандардың сұраныстың есуіне әсерін талдау.
	Білімдер:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Бренд-менеджмент құралдары. 2. Өнімдер мен қызметтердің ішкі және сыртқы нарық конъюктурасының ерекшеліктері. 3. Көрсетілетін қызметтер нарығындағы экономикалық микроклимат. 4. Баға белгілеу тәртібі, серіктестерді тарту стратегиялары және адалдық бағдарламалары (бағалар, жеңілдіктер, бонустар). 5. Мінез-құлық психологиясының негіздері. 6. Сатып алушы қылығының мотивациясы теориясы.
Дағдыны тану мүмкіндігі:	-
Дағды 4: Өткізу нарығын және сатып алушының сұранысын зерттеу	Машықтар:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Мақсатты аудиторияны анықтау. 2. Көрсетілетін қызметтер саясатын жетілдіру бойынша ұсыныстар қалыптастыру. 3. Ұйымның өнімдерін (қызметтерін) жылжыту жүйесін жақсарту бойынша ұсыныстар қалыптастыру. 4. Өнімді өткізуді және нарықты болжау әдістерін пайдалану
	Білімдер:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нарықтық экономика, кәсіпкерлік және бизнесті жүргізу негіздері. 2. Өнімдер мен қызметтердің ішкі және сыртқы нарық конъюктурасының ерекшеліктері. 3. Бренд-менеджмент құралдары. 4. Бөлу және өткізу логистикасының қағидалары.
Дағдыны тану мүмкіндігі:	-
Дағды 5: Өнімнің/ қызметтің қанағаттандырылмаған параметрлерін анықтау	Машықтар:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Әлеуметтік зерттеулерді ұйымдастыру. 2. Қызмет көрсету тізімін жетілдіру және жаңарту үшін барлық бөлімшелермен және құрылымдармен жұмыс істеу. 3. Бәсекелестік талдау әдісін меңгеру. 4. Өнім параметрлеріне сәйкестігін тексеру әдістері мен тәсілдерін пайдалану. 5. Есеп құрастыру және зерттеу нәтижелерін басшылыққа жеткізу.
	Білімдер:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Әр түрлі зерттеулердің негізгі әдістері (маркетингтік, әлеуметтік, медиа және т.б.). 2. Сапалық және сандық әлеуметтік зерттеулердің негізгі әдістері. 3. Өнімнің немесе көрсетілетін қызметтің сапалық сипаттамаларына қойылатын талаптар.
Дағдыны тану мүмкіндігі:	-
Еңбек функциясы 2: Өнімді немесе қызметті жылжыту үшін жылжыту	

стратегиясын, маркетингтік бағдарламаларды, жарнамалық стратегияны, жарнамалық науқандарды жоспарлау және іске асыру	<p>Дағды 1: Жарнамалық стратегияны қалыптастыруға қатысу, беделін басқару</p>	<p>Машықтар:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Түзету әрекеттерін жақсарту немесе қабылдау үшін стратегиялық медиа жоспарлау тиімділігінің мониторингі/бағасы. 2. Зейін қою, басымдықтарды анықтау. 3. Өнім/қызмет тұжырымдамасын анықтау. 4. Жылжытудың негізгі құралдары мен арналарын анықтау. 5. Проблемаларды анықтау және ақпаратты талдау.
		<p>Білімдер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Қазақстан Республикасының кәсіпкерлік, коммерциялық және жарнамалық қызметті регламенттейтін заңнамалық және өзге де нормативтік құқықтық актілері. 2. Ұйымның одан әрі дамуының, инновациялық және инвестициялық қызметінің перспективті бағыттары. 3. Қоғаммен байланыс саласындағы заманауи үрдістер мен шетелдік тәжірибе. 4. Жарнамалық науқандарды жүргізудің нысандары мен әдістері. 5. Жобалық жоспарлау әдістері. 6. Нарық конъюнктурасы. 7. PR жылжыту әдістері мен технологиялары.
	<p>Дағдыны тану мүмкіндігі:</p>	-
	<p>Дағды 2: Өнімді, қызметтерді нарыққа жылжыту стратегиясын әзірлеу</p>	<p>Машықтар:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мақсаттарды, міндеттерді, мақсатты аудиторияны анықтау. 2. Іс-шараларды өткізу жоспарын қалыптастыру. 3. Ақпараттық көздердің мониторингін тұрақты жүргізу, жария ескертулердің саны мен сипатын талдау. 4. Коммуникация саласындағы жұмысты ұйымдастыру, ақпараттық себептерге бастамашылық ету, компанияның қызметі, жобалары және тұлғалары туралы жарияланымдарды ұйымдастыру. 5. Бірлескен қызмет кезінде ұйымның құрылымдық бөлімшелерінің өзара әрекеттестігін қамтамасыз ету.
	<p>Білімдер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Қазақстан Республикасының кәсіпкерлік, коммерциялық және жарнамалық қызметті регламенттейтін заңнамалық және өзге де нормативтік құқықтық актілері. 2. Логика және дәлелдеме теориясының негіздері. 3. Коммуникация теориясының негіздері. 4. Ақпараттық процестер мен бұқаралық коммуникация саласының даму болжамы. 5. Жарнамалық науқанды жүргізудің озық отандық және шетелдік тәжірибесі. 6. Медиа жоспарлау әдістері мен құралдары. 	
<p>Дағдыны тану мүмкіндігі:</p>	-	
<p>Дағды 3: Жарнамалық науқандарды немесе жарнамалық іс-шараларды өткізу жөніндегі жұмыстарды жүзеге асыру, басшылық ету, жоспарлау және үйлестіру</p>	<p>Машықтар:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Өнімді немесе қызметті жылжыту бойынша іс-шаралар жоспарын әзірлеу. 2. Жарнамалық науқандарды өткізу ауқымы мен мерзімдерін анықтау. 3. PR іс-шараларды әзірлеу және ұйымдастыру. 4. Телевизиялық және мультимедиялық басылымдардағы жарнама өндірісін бақылау. 	

	<p>Білімдер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Тәуекел менеджментінің ерекшеліктері. 2. Бренд-менеджмент құралдары. 3. Стратегиялық және жедел жоспарлау қағидалары. 4. Жобаларды басқару әдістері. 5. Жарнама негіздері, жарнама кампанияларын жүргізу нысандары мен әдістері. 6. PR-технологиялардың негіздері мен қағидалары.
Дағдыны тану мүмкіндігі:	-
Дағды 4: Әлеуетті тұтынушыларға өнімді немесе қызметті таныстыру, әртүрлі тақырыптық семинарлар өткізу	<p>Машықтар:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мақсаттарды, міндеттерді, аудиторияны, жұрт алдында сөйлеу алаңын анықтау. 2. Коммуникация логикасы мен мазмұнын пысықтау. 3. Коммуникация алаңын ұйымдастыру. 4. Аудиториямен жұмыс (материалдар дайындау, қосымша материалдармен қамтамасыз ету және т. б.). <p>Білімдер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бренд-менеджмент құралдары. 2. Контентпен жұмыс істеу технологиялары (мақсат-міндеттерді, стратегиялық фокустарды анықтау, копирайтинг және т. б.). 3. Презентациялар мен сөз сөйлеулердің түрлері, нысандары. 4. Презентацияларды дайындау және өткізу технологиялары. 5. Психология негіздері.
Дағдыны тану мүмкіндігі:	-
Дағды 5: Мультимедиялық басылымдарда жарнама нысандары мен әдістерін таңдау	<p>Машықтар:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. БАҚ үшін жарнамалық мәтіндер мен сценарийлерді жазу. 2. Жарнама орналастыру орны мен уақытының оңтайлы параметрлерін анықтау. 3. Қажетті құралдар мен жарнама тасымалдаушыларды анықтау. 4. Кестелерді, жоспарларды, жол карталарын және т. б. құрастыру. <p>Білімдер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Жарнама негіздері, жарнама науқандарын жүргізу нысандары мен әдістері. 2. PR-технологиялардың негіздері мен қағидалары. 3. Сату психологиясы мен қағидалары. 4. Брендтің, өндіріс технологиясының ерекшеліктері. 5. Жарнама құралдары мен тасымалдаушылары.
Дағдыны тану мүмкіндігі:	-
Дағды 6: Жылжыту стратегиясын түзету	<p>Машықтар:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Өнімді / қызметтерді жылжытудың қолданыстағы стратегияларын талдау. 2. Тиімділік көрсеткіштерін анықтау. 3. Түзетулер енгізу немесе түзету шараларын қабылдау үшін жылжыту стратегиясының тиімділігіне мониторинг/бағалау жүргізу.

		<p>Білімдер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Жарнамалық науқанды жүргізудің озық отандық және шетелдік тәжірибесі. 2. Нарықтық экономика, кәсіпкерлік және бизнесті жүргізу негіздері. 3. Ақпараттық өрісті талдау әдістері мен технологиялары. 4. Бизнес-стратегияларды талдау әдістері. 5. Жұмыстың мақсатты және аралық нәтижелерін бағалаудың технологиялары мен негізгі әдістері.
	Дағдыны тану мүмкіндігі:	-
Еңбек функциясы 3: Іскерлік серіктестермен, сарапшылармен, консультанттармен, ұйымның басқа құрылымдық бөлімшелерімен өзара әрекеттестікті қамтамасыз ету	Дағды 1: Жарнама қызметін жетілдіру мақсатында іскер серіктестермен байланыс орнату және сыртқы байланыстарды кеңейту	Машықтар:
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Ақпараттық, жарнамалық, консалтингтік агенттіктермен, қоғаммен байланыс жөніндегі агенттіктермен, баспалармен, басқа да кәсіпорындар мен ұйымдармен, қоғамдық құрылымдармен және қоғамның әртүрлі топтарымен байланысты ұйымдастыру және қолдау. 2. Іскерлік серіктестермен және басқалармен онлайн - және офлайн- коммуникацияларды құру. 3. Тұрақты түрде көпшілік іс-шараларын өткізу. 4. Іскерлік келіссөздер техникаларын меңгеру.
		Білімдер:
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Компания қызметінің ерекшелігі. 2. Әлеуметтану, психология негіздері. 3. Риторика негіздері және көпшілік алдында сөз сөйлеу техникасы. 4. Іскерлік қарым-қатынас этикасы. 5. Нарықты, жекелеген ойыншыларды, олардың стратегиялық және тактикалық мүдделерін, салалық алаңдарды, қоғамдық пікір көшбасшыларын ұйымдастыру.
	Дағдыны тану мүмкіндігі:	-
	Дағды 2: Шарттар мен келісімшарттардың әзірленуін және орындалуын бақылау	Машықтар:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Шарттар (келісімшарттар) әзірлеу және жасау. 2. Жарнаманы тарату әдістері мен тәсілдерін талдау. 	
	Білімдер:	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Жарнамалық науқандарды ұйымдастыру және өткізу мәселелері бойынша шарттар мен келісімшарттарды әзірлеу және келісу тәртібі. 2. Іскерлік әкімшілік, маркетинг негіздері. 3. Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексі. 	
Дағдыны тану мүмкіндігі:	-	
Дағды 3: Жарнамалық іс-шараларды әзірлеу және өткізу процесінде ұйымның басқа құрылымдық бөлімшелерімен байланыс орнату	Машықтар:	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Компанияның корпоративтік мәдениетін қалыптастыру және дамыту, оны барлық деңгейде көрсету. 2. Ұйымның коммуникациялық ортасын қалыптастыру. 3. Қызметкерлер мен серіктестер үшін тұрақты мотивациялық іс-шараларды әзірлеу және өткізу. 	

		<p>Білімдер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ішкі коммуникациялық жүйелер. 2. Компанияның корпоративтік мәдениетін қалыптастыру және басқару қағидалары, ерекшелігі. 3. Ұжымдық (командалық) жұмысты ұйымдастыру технологиясы. 4. Ішкі коммуникациялық жүйелерді құру технологиялары. 5. Жобалық жоспарлау әдістері мен технологиялары. 6. Психология негіздері. 7. Персоналмен жұмыс істеу, еңбекті мотивациялау нысандары мен әдістері.
	Дағдыны тану мүмкіндігі:	-
	Дағды 4: Қойылған міндеттерді шешуге консультанттар мен сарапшыларды тарту	<p>Машықтар:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мақсатты саланың негізгі сараптамалық ұйымдарын, сараптамалық топтары мен сарапшыларын айқындау. 2. Компания өкілдерін сараптамалық қауымдастықтарға біріктіру. 3. Саланың жетекші сарапшыларының, белгілі және танымал тұлғалардың қатысуымен жарнамалық науқандарды ұйымдастыру. 4. Іскерлік келіссөздер техникаларын меңгеру. <p>Білімдер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ұжымдық жұмыстарды ұйымдастырудың заманауи технологиялары. 2. Жарнамалық науқандарды жүргізудің озық отандық және шетелдік тәжірибесі. 3. Мақсатты аудиториялардың әртүрлі типтерімен байланыс орнату ерекшелігі. 4. Маркетинг негіздері.
	Дағдыны тану мүмкіндігі:	-
Еңбек функциясы 4: Маркетингтік бағдарламаларды жоспарлау және брендті жылжыту	Дағды 1: Ұсынылатын өнімді/қызметті талдау	<p>Машықтар:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Тұтынушылардың өнімге қатынасына талдау жүргізу. 2. Өнімдердің/қызметтердің ассортиментін, сипаттамасын, жіктелуін және мақсатын анықтау. 3. Нарықтың даму заңдылықтарын және өнімдерге/қызметтерге сұраныстың қалыптасуын анықтау. <p>Білімдер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Кәсіпкерлік және коммерциялық қызмет маркетингі. 2. Нарықтық экономика, кәсіпкерлік және бизнесті жүргізу негіздері. 3. Бренд ерекшеліктері.
	Дағдыны тану мүмкіндігі:	-
	Дағды 2: Интернетте, әлеуметтік желілерде компанияның веб-парақшаларын қолдау	<p>Машықтар:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. SMM трендтерді бақылау және оларды өз жұмысында пайдалану. 2. Әлеуметтік желі қолданушыларымен диалог құру. 3. Танымал тақырыптық форумдармен, қауымдастықтармен жұмыс. 4. Заманауи әлеуметтік медиа құралдарын пайдалану. 5. Электронды құралдардың, платформалардың және әлеуметтік желілердің түрлі типтерінің артықшылықтары мен тәуекелдерін бағалау және аудитория үшін ең қолайлысын таңдау. 6. Цифрлық технологияларды, оның ішінде әлеуметтік желілерді пайдалану нәтижелерін бақылау және бағалау.

		<p>Білімдер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Қазақстан Республикасының БАҚ саласындағы заңнамасы. 2. Әлеуметтік желілер кеңістігінде жұмыс істеу қағидалары және онда шешуге болатын міндеттерді түсіну. 3. Қиын клиенттермен байланыс орнату қағидалары. 4. Іздеу жүйелерінің жұмыс істеу ерекшеліктері.
	Дағдыны тану мүмкіндігі:	-
	Дағды 3: Баға мен ассортиментті қалыптастыруға қатысу	<p>Машықтар:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетингтік баға саясатын әзірлеу. 2. Нарықты қадағалау, үрдістерді зерттеу, бәсекелестердің бағаларын салыстыру және оларды талдау. 3. Баға саясатын енгізу және жетілдіру. 4. Баға белгілеу стратегиясын таңдау. <p>Білімдер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Баға белгілеу әдістері, баға белгілеу стратегиясы мен тактикасы. 2. Маркетингтік баға белгілеу құралдары.
	Дағдыны тану мүмкіндігі:	-
	Дағды 4: Өнімді/қызметті өткізу стратегиясын әзірлеу	<p>Машықтар:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Өнімді/қызметті өткізу нарықтарын талдау. 2. Тарату (дистрибуция) жүйесін жетілдіру. 3. Ақпаратпен және деректер базаларымен жұмыс. 4. Тарату (дистрибуция) арналарын құру. 5. Ұйымның өткізу саясатына бағалау жүргізу. <p>Білімдер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Жарнама, маркетинг, дайын өнімді өткізу мен жеткізуді ұйымдастыру саласындағы әдістемелік, нормативтік және басқа да басшылыққа алатын материалдар. 2. Тауар қозғалысы арналарының түрлері. 3. Нарықтық экономика, кәсіпкерлік және бизнесті жүргізу негіздері. 4. Тарату (дистрибуция) және сату саласында маркетингтік зерттеулер жүргізу әдістері. 5. Ұйымның өткізу саясатын қалыптастыру тәсілдері.
	Дағдыны тану мүмкіндігі:	-
	Дағды 5: Сатуды болжау	<p>Машықтар:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сату болжамдарын жасау. 2. Өнімдер/қызметтер бойынша бюджетті есептеу. 3. Сату көлемін анықтау. 4. Өнімді өткізу болжамы. <p>Білімдер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Пайда, тиімділік, табыстылық және өндіріс шығындарының көрсеткіштерін есептеу әдістемесі. 2. Болжау әдістері.
	Дағдыны тану мүмкіндігі:	-
Жеке құзыреттерге қойылатын талаптар:	<p>Жауапкершілік Бастамашылық Нәтижелілік Креативтік Коммуникативтік Икемділік Өзін-өзі дамыту Эрудиция Тыңдай білу Алғырлық</p>	

Техникалық регламенттер мен ұлттық стандарттардың тізімі:			
СБШ -нің ішіндегі басқа кәсіптермен байланыс:	СБШ-нің деңгейі:	Кәсіптің атауы:	
	8	Жарнама және қоғаммен байланыс жөніндегі басқарушы	
	8	Сату және маркетинг бойынша басқарушы	
	6	PR-менеджер	
	6	Қоғаммен байланыс жөніндегі агент	
	6	Талдаушы- маркетолог	
12. Кәсіптің карточкасы «Бағдарламалар редакторы»:			
Топтың коды:	2642-2		
Қызмет атауының коды:	2642-2-007		
Кәсіптің атауы:	Бағдарламалар редакторы		
СБШ бойынша біліктілік деңгейі:	8		
подуровень квалификации по ОРК:			
БТБА, БА, үлгілік біліктілік сипаттамалары бойынша біліктілік деңгейі:			
Кәсіптік білім деңгейі:	Білім деңгейі: жоғары оқу орнынан кейінгі білім (PhD докторантура, PhD дәрежесі, осы саладағы PhD дәрежесі, ғылым кандидаты, ғылым докторы)	Мамандық: Әлеуметтік ғылымдар	Біліктілік: -
Жұмыс тәжірибесіне қойылатын талаптар:			
Формалды емес және информалы біліммен байланыс:			
Кәсіптің басқа ықтимал атаулары:	2642-2-011 Редактор-аудармашы 2642-2-012 Редактор-стилист 2642-2-008 Көркемдік редактор 2642-2-010 Редактор-кеңесші 2642-2-013 Спорт редакторы		
Қызметтің негізгі мақсаты:	Көрсеткіштер сұраныстары мен сұраныстарына сәйкес келетін бағдарламаларды жасау, шығару және тарату		
Еңбек функциялардың сипаттамасы			
Еңбек функцияларының тізбесі:	Міндетті еңбек функциялары:	1. Шығармашылық қызметтің басым бағыттарын әзірлеу 2. 4. Тақырып таңдау, іріктеу, әзірлеу, сценарийлерді, бағдарлама материалдарын, берілімдерді өңдеу 3. Сыртқы ортамен байланысты орнату және қолдау	
	Қосымша еңбек функциялары:		
Еңбек функциясы 1: Шығармашылық қызметтің басым бағыттарын әзірлеу	Дағды 1: Бағдарламаларды, эфир хабарларын жасау мен шығару басымдықтарын орналастыру	Машықтар:	
		1. Автор ұсынған жобаны талдау. 2. Әлсіз және күшті жақтарын, жобаның БАҚ-тың ақпараттық саясатына сәйкестігін анықтау. 3. Авторлық идеяны іске асыруға арналған уақыт және қаржылық шығындарды талдау, ықтимал тәуекелдер. 4. Ұқсас медиа жобаларды іске асырудың отандық және әлемдік тәжірибесін ескере отырып, форматқа, мақсатты аудиторияға сәйкестігі тұрғысынан авторлық идеяларды бағалау. 5. Авторлық тұжырымдаманы нақтылау, оған түзетулер мен ұсыныстар әзірлеу. 6. БАҚ стратегиясында, бизнес-жоспарында белгіленген көркемдік құндылықтар мен өлшемдер бойынша жобаларды саралау.	

		<p>Білімдер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Медиа жобаның мақсаттары мен міндеттерін, көркем шешімдерін талдау әдістері. 2. Мақсатты аудиторияның Әлеуметтік және психологиялық сипаттамалары. 3. Медиа жобаның тұжырымдамасын әзірлеу принциптері (оның ішінде модельдеу және дизайн), оны талдау және түзету әдістері. 4. Қазақстан Республикасының БАҚ туралы заңнамасы.
	Дағдыны тану мүмкіндігі:	-
Еңбек функциясы 2: 4. Тақырып таңдау, іріктеу, әзірлеу, сценарийлерді, бағдарлама материалдарын, берілімдерді өңдеу	Дағды 1: Тақырып, идея, сценарий мазмұны даярлау	<p>Машықтар:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Әртүрлі көздерден ақпаратты жинау, өңдеу. 2. Мақсатты аудитория үшін ақпараттық себептерді іздеу және бағалау. 3. Қоғам өміріндегі өзекті оқиғаларды және олардың жаңа көзқарастарын анықтау. 4. Қоғамдық дамудың түрлі аспектілерінің трендтерін болжау. 5. Бағдарлама үшін мәселелер шеңберін және басым тақырыптарды анықтау, мағыналық акценттерді орналастыру.
		<p>Білімдер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Әр түрлі көздерден ақпаратты жинау, өңдеу, талдау құралдары, әдістері, тәсілдері. 2. Редакциялық қызметтің теориялары, әдістері, тәсілдері мен құралдары. 3. Редакциялық саясат, соның ішінде меншік иелерінің саяси, экономикалық, коммуникативтік мүдделері. 4. Халықтың және жалпы қоғамның проблемаларды саралау өзгерісін болжау. 5. Әдеби-сценарийлік жұмыстың әдістері мен құралдары.
	Дағдыны тану мүмкіндігі:	-
	Дағды 2: Сценарийлерді, бағдарлама материалдарын, хабарларды іріктеу және редакциялау	<p>Машықтар:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сценарийлердің құрылымы мен мазмұнын талдау. 2. Ұсынылған сценарий жобаларының сапасын, олардың талаптарға және осы БАҚ-қа сәйкестігін талдау. 3. Тақырыптың өзектілігін, мақсаттылығын, тапсырманың аса маңыздылығын, сценарийдегі ақпараттың дұрыстығын тексеру. 4. Авторлар ұсынған сценарийлердің күшті және әлсіз жақтарын анықтау. 5. Авторлық ойды барынша толық ашу үшін материалдарды редакциялау әдістерін таңдау. 6. Сценарий жобаларының кемшіліктерін түзету, толықтырулар енгізу қажеттілігін анықтау. 7. Авторға материалды түзету және толықтыру туралы ұсыныстар жасау 8. Материалды БАҚ талаптарына сәйкес келтіру. 9. Мәтінмен, емле, синтаксис, пунктуация, сценарий стилін редакциялау. 10. Аудио, бейнематериалдарды өңдеу. 11. Сценарий портфелін қалыптастыру.

		<p>Білімдер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Редакциялық қызметтің теориялары, әдістері, тәсілдері мен құралдары. 2. Сценарийлерді құру әдістері, технологиясы, олардың мазмұндық және құрылымдық-композициялық ерекшелігі. 3. Мәтіндерді, аудио, бейне, графикалық бейнелерді редакциялық талдау әдістері мен құралдары. 4. Түрлі форматтағы медиа өнімдерді дайындау әдістері, технологиясы және техникасы. 5. Мәтіндерді, графикалық бейнелерді, аудио, бейне редакциялау әдістері мен тәсілдері. 6. Аудио, бейне аппараттық-бағдарламалық қамтамасыз етудің негізгі функционалы.
	Дағдыны тану мүмкіндігі:	-
	Дағды 3: Эфирге шығуға материалдарды дайындау	<p>Машықтар:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Материалдарды бағдарламаға енгізу туралы шешім қабылдау және мақсаттылығын бағалау. 2. Мүмкіндігінше толық және нақты білім қалыптастыру үшін құбылысты (оқиғаны) талдау. 3. Әртүрлі жанрдағы хабарларды (бағдарламаларды) дайындау, өткізу. 4. Эфирде жұмыс (теледидар, радио, интернет). <p>Білімдер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сценарийлер, телевизиялық бағдарламалар, хабарлар жасау әдістері, технологиясы және техникасы, олардың мазмұндық және құрылымдық-композициялық ерекшеліктері. 2. БАҚ ақпараттық саясаты. 3. БАҚ туралы ҚР заңнамасы.
	Дағдыны тану мүмкіндігі:	-
Еңбек функциясы 3: Сыртқы ортамен байланысты орнату және қолдау	Дағды 1: Коммуникацияларды орнату және қолдау	<p>Машықтар:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Тиімді коммуникация үшін мақсатты аудиторияны анықтау. 2. Заңнамалық және саяси үрдістер мен өзгерістерді қадағалау, болжау, саяси талдау. 3. Ақпараттық, жарнамалық, консалтингтік агенттіктермен, жұртшылықпен байланыс жөніндегі агенттіктермен, баспалармен, басқа да кәсіпорындар мен ұйымдармен, қоғамдық құрылымдармен және қоғамның әртүрлі топтарымен байланысты ұйымдастыру және қолдау. 4. Кәсіби қауымдастықтармен, сарапшылармен, талдаушылармен, бәсекелестермен, серіктестермен байланыс ұйымдастыру және қолдау. <p>Білімдер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Қазіргі БАҚ аудиториясының сипаттамасы. 2. Аудиторияны зерттеу әдістері, құралдары. 3. Психология негіздері.
	Дағдыны тану мүмкіндігі:	-
Жеке құзыреттерге қойылатын талаптар:	<p>Күйзеліске тұрақтылық Бастамашылық Сыни, жүйелі, логикалық, ассоциативті ойлау Шығармашылық қиял Жеделдік Табандылық Объективтілік Жауапты проактивті шешім қабылдау Сабырлық Еңбек қабілеті мен еңбекқорлығы Білгірлік</p>	

Техникалық регламенттер мен ұлттық стандарттардың тізімі:		
СБШ -нің ішіндегі басқа кәсіптермен байланыс:	СБШ-нің деңгейі:	Кәсіптің атауы:
	8	Шығармашылық бірлестіктің бас редакторы
	8	Бас режиссер
	8	Бас продюсер
	7	Режиссер
	7	Продюсер (жалпы профиль)
	6	Тілші
	6	Шолушы

4-ші тарау. Кәсіптік стандарттың техникалық деректері

13. Мемлекеттік органның атауы:

14. Өзірлеуге қатысатын ұйымдар (кәсіпорындар):

«Өркен Медиа» ЖШС

Жоба жетекшісі:

Айдарханова С. А.

E-mail: saule-aidarkhanova@mail.ru

15. Кәсіптік біліктілік жөніндегі салалық кеңес:

16. Кәсіптік біліктілік жөніндегі ұлттық орган: -

17. «Атамекен» Қазақстан Республикасының Ұлттық кәсіпкерлер палатасы: -

18. Нұсқа нөмірі және шығарылған жылы: версия 2, 2022 г.

19. Болжалды қайта қарау күні: 21.12.2025 г.