

Профессиональный стандарт: «Деятельность по распространению кинофильмов, видео и телевизионных программ»

Глава 1. Общие положения

1. Область применения профессионального стандарта:
2. В настоящем профессиональном стандарте применяются следующие термины и определения:
 - 1) Бренд – это название, термин, дизайн, символ или любая другая характеристика, которая идентифицирует продукт или услугу одного производителя в отличие от продуктов или услуг других производителей
 - 2) Конъюнктура рынка – экономическая ситуация, складывающаяся на рынке и характеризующаяся уровнями спроса и предложения, рыночной активностью, ценами, объёмами продаж, движением процентных ставок, валютного курса, заработной платы, дивидендов, а также динамикой производства и потребления
 - 3) Средство массовой информации (СМИ) – периодическое печатное издание, теле-, радиоканал, кинодокументалистика, аудиовизуальная запись и иная форма периодического или непрерывного публичного распространения массовой информации, включая интернет-ресурсы
 - 4) PR (Public Relations, пиар) – технологии создания и внедрения при общественно-экономических и политических системах конкуренции образа объекта (идеи, товара, услуги, персоналии, организации – фирмы, бренда) в ценностный ряд социальной группы, с целью закрепления этого образа как идеального и необходимого в жизни
 - 5) PR-стратегия – структурированные действия, направленные на продвижение проекта/ продукта/ компании на рынке посредством работы с целевой аудиторией; то есть план использования информации для управления общественным мнением
 - 6) SMM (Social Media Marketing, маркетинг в социальных медиа) – это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний или бренда и решения других бизнес-задач
3. В настоящем профессиональном стандарте применяются следующие сокращения:
 - 1) –

Глава 2. Паспорт профессионального стандарта

4. Название профессионального стандарта: Деятельность по распространению кинофильмов, видео и телевизионных программ
5. Код профессионального стандарта: J59130001
6. Указание секции, раздела, группы, класса и подкласса согласно ОКЭД:
 - J Информация и связь
 - 59 Производство кино-, видеофильмов и телевизионных программ, деятельность в сфере звукозаписи и издания музыкальных произведений
 - 59.1 Деятельность по производству кино-, видеофильмов и телевизионных программ
 - 59.13 Деятельность по распространению кино-, видеофильмов и телевизионных программ
 - 59.13.0 Деятельность по распространению кино-, видеофильмов и телевизионных программ
7. Краткое описание профессионального стандарта: Деятельность по распространению кинофильмов, видео и телевизионных программ охватывает распространение и продвижение фильмов, видео и телевизионных программ в СМИ.
8. Перечень карточек профессий:
 - 2) Корректор - 5 уровень ОРК
 - 3) Консультант по работе с мультимедийными изданиями - 6 уровень ОРК
 - 4) Редактор программ - 8 уровень ОРК

Глава 3. Карточки профессий

10. Карточка профессии «Корректор»:	
Код группы:	2642-2
Код наименования занятия:	2642-2-002
Наименование профессии:	Корректор
Уровень квалификации по ОРК:	5
подуровень квалификации по ОРК:	

Уровень квалификации по ЕТКС, КС и др типовых квалификационных характеристик:	Выпуск 55. Приказ Министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстан от 4 октября 2021 года № 366 "Об утверждении Единого тарифно-квалификационного справочника работ и профессий рабочих (выпуск 55)". Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 8 октября 2021 года № 24663. Корректор			
Уровень профессионального образования:	Уровень образования: последнее образование (прикладной бакалавриат)	Специальность: -	Квалификация: -	
Требования к опыту работы:				
Связь с неформальным и информальным образованием:				
Другие возможные наименования профессии:				
Основная цель деятельности:	Обеспечение графического и лексического единообразия различных элементов текста, устранение орфографических и пунктуационных ошибок, соблюдения технических правил набора, а также исправления недостатков смыслового и стилистического характера			
Описание трудовых функций				
Перечень трудовых функций:	Обязательные трудовые функции:	1. Вычитка и правка текстов перед их публикацией, проверка их структур и содержания, оформление и сдача откорректированного материала		
	Дополнительные трудовые функции:			
Трудовая функция 1: Вычитка и правка текстов перед их публикацией, проверка их структур и содержания, оформление и сдача откорректированного материала	Навык 1: Подготовка текстов перед публикацией	Умения:	1. Осуществлять правку материала после редактуры. 2. Обеспечение соответствия текста нормам языка (устранение лексических, словообразовательных, грамматических ошибок, корректировка орфографии и пунктуации). 3. Обеспечение соответствия набранного текста оригиналу или предыдущей корректуре с учетом правок.	
		Знания:	1. Закон Республики Казахстан «О средствах массовой информации». 2. Закон Республики Казахстан «Об авторском праве и смежных правах». 3. Правила корректуры и стандартные корректурные знаки.	
		Возможность признания навыка:	-	
	Навык 2: Согласование и сдача откорректированного материала	Умения:	1. Обеспечение соблюдения графика производства, сроков подготовки материала-текстов. 2. Придерживается организационных политик и процедур.	
		Знания:	1. Закон Республики Казахстан «О средствах массовой информации». 2. Нормативные документы, определяющие требования к уровню сетевых и телерадиовещательных СМИ. 3. Закон Республики Казахстан «Об авторском праве и смежных правах». 4. Нормы письменной и устной речи. 5. Нормы культуры речи	
		Возможность признания навыка:	-	

Требования к личностным компетенциям:	Исполнительность Саморазвитие Внимательность Усидчивость Трудолюбие		
Список технических регламентов и национальных стандартов:			
Связь с другими профессиями в рамках ОРК:	Уровень ОРК:	Наименование профессии:	
	6	Корреспондент	
11. Карточка профессии «Консультант по работе с мультимедийными изданиями»:			
Код группы:	2431-2		
Код наименования занятия:	2431-2-001		
Наименование профессии:	Консультант по работе с мультимедийными изданиями		
Уровень квалификации по ОРК:	6		
подуровень квалификации по ОРК:			
Уровень квалификации по ЕТКС, КС и др типовых квалификационных характеристик:	Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и иных служащих Приказ Министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстан от 30 декабря 2020 года № 553 "Об утверждении Квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и других служащих". Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 31 декабря 2020 года № 22003. 48. Менеджер торговой марки (бренд - менеджер) 45. Менеджер по рекламе		
Уровень профессионального образования:	Уровень образования:	Специальность:	Квалификация:
	высшее образование (бакалавриат, специалитет, ординатура)	-	-
Требования к опыту работы:			
Связь с неформальным и информальным образованием:			
Другие возможные наименования профессии:	2431-3-003 Бренд-менеджер 2431-2-004 Специалист по рекламе 2431-3-008 Персональный бренд-менеджер		
Основная цель деятельности:	Предоставление консультации компаниям и организациям по разработке PR-стратегий и рекламных планов, по вопросам управления репутацией и методов охватывающих более общий стратегический подход по продвижению компании и ее продуктов.		
Описание трудовых функций			
Перечень трудовых функций:	Обязательные трудовые функции:	1. Проведение исследований, анализ рынка, трендов 2. Планирование и реализация стратегии продвижения, маркетинговых программ, рекламной стратегии, рекламных кампаний для продвижения продукта или услуги 3. Обеспечение взаимодействия с деловыми партнерами, экспертами, консультантами, с другими структурными подразделениями организации 4. Планирование маркетинговых программ и продвижение бренда	
	Дополнительные трудовые функции:		
Трудовая функция 1: Проведение исследований, анализ рынка, трендов			

<p>Навык 1: Исследование и анализ рынка, определение целевых потребительских сегментов рынка</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выявление проблем и формулирование целей исследования. 2. Определение инструментов для проведения исследования. 3. Анализ возможностей, распределения, тенденций и динамики рынка информационных и рекламных услуг. 4. Применение методов сбора, средств хранения и обработки маркетинговой информации. 5. Создание практической базы данных для принятия квалифицированных решений. 6. Обработка информации с применением современных технических средств связи и компьютерных технологий. <p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Законодательные и иные нормативные правовые акты Республики Казахстан, регламентирующие предпринимательскую, коммерческую и рекламную деятельность. 2. Основные методы исследований различных видов (маркетинговые, социологические, медиа- и др.). 3. Современные средства сбора и обработки информации. 4. Конъюнктура рынка. 5. Особенности проведения социологических исследований. 6. Принципы системного анализа. 7. Прикладные офисные программы для выполнения статистических расчетов.
<p>Возможность признания навыка:</p>	<p>-</p>
<p>Навык 2: Проведение анализа требований потребителей к тому или иному продукту/услуге согласно результатам маркетинговых исследований</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проведение маркетинговых исследований. 2. Обработка полученных данных с помощью методов математической статистики. 3. Определение потребностей клиентов. 4. Классификация клиентов и требований по заинтересованности в видах продукта. 5. Разработка метрик качества для оценки потребительских требований. 6. Оценка технической возможности реализации и рыночной привлекательности реализации требований клиента. 7. Оценка и разработка ценовой политики на основе анализа конкурентной среды, емкости рынка, запросов и возможностей потребителей. <p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Закономерности и особенности развития рыночной экономики. 2. Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка продуктов и услуг. 3. Корпоративно рыночная психология компаний – потенциальных партнеров.
<p>Возможность признания навыка:</p>	<p>-</p>

Навык 3: Анализ мотиваций спроса на производимую продукцию или оказываемые услуги	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определение потребностей покупателей (пользователей). 2. Определение направлений рекламных кампаний. 3. Изучение рынка аналогичных продуктов и услуг (анализ спроса и потребления, их мотиваций и колебаний, деятельности конкурентов) и тенденций его развития. 4. Анализ мотиваций спроса на различные группы продуктов и услуг, влияния рекламных кампаний на увеличение спроса.
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Инструменты бренд-менеджмента. 2. Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка продуктов и услуг. 3. Экономический микроклимат на рынке оказываемых услуг. 4. Порядок ценообразования, стратегий привлечения и программы лояльности партнеров (ценовые прайсы, скидки, бонусы), 5. Основы психологии поведения. 6. Теории мотивации покупательского поведения.
Возможность признания навыка:	-
Навык 4: Изучение рынка сбыта и покупательского спроса	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определение целевой аудитории. 2. Формирование предложений по совершенствованию политики оказываемых услуг. 3. Формирование предложений по улучшению системы продвижения продуктов (услуг) организации. 4. Использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков.
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса. 2. Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка продуктов и услуг. 3. Инструменты бренд-менеджмента. 4. Принципы логистики распределения и сбыта.
Возможность признания навыка:	-
Навык 5: Выявление неудовлетворительных параметров продукта/услуги	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Организация социологических исследований. 2. Работа со всеми подразделениями и структурами для совершенствования и обновления перечня услуг. 3. Владение методом конкурентного анализа. 4. Использование методов и способов проверки на соответствие параметрам продукта. 5. Составление отчетности и доведение до руководства результатов исследований.
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные методы исследований различных видов (маркетинговые, социологические, медиа- и др.). 2. Основные методы качественных и количественных социологических исследований. 3. Требования к качественным характеристикам продукта или оказываемой услуги. 4. Формирование предложений по улучшению системы продвижения продукта (услуг) организации.
Возможность признания навыка:	-

Трудовая функция 2: Планирование и реализация стратегии продвижения, маркетинговых программ, рекламной стратегии, рекламных кампаний для продвижения продукта или услуги	Навык 1: Участие в формировании рекламной стратегии, управление репутацией	Умения: 1. Мониторинг/оценка эффективности стратегического медиапланирования для улучшения или принятия корректирующих действий. 2. Концентрация, определение приоритетов. 3. Определение концепции продукта/услуги. 4. Определение основных инструментов и каналов продвижения. 5. Выявление проблем и анализ информации
		Знания: 1. Законодательные и иные нормативные правовые акты Республики Казахстан, регламентирующие предпринимательскую, коммерческую и рекламную деятельность. 2. Перспективные направления дальнейшего развития, инновационной и инвестиционной деятельности организации 3. Современные тенденции и зарубежный опыт в области связей с общественностью. 4. Формы и методы ведения рекламных кампаний 5. Методы проектного планирования. 6. Конъюнктура рынка. 7. Методы и технологий PR продвижения
	Возможность признания навыка:	-
	Навык 2: Разработка стратегии продвижения продукта, услуг на рынок	Умения: 1. Определение целей, задач, целевой аудитории. 2. Формирование планов проведения мероприятий. 3. Постоянное проведение мониторинга информационных источников, анализ количества и характера публичных упоминаний. 4. Организация работы в области коммуникаций, инициирование информационных поводов, организация публикаций о деятельности, проектах и лицах компании. 5. Обеспечение взаимодействия структурных подразделений организации при совместной деятельности.
	Знания: 1. Законодательные и иные нормативные правовые акты Республики Казахстан, регламентирующие предпринимательскую, коммерческую и рекламную деятельность. 2. Основы логики и теории аргументации. 3. Основы теории коммуникации. 4. Прогнозы развития информационных процессов и сферы массовых коммуникаций. 5. Передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламной кампании. 6. Методы и инструменты медиапланирования	
Возможность признания навыка:	-	
Навык 3: Осуществление, руководство, планирование и координация работ по проведению рекламных мероприятий или рекламных мероприятий	Умения: 1. Разработка плана мероприятий по продвижению продукта или услуги. 2. Определение масштабов и сроков проведения рекламных кампаний. 3. Разработка и организация PR мероприятий. 4. Контроль производства телевизионной рекламы, рекламы в мультимедийных изданиях.	

	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности риск-менеджмента. 2. Инструменты бренд-менеджмента. 3. Принципы стратегического и оперативного планирования. 4. Методы управления проектами. 5. Основы рекламы, формы и методы ведения рекламных кампаний. 6. Основы и принципы PR-технологий
Возможность признания навыка:	-
Навык 4: Проведение презентаций продукта или услуги потенциальным потребителям, различных тематических семинаров	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определение целей, задач, аудитории, площадки публичного выступления. 2. Проработка логики и содержания коммуникации. 3. Организация площадки коммуникации. 4. Работа с аудиторией (подготовка, обеспечение дополнительными материалами и пр.).
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Инструменты бренд-менеджмента. 2. Технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирайтинг и пр.). 3. Виды, формы презентаций и выступлений. 4. Технологии подготовки и проведения презентаций. 5. Основы психологии.
Возможность признания навыка:	-
Навык 5: Выбор форм и методов рекламы в мультимедийных изданиях	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Написание рекламных текстов и сценариев для СМИ. 2. Определение оптимальных параметров времени и места размещения рекламы. 3. Определение необходимых средств и носителей рекламы. 4. Составление графиков, планов, дорожных карт и т.д.
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основы рекламы, формы и методы ведения рекламных кампаний. 2. Основы и принципы PR-технологий. 3. Психология и принципы продаж. 4. Особенности бренда, технологий производства. 5. Средства и носители рекламы.
Возможность признания навыка:	-
Навык 6: Корректировка стратегии продвижения	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ существующих стратегий продвижения продукта/услуг. 2. Определение показателей эффективности. 3. Проведение мониторинга/оценки эффективности стратегии продвижения для внесения улучшений или принятия корректирующих мер.

		<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламной кампании. 2. Основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса. 3. Методы и технологии анализа информационного поля. 4. Методы анализа бизнес-стратегий. 5. Технологии и основные методы оценки целевых и промежуточных результатов работ
	Возможность признания навыка:	-
Трудовая функция 3: Обеспечение взаимодействия с деловыми партнерами, экспертами, консультантами, с другими структурными подразделениями организации	Навык 1: Установление связи с деловыми партнерами и расширение внешних связей в целях совершенствования рекламной деятельности	Умения:
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Организация и поддержание контактов с информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью, издательствами, другими предприятиями и организациями, общественными структурами и различными группами общественности. 2. Выстраивание онлайн- и офлайн-коммуникации с деловыми партнерами и пр. 3. Проведение регулярных публичных мероприятий. 4. Владение техниками деловых переговоров
	Знания:	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Специфика деятельности компании. 2. Основы социологии, психологии. 3. Основы риторики и техники публичных выступлений. 4. Этика делового общения. 5. Организация рынка, отдельных игроков, их стратегических и тактических интересов, отраслевых площадок, лидеров общественного мнения. 	
	Возможность признания навыка:	-
	Навык 2: Контроль над разработкой и исполнением договоров и контрактов	Умения:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Составление и заключение договоров (контрактов). 2. Анализ способов и методов распространения рекламы. 		
Знания:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Порядок разработки и согласования договоров и контрактов по вопросам организации и проведения рекламных кампаний. 2. Основы делового администрирования, маркетинга. 3. Гражданский кодекс Республики Казахстан 		
Возможность признания навыка:	-	
Навык 3: Установление связи с другими структурными подразделениями организации в процессе разработки и проведения рекламных мероприятий	Умения:	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Формирование и развитие корпоративной культуры компании, ее трансляция на всех уровнях. 2. Формирование коммуникационной среды организации. 3. Разработка и проведение регулярных мотивационных мероприятий для персонала и партнеров. 	

		<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Внутренние коммуникационные системы. 2. Принципы, специфика формирования и управления корпоративной культурой компании. 3. Технологии организации коллективной (командной) работы. 4. Технологии выстраивания внутренних коммуникационных систем. 5. Методы и технологии проектного планирования. 6. Основы психологии. 7. Формы и методы работы с персоналом, мотивации труда
	Возможность признания навыка:	-
	Навык 4: Привлечение к решению поставленных задач консультантов и экспертов	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Идентификация ключевых экспертных организаций, экспертных групп и экспертов целевой отрасли. 2. Интеграция представителей компании в экспертные сообщества. 3. Организация рекламных кампаний с участием ведущих экспертов отрасли, известных и популярных лиц. 4. Владение техниками деловых переговоров. <p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Современные технологии организации коллективных работ. 2. Передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламной кампаний. 3. Специфика коммуникаций с различными типами целевых аудиторий. 4. Основы маркетинга.
	Возможность признания навыка:	-
Трудовая функция 4: Планирование маркетинговых программ и продвижение бренда	Навык 1: Анализ продвигаемого продукта/услуги	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проведение анализа отношения потребителей к продукту. 2. Определение ассортимента, характеристики, классификаций и назначения продуктов/услуг. 3. Определение закономерности развития рынка и формирования спроса на продукты/услуги.
		<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинг предпринимательской и коммерческой деятельности. 2. Основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса. 3. Особенности бренда.
		Возможность признания навыка:
		-

Навык 2: Поддержка веб-страницы компании в Интернете, социальных сетях	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отслеживание SMM трендов и их использование в своей работе. 2. Выстраивание диалога с пользователями социальных сетей. 3. Работа с популярными тематическими форумами, сообществами. 4. Использование инструментариев современных социальных медиа. 5. Оценка преимуществ и рисков различных типов электронных инструментов, платформ и социальных сетей и выбор наиболее подходящих для аудитории. 6. Контроль и оценка результатов использования цифровых технологий, в том числе социальных сетей.
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Законодательство Республики Казахстан в сфере СМИ. 2. Принципы работы в пространстве социальных сетей и понимание задач, которые можно решать в них. 3. Принципы коммуникаций со сложными клиентами. 4. Особенности функционирования поисковых систем.
Возможность признания навыка:	-
Навык 3: Участие в формировании цены и ассортимента	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка маркетинговой ценовой политики. 2. Отслеживание рынка, изучение тенденций, сравнение цен конкурентов и их анализ. 3. Внедрение и совершенствование ценовой политики. 4. Выбор стратегии ценообразования.
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Методы ценообразования, стратегия и тактика ценообразования. 2. Инструменты маркетингового ценообразования.
Возможность признания навыка:	-
Навык 4: Разработка стратегии сбыта продукта/услуги	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ рынков сбыта продукта/услуги. 2. Совершенствование системы распределения (дистрибуции). 3. Работа с информацией и базами данных. 4. Создание каналов распределения (дистрибуции). 5. Проведение оценки сбытовой политики организации.
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Методические, нормативные и другие руководящие материалы в области рекламы, маркетинга, организации сбыта и поставки готовой продукции. 2. Виды каналов товародвижения. 3. Основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса. 4. Методы проведения маркетинговых исследований в области распределения (дистрибуции) и продаж. 5. Подходы к формированию сбытовой политики организации.
Возможность признания навыка:	-

	Навык 5: Прогнозирование продаж	Умения:	
		1. Составление прогнозов продаж. 2. Расчет бюджета по продуктам/услугам. 3. Определение объемов продаж. 4. Прогноз сбыта продукции.	
		Знания:	
		1. Методика расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства. 2. Методы прогнозирования	
	Возможность признания навыка:	-	
Требования к личностным компетенциям:	Ответственность Инициативность Результативность Креативность Коммуникативность Гибкость Саморазвитие Эрудированность Активное слушание Социальная восприимчивость		
Список технических регламентов и национальных стандартов:			
Связь с другими профессиями в рамках ОРК:	Уровень ОРК:	Наименование профессии:	
	8	Управляющий по рекламе и связям с общественностью	
	8	Управляющий по сбыту и маркетингу	
	6	PR-менеджер	
	6	Агент по связям с общественностью	
6	Аналитик-маркетолог		
12. Карточка профессии «Редактор программ»:			
Код группы:	2642-2		
Код наименования занятия:	2642-2-007		
Наименование профессии:	Редактор программ		
Уровень квалификации по ОРК:	8		
подуровень квалификации по ОРК:			
Уровень квалификации по ЕТКС, КС и др типовых квалификационных характеристик:			
Уровень профессионального образования:	Уровень образования: послевузовское образование (докторантура PhD, ученая степень доктора PhD, степень доктора PhD по профилю, кандидата наук, доктора наук)	Специальность: Социальные науки	Квалификация: -
Требования к опыту работы:			
Связь с неформальным и информальным образованием:			
Другие возможные наименования профессии:	2642-2-011 Редактор-переводчик 2642-2-012 Редактор-стилист 2642-2-008 Редактор художественный 2642-2-010 Редактор-консультант 2642-2-013 Спортивный редактор		

Основная цель деятельности:	Создание, выпуск и распространение программ, которые соответствуют зрительским потребностям и спросу	
Описание трудовых функций		
Перечень трудовых функций:	Обязательные трудовые функции:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка приоритетных направлений творческой деятельности 2. Выбор темы, отбор, разработка, обработка сценариев, материалов программ, передач 3. Управление контактами с внешней средой
	Дополнительные трудовые функции:	
Трудовая функция 1: Разработка приоритетных направлений творческой деятельности	<p>Навык 1: Расстановка приоритетов создания и выпуска программ, передач в эфир</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ проекта, предлагаемого автором. 2. Выявление слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике СМИ. 3. Анализ временных и финансовых затрат на реализацию авторской идеи, возможные риски. 4. Оценка авторских идей с точки зрения соответствия формату, целевой аудитории с учетом отечественного и мирового опыта реализации аналогичных (сходных) медиа проектов. 5. Детализация авторской концепции, разработка поправок и рекомендаций к ней. 6. Ранжировать проекты по художественной ценности и критериям, установленных в стратегии, бизнес-плане СМИ.
	Возможность признания навыка:	-
	<p>Навык 1: Разработка темы, идеи, сверхзадачи, контента сценария</p>	<p>Умения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сбор, обработка информации из различных источников. 2. Поиск и оценка информационных поводов для целевой аудитории. 3. Выявление актуальных событий в жизни общества и новых точек зрения на них. 4. Прогнозирование трендов различных аспектов общественного развития. 1. Определение круга проблем и приоритетных тем для передаче (программе), расстановка смысловых акцентов.
	<p>Знания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Теория, методы, способы инструменты сбора, обработки, анализа информации из различных источников. 2. Теории, методы, способы и инструменты редакционной деятельности. 3. Редакционная политика, в том числе политические, экономические, коммуникативные интересы собственников. 4. Прогнозирование изменения ранжирования проблем населением и обществом в целом. 1. Методы и инструменты литературно-сценарной работы. 	

Возможность признания навыка:	-
Навык 2: Отбор и редактирование сценариев, материалов программ, передач	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ структуры и содержания сценариев. 2. Анализ качества предоставленных проектов сценариев, их соответствия требованиям и данного СМИ. 3. Проверка актуальности, целесообразности темы, задач, сверхзадачи, достоверности информации в сценарии. 4. Выявление сильных и слабых сторон предоставленных авторами сценариев. 5. Выбор методов редактирования материалов для наиболее полного раскрытия авторского замысла. 6. Корректировка недочетов проектов сценариев, определения необходимости внесения дополнений. 7. Формулирование предложений автору об исправлении и дополнении материала 8. Приведение материала в соответствие с требованиями СМИ. 9. Редактирование контекста, орфографии, синтаксиса, пунктуации, стиля сценария. 10. Редакторская обработка аудио, видеоматериалов. 11. Формирование портфеля сценариев.
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Теории, методы, способы и инструменты редакционной деятельности. 2. Методы, технология создания сценариев, их содержательная и структурно-композиционная специфика. 3. Методы и инструменты редакторского анализа текстов, аудио, видео, графических изображений. 4. Методы, технология и техника подготовки медиа продуктов в различных форматах. 5. Методы и приемы редактирования текстов, графических изображений, аудио, видео. 6. Основной функционал аудио, видео аппаратно-программного обеспечения.
Возможность признания навыка:	-
Навык 3: Подготовка материалов к выходу в эфир	Умения:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Оценка целесообразности и принятие решений о включении материалов в передачу, программу. 2. Анализ явления (события) для формирования как можно более полного и точного знания о нем. 3. Создание материалов (сценариев) подготовка, проведение передач (программ) различных жанров. 4. Работа в эфире (телевизионном, радио, интернет).-
	Знания:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Методы, технология и техника создания сценариев, телевизионных программ, передач, их содержательная и структурно-композиционная специфика. 2. Информационная политика СМИ. 3. Законодательство РК о СМИ.
Возможность признания навыка:	-

Трудовая функция 3:
Управление контактами с внешней средой

	Навык 1: Установление и поддержание коммуникаций	Умения: 1. Определение целевой аудитории для эффективной коммуникации. 2. Отслеживание, прогнозирование законодательных и политических тенденций и изменений, политический анализ. 3. Организация и поддержание контактов с информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью, издательствами, другими предприятиями и организациями, общественными структурами и различными группами общественности. 4. Организация и поддержание контактов с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами.
		Знания: 1. Характеристики аудитории современных СМИ. 2. Методы, инструменты изучения аудитории. 3. Основы психологии.
	Возможность признания навыка:	-
Требования к личностным компетенциям:	Стрессоустойчивость Инициативность Критическое, системное, логическое, ассоциативное мышление Творческое воображение Оперативность Настойчивость Объективность Ответственное проактивное принятие решений Общительность /коммуникабельность Работоспособность и трудолюбие Эрудированность	
Список технических регламентов и национальных стандартов:		
Связь с другими профессиями в рамках ОРК:	Уровень ОРК:	Наименование профессии:
	8	Главный редактор творческого объединения
	8	Главный режиссер
	8	Генеральный продюсер
	7	Режиссер
	7	Продюсер (общий профиль)
	6	Корреспондент
6	Обозреватель	

Глава 4. Технические данные профессионального стандарта

13. Наименование государственного органа:

14. Организации (предприятия) участвующие в разработке:

ТОО «Оркен Медиа»

Руководитель проекта:

Айдарханова С. А.

E-mail: saule-aidarkhanova@mail.ru

15. Отраслевой совет по профессиональным квалификациям:

16. Национальный орган по профессиональным квалификациям: -

17. Национальная палата предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен»: -

18. Номер версии и год выпуска: версия 2, 2022 г.

19. Дата ориентировочного пересмотра: 21.12.2025 г.