

Приложение № 15 к приказу исполняющего обязанности Председателя Правления Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» от 21.12.2022г. № 245

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:
    - Ј 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:	Казахстан от 4 октября 2021 квалификационного справоч	а труда и социальной защиты года № 366 "Об утверждению иника работ и профессий раборстве юстиции Республики Ка	и Единого тарифно- очих (выпуск 55)".
Уровень профессионального образования:	Уровень образования: послесреднее образование (прикладной бакалавриат)	Специальность:	Квалификация: -
Требования к опыту работы:			
Связь с неформальным и информальным образованием:			
Другие возможные наименования профессии:			
Основная цель деятельности:	устранение орфографически правил набора, а также испр характера	их и пунктуационных ошибок, равления недостатков смысло	
		довых функций	
Перечень трудовых функций:	Обязательные трудовые функции:	1. Вычитка и правка текстов проверка их структур и соде откорректированного матер	ржания, оформление и сдача
	Дополнительные трудовые функции:		
Трудовая функция 1: Вычитка и правка текстов	Навык 1: Подготовка текстов перед	Умения:	
перед их публикацией, проверка их структур и содержания, оформление и сдача откорректированного материала	публикацией	<ol> <li>Осуществлять правку материала после редактуры.</li> <li>Обеспечение соответствия текста нормам языка (устранение лексических, словообразовательных, грамматических ошибок, корректировка орфографии и пунктуации.</li> <li>Обеспечение соответствия набранного текста оригиналу или предыдущей корректуре с учетом правок.</li> </ol>	
		Знания:	
		информации».	стан «О средствах массовой стан «Об авторском праве и гандартные корректурные
	Возможность признания навыка:	-	
	Навык 2: Согласование и сдача откорректированного материала	Умения:	
		1. Обеспечение соблюдени сроков подготовки материа 2. Придерживается организ процедур.	ла-текстов.
		Знания:	
		Закон Республики Казахи информации».     Нормативные документь требования к уровню сетев телерадиовещательных СМ	вых и МИ. стан «Об авторском праве и
	Возможность признания навыка:	-	

Требования к личностным компетенциям:	Исполнительность Саморазвитие Внимательность Усидчивость Трудолюбие		
Список технических регламентов и национальных стандартов:			
Связь с другими	Уровень ОРК:	Наименование профессии:	
профессиями в рамках ОРК:		Корреспондент	
11. Карточк	т а профессии «Консультант по	работе с мультимедийными	изданиями»:
Код группы:	2431-2	, ,	
Код наименования занятия:	2431-2-001		
Наименование профессии:	Консультант по работе с мул	тьтимедийными изданиями	
Уровень квалификации по ОРК:	6		
подуровень квалификации по ОРК:			
Уровень квалификации по ETKC, КС и др типовых квалификационных характеристик:	служащих Приказ Министра Казахстан от 30 декабря 202 справочника должностей рув Зарегистрирован в Министер№ 22003.	ник должностей руководителю труда и социальной защиты но года № 553 "Об утвержден ководителей, специалистов и ростве юстиции Республики Каки (бренд - менеджер) 45. Мен	населения Республики ии Квалификационного других служащих". захстан 31 декабря 2020 года
Уровень профессионального образования:	Уровень образования: высшее образование (бакалавриат, специалитет, ординатура)	Специальность: -	Квалификация: -
Требования к опыту работы:		_	
Связь с неформальным и информальным образованием:			
Другие возможные наименования профессии:	2431-3-003 Бренд-менеджер 2431-2-004 Специалист по р 2431-3-008 Персональный б	екламе	
Основная цель деятельности:	и рекламных планов, по вопр	ии компаниям и организациям росам управления репутацией й подход по продвижению ком	
	Описание тру	довых функций	
Перечень трудовых функций:	Обязательные трудовые функции:	1. Проведение исследования 2. Планирование и реализациаркетинговых программ, ререкламных кампаний для пруслуги 3. Обеспечение взаимодействиспертами, консультантами подразделениями организация. Планирование маркетинго продвижение бренда	ция стратегии продвижения, екламной стратегии, одвижения продукта или твия с деловыми партнерами, , с другими структурными ции
	Дополнительные трудовые функции:		
Трудовая функция 1: Проведение исследований, анализ рынка, трендов			

Навык 3: Анализ мотиваций спроса	Умения:		
Анализ мотивации спроса на производимую продукцию или оказываемые услуги	<ol> <li>Определение потребностей покупателей (пользователей).</li> <li>Определение направлений рекламных кампаний.</li> <li>Изучение рынка аналогичных продуктов и услуг (анализ спроса и потребления, их мотиваций и колебаний, деятельности конкурентов) и тенденций развития.</li> <li>Анализ мотиваций спроса на различные группы продуктов и услуг, влияния рекламных кампаний на увеличение спроса.</li> </ol>		
	Знания:		
	<ol> <li>Инструменты бренд-менеджмента.</li> <li>Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнег рынка продуктов и услуг.</li> <li>Экономический микроклимат на рынке оказываеми услуг.</li> <li>Порядок ценообразования, стратегий привлечения программы лояльности партнеров (ценовые прайсы, скидки, бонусы),</li> <li>Основы психологий поведения.</li> <li>Теории мотивации покупательского поведения.</li> </ol>		
Возможность признания навыка:	-		
Навык 4:	Умения:		
Изучение рынка сбыта и покупательского спроса	<ol> <li>Определение целевой аудитории.</li> <li>Формирование предложений по совершенствовани политики оказываемых услуг.</li> <li>Формирование предложений по улучшению систем продвижения продуктов (услуг) организации.</li> <li>Использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков.</li> </ol>		
	Знания:		
	1. Основы рыночной экономики, предпринимательсти 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:	Умения:		
Выявление неудовлетворительных параметров продукта/услуги	<ol> <li>Организация социологических исследований.</li> <li>Работа со всеми подразделениями и структурами для совершенствования и обновления перечня услуг</li> <li>Владение методом конкурентного анализа.</li> <li>Использование методов и способов проверки на соответствие параметрам продукта.</li> <li>Составление отчетности и доведение до руководства результатов исследований.</li> </ol>		
	Знания:		
	Основные методы исследований различных видов (маркетинговые, социологические, медиа- и др.).     Основные методы качественных и количественных социологических исследований.     Требования к качественным характеристикам продукта или оказываемой услуги.     Формирование предложений по улучшению систем продвижения продукта (услуг) организации.		
Возможность признания	-		

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

Знания:
<ol> <li>Особенности риск-менеджмента.</li> <li>Инструменты бренд-менеджмента.</li> <li>Принципы стратегического и оперативного планирования.</li> <li>Методы управления проектами.</li> <li>Основы рекламы, формы и методы ведения рекламных кампаний.</li> <li>Основы и принципы PR-технологий</li> </ol>
-
Умения:
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:
1. Инструменты бренд-менеджмента. 2. Технологии работы с контентом (определение целейзадач, стратегических фокусов, копирайтинг и пр.). 3. Виды, формы презентаций и выступлений. 4. Технологии подготовки и проведения презентаций. 5. Основы психологии.
-
Умения:
<ol> <li>Написание рекламных текстов и сценариев для СМИ.</li> <li>Определение оптимальных параметров времени и места размещения рекламы.</li> <li>Определение необходимых средств и носителей рекламы.</li> <li>Составление графиков, планов, дорожных карт и т.д.</li> </ol>
Знания:
<ol> <li>Основы рекламы, формы и методы ведения рекламных кампаний.</li> <li>Основы и принципы PR-технологий.</li> <li>Психология и принципы продаж.</li> <li>Особенности бренда, технологий производства.</li> <li>Средства и носители рекламы.</li> </ol>
-
Умения:
Анализ существующих стратегий продвижения продукта/услуг.     Определение показателей эффективности.     Проведение мониторинга/оценки эффективности

		Знания:
		Передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламной кампании.     Основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса.     Методы и технологии анализа информационного поля.     Методы анализа бизнес-стратегий.     Технологии и основные методы оценки целевых и промежуточных результатов работ
	Возможность признания навыка:	-
Трудовая функция 3:	Навык 1:	Умения:
Обеспечение взаимодействия с деловыми партнерами, экспертами, консультантами, с другими структурными подразделениями организации	Установление связи с деловыми партнерами и расширение внешних связей в целях совершенствования рекламной деятельности	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> <li>Специфика деятельности компании.</li> <li>Основы социологии, психологии.</li> <li>Основы риторики и техники публичных выступлений.</li> <li>Этика делового общения.</li> <li>Организация рынка, отдельных игроков, их стратегических и тактических интересов, отраслевых площадок, лидеров общественного мнения.</li> </ol>
	Возможность признания навыка:	-
	Навык 2: Контроль над разработкой и	Умения:
	контроль над разраооткой и исполнением договоров и контрактов	1. Составление и заключение договоров (контрактов). 2. Анализ способов и методов распространения рекламы.
		Знания:
		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:	Умения:
	Установление связи с другими структурными подразделениями организации в процессе разработки и проведения рекламных мероприятий	<ol> <li>Формирование и развитие корпоративной культуры компании, ее трансляция на всех уровнях.</li> <li>Формирование коммуникационной среды организации.</li> <li>Разработка и проведение регулярных мотивационных мероприятий для персонала и партнеров.</li> </ol>
		партнеров.

	3нания:  1. Внутренние коммуникационные системы. 2. Принципы, специфика формирования и управления корпоративной культурой компании.
	<ol> <li>Технологии организации коллективной (командной) работы.</li> <li>Технологии выстраивания внутренних коммуникационных систем.</li> <li>Методы и технологии проектного планирования.</li> <li>Основы психологии.</li> <li>Формы и методы работы с персоналом, мотивации труда</li> </ol>
Возможность признания навыка:	-
Навык 4: Привлечение к решению	Умения:  1. Идентификация ключевых экспертных организаций,
консультантов и экспертов	экспертных групп и экспертов целевой отрасли. 2. Интеграция представителей компании в экспертные сообщества. 3. Организация рекламных кампании с участием ведущих экспертов отрасли, известных и популярных лиц. 4. Владение техниками деловых переговоров.
	3нания:  1. Современные технологии организации коллективны
	работ. 2. Передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламной кампаний. 3. Специфика коммуникаций с различными типами целевых аудиторий. 4. Основы маркетинга.
Возможность признания навыка:	-
Навык 1: Анализ продвигаемого продукта/услуги	Умения:  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.
	Знания:
	<ol> <li>Маркетинг предпринимательской и коммерческой деятельности.</li> <li>Основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса.</li> <li>Особенности бренда.</li> </ol>
Возможность признания навыка:	-
Trabbina.	
	навыка: Привлечение к решению поставленных задач консультантов и экспертов  Возможность признания навыка: Навык 1: Анализ продвигаемого продукта/услуги

Навык 2:	Умения:
Поддержка веб-страницы компании в Интернете, социальных сетях	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. 3нания:
	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:	Умения:
Участие в формировании цены и ассортимента	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:
	Методы ценообразования, стратегия и тактика ценообразования.     Инструменты маркетингового ценообразования.
Возможность признания навыка:	-
Навык 4:	Умения:
Разработка стратегии сбыта продукта/услуги	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:
	Методические, нормативные и другие руководящие материалы в области рекламы, маркетинга, организации сбыта и поставки готовой продукции.     Виды каналов товародвижения.     Основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса.     Методы проведения маркетинговых исследований в области распределения (дистрибуции) и продаж.     Подходы к формированию сбытовой политики организации.
Возможность признания навыка:	-

	Навык 5:	Умения:	
	Прогнозирование продаж	Составление прогнозов продаж.     Расчет бюджета по продуктам/услугам.     Определение объемов продаж.	
		4. Прогноз сбыта продукции.	
		Знания:	
		1. Методика расчета показа эффективности, рентабель производства. 2. Методы прогнозирования	ности и издержек
	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	Уровень ОРК:	Наименование профессии:	
профессиями в рамках ОРК:	8 Управляющий по рекламе и связям с общественностью		
	8 Управляющий по сбыту и маркетингу		
	6 PR-менеджер		
	6	Агент по связям с обществен	ностью
	6	Аналитик- маркетолог	
	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	и «Редактор программ»:	
Код группы:	2642-2		
Код наименования занятия:	2642-2-007		
Наименование профессии:	Редактор программ		
Уровень квалификации по OPK:	8		
подуровень квалификации по OPK:			
Уровень квалификации по ETKC, 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 тру	довых функций	
Перечень трудовых функций:	Обязательные трудовые функции:	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:	Навык 1:	Умения:	
Разработка приоритетных Расстан направлений творческой создани	Расстановка приоритетов создания и выпуска программ, передач в эфир	<ol> <li>Анализ проекта, предлагаемого автором.</li> <li>Выявление слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике СМИ.</li> <li>Анализ временных и финансовых затрат на реализацию авторской идеи, возможные риски.</li> <li>Оценка авторских идей с точки зрения соответствия формату, целевой аудитории с учетом отечественного и мирового опыта реализации аналогичных (сходных) медиа проектов.</li> <li>Детализация авторской концепции, разработка поправок и рекомендаций к ней.</li> <li>Ранжировать проекты по художественной ценности и критериям, установленных в стратегии, бизнес-плане СМИ.</li> </ol>	
		Знания:	
		<ol> <li>Методы анализа целей и задач, художественных решений медиа проекта.</li> <li>Социальные и психологические характеристики целевой аудитории.</li> <li>Принципы разработки концепции медиа проекта (в том числе моделирования и дизайна), методы ее анализа и коррекции.</li> <li>Законодательство Республики Казахстан о СМИ</li> </ol>	
	Возможность признания навыка:	-	
Трудовая функция 2:	Навык 1: Разработка темы, идеи,	Умения:	
Выбор темы, отбор, разработка, обработка сценариев, материалов программ, передач	сверхзадачи, контента сценария	<ol> <li>Сбор, обработка информации из различных источников.</li> <li>Поиск и оценка информационных поводов для целевой аудитории.</li> <li>Выявление актуальных событий в жизни общества и новых точек зрения на них.</li> <li>Прогнозирование трендов различных аспектов общественного развития.</li> <li>Определение круга проблем и приоритетных тем для передаче (программе), расстановка смысловых акцентов.</li> </ol>	
		Знания:	
		<ol> <li>Теория, методы, способы инструменты сбора, обработки, анализа информации из различных источников.</li> <li>Теории, методы, способы и инструменты редакционной деятельности.</li> <li>Редакционная политика, в том числе политические, экономические, коммуникативные интересы собственников.</li> <li>Прогнозирование изменения ранжирования проблем населением и обществом в целом.</li> <li>Методы и инструменты литературно-сценарной работы.</li> </ol>	

Возможность признания навыка:		
Навык 2:	Умения:	
павык 2. Отбор и редактирование сценариев, материалов программ, передач	<ol> <li>Анализ структуры и содержания сценариев.</li> <li>Анализ качества предоставленных проектов сценариев, их соответствия требованиям и данного СМИ.</li> <li>Проверка актуальности, целесообразности темы, задач, сверхзадачи, достоверности информации в сценарии.</li> <li>Выявление сильных и слабых сторон предоставленных авторами сценариев.</li> <li>Выбор методов редактирования материалов для наиболее полного раскрытия авторского замысла.</li> <li>Корректировка недочетов проектов сценариев, определения необходимости внесения дополнений.</li> <li>Формулирование предложений автору об исправлении и дополнении материала</li> <li>Приведение материала в соответствие с требованиями СМИ.</li> <li>Редактирование контекста, орфографии, синтаксиса пунктуации, стиля сценария.</li> </ol>	
	10. Редакторская обработка аудио, видеоматериалов. 11. Формирование портфеля сценариев.	
	Знания:	
	<ol> <li>Теории, методы, способы и инструменты редакционной деятельности.</li> <li>Методы, технология создания сценариев, их содержательная и структурно-композиционная специфика.</li> <li>Методы и инструменты редакторского анализа текстов, аудио, видео, графических изображений.</li> <li>Методы, технология и техника подготовки медиа продуктов в различных форматах.</li> <li>Методы и приемы редактирования текстов, графических изображений, аудио, видео.</li> <li>Основной функционал аудио, видео аппаратнопрограммного обеспечения.</li> </ol>	
Возможность признания навыка:	-	
Навык 3: Подготовка материалов к выходу в эфир	Умения:  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:	
	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:	Умения:	
	Установление и поддержание коммуникаций	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.  3нания:  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:			
профессиями в рамках 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.