УТВЕРЖДЕН

приказом Министерства

труда и социальной защиты Российской Федерации

от «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ 2017 г. № \_\_\_

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

Социолог: специалист по социологическим и маркетинговым исследованиям

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(наименование профессионального стандарта)

|  |
| --- |
|  |
| Регистрационный номер |

**Содержание**

I. Общие сведения ………………………………………………………..1

II. Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт (функциональная карта вида профессиональной деятельности)….2

III. Характеристика обобщенных трудовых функций

3.1. Обобщенная трудовая функция «Проектирование социологического и маркетингового исследования»……………………………………………………………....3

3.2. Обобщенная трудовая функция «Организация работы по сбору данных социологического и маркетингового исследования»…………..4

3.3. Обобщенная трудовая функция «Анализ, интерпретация данных социологических и маркетинговых исследований»……………………..5

3.4. Обобщенная трудовая функция «Совершенствование методов проведения социологических и маркетинговых исследований е»…………………………………………………………………………….6

3.5. Обобщенная трудовая функция «Социологическая экспертиза и консалтинг на основе результатов социологических и маркетинговых исследований»……………………………………………………………..7

IV. Сведения об организациях-разработчиках профессионального стандарта…………………………………………………………………………8

1. **Общие сведения**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Организация и проведение социологических и маркетинговых исследований | | | |  |  | |
| (наименование вида профессиональной деятельности) | | | | | Код | |
| Основная цель вида профессиональной деятельности: получение информации, необходимой для принятия и обоснования управленческих решений в различных сферах жизни общества и представление результатов исследований различным аудиториям с опорой на базовые и профессионально-профилированные знания по социологическим теориям, с помощью современных исследовательских методов и с применением современного оборудования и программного обеспечения*.* | | | | | | |
| Группа занятий: | | | | | | |
| 2431 | Специалисты по рекламе и маркетингу |  |  | | |
| 2632 | Социологи, антропологи и специалисты родственных занятий |  |  | | |
| (код ОКЗ) | (наименование) | (код ОКЗ) | (наименование) | | |
| Отнесение к видам экономической деятельности: | | | | | | |
| 72.20 | Научные исследования и разработки в области общественных и гуманитарных наук | | | | | |
| 70.2? | Консультирование по вопросам управления | | | | | |
| 73.20 | Исследование конъюнктуры рынка и изучение общественного мнения | | | | | |
| (код ОКВЭД) | (наименование вида экономической деятельности) | | | | | |
|  | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **II. Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт (функциональная карта вида профессиональной деятельности)** | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |
| Обобщенные трудовые функции | | | | Трудовые функции | | | | | |
| код | наименование | | уровень квалификации | наименование | код | | уровень (подуровень) квалификации | | |
| А | Проектирование социологического и маркетингового исследования | | 6 | Подготовка проектного предложения по реализации фундаментального или прикладного социологического и маркетингового исследования | | А/01.6 | | 6 |
| Разработка программных и методических документов социологического и маркетингового исследования; | | А/02.6 | | 6 |
| Согласование документации, регламентирующей взаимодействие заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования | | А/03.6 | | 6 |
| В | Организация работы по сбору данных социологического и маркетингового исследования | | 6 | Подготовка сбора социологических данных | В/01.6 | | 6 | | |
| Сбор данных из первичных и вторичных источников | В/02.6 | | 6 | | |
| Контроль собранных данных для последующей первичной обработки | В/03.6 | | 6 | | |
| Регламентация процесса архивации и хранения персональных, конфиденциальных данных в соответствии с законодательством Российской Федерации и правилами международных стандартов | В/04.6 | | 6 | | |
| C | Анализ, интерпретация данных социологических и маркетинговых исследований | | 7 | Описание, объяснение, прогнозирование социальных явлений и процессов на основе результатов социологических и маркетинговых исследований | С/01.7 | | 7 | | |
| Составление и оформление итоговых документов  по результатам социологического и маркетингового исследования | С/02.7 | | 7 | | |
| Представление результатов исследования различным аудиториям | С/03.7 | | 7 | | |
| Обобщенные трудовые функции | | | | Трудовые функции | | | | | |
| D | | Совершенствование методов проведения социологических и маркетинговых исследований | 7 | Разработка моделей и методов описания и объяснения социальных явлений и процессов; | D/01.7 | | 7 | | |
| Совершенствование и разработка методов сбора и анализа данных социологических и маркетинговых исследований | D/02.7 | | 7 | | |
| E | | Социологическая экспертиза и консалтинг на основе результатов социологических и маркетинговых исследований | 7 | Проведение социологической экспертизы стратегий, мероприятий; качества исследований; | E/01.7 | | 7 | | |
| Консультирование по вопросам применения результатов социологических и маркетинговых исследований | E/02.7 | | 7 | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **III.Характеристика обобщенных трудовых функций** | | | | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **3.1. Обобщенная трудовая функция** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Наименование | Проектирование социологического и маркетингового исследования | | | | | | | | | | Код | А | | | Уровень квалификации | | | | 6 | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Происхождение обобщенной трудовой функции | | | Оригинал | | | | Х | | | Заимствовано из оригинала | | | |  | | |  | | | |  | | |  | | | | | | | | | | | Код оригинала | | | Регистрационный номер профессионального стандарта | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Возможные наименования должностей | | | Специалист по организации социологических и маркетинговых исследований,  Начальник отдела социологических и маркетинговых исследований | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Требования к образованию и обучению | | | | Высшее образование – бакалавриат, | | | | | | | | | | | | | | | | | Требования к опыту практической работы | | | | Не менее шести месяцев работы по сопровождению, выполнению вспомогательных функций, техническому обеспечению проектных или полевых работ. | | | | | | | | | | | | | | | | | Особые условия допуска к работе | | | | - | | | | | | | | | | | | | | | | | Другие характеристики | | | | Рекомендуется дополнительное профессиональное образование – программы повышения квалификации или программы профессиональной переподготовки в области социологических исследовательских методов с применением современного оборудования и программного обеспечения | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Наименование документа | | | | | Код | | | | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности | | | | | | | | | | | | ОКЗ | | | | |  | | | |  | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | | | | | 2431 | | | | Специалисты по рекламе и маркетингу | | | | | | | | | | | | 2432 | | | | Специалисты по связям с общественностью | | | | | | | | | | | | 2632 | | | | Социологи, антропологи и специалисты родственныхзанятий | | | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | | | | | | | ОКВЭД | | | | | 72.2 | | | | Научные исследования и разработки в области общественных и гуманитарных наук | | | | | | | | | | | | 73.2 | | | | Исследование конъюнктуры рынка и изучение общественного мнения | | | | | | | | | | | | ЕТКС или ЕКС | | | | |  | | | | - | | | | | | | | | | | | ОКСО или ОКСВНК | | | | |  | | | | - | | | | | | | | | | | | **3.1.1. Трудовая функция** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Наименование | Подготовка проектного предложения по реализации социологического и маркетингового исследования | | | | | | | | | | Код | А/01.6 | | | | Уровень (подуровень) квалификации | | | 6 | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Происхождение трудовой функции | | Оригинал | | | | Х | | Заимствовано из оригинала | | | | |  | | | | |  | | |  | |  | | | | | | | | | | | Код оригинала | | | | | Регистрационный номер  профессионального стандарта | | |  | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Трудовые действия | | Описание проблемной ситуации в социальной, культурной, экономической, политической сфере общественной жизни; | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Обоснование актуальности исследовательского проекта | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Разработка программы исследования: определение цели и основных задач, объекта, предмета, гипотез исследования, выбор метода или совокупности методов (методической стратегии). | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Согласование с заказчиком содержательных и организационных вопросов; | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Разработка проектной документации (в том числе для участия в открытых конкурсах государственных закупок и заключения государственных контрактов, подачи заявки на грант, участия в коммерческом тендере). | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Необходимые умения | | Использовать в профессиональной деятельности базовые и профессионально профилированные знания | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Использовать положения социологической теории и методы социальных наук применительно к задачам социологического или маркетингового исследования социальных общностей, институтов и процессов, явлений, общественного мнения и решать их с применением адекватной аппаратуры, оборудования, информационных технологий | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Формулировать исследовательские задачи для решения управленческой проблемы (проблемы заказчика) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Формулировать цели, ставить конкретные задачи социологических и маркетинговых исследованиях | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Выстраивать межличностное взаимодействие с представителем заказчика социологического и маркетингового исследования | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Проводить переговоры, взаимодействовать с заказчиком социологического и маркетингового исследования | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Составлять и оформлять техническую документацию по исследованию, интерпретировать профессиональные термины и понятия; | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Планировать бюджет проекта исследования | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Необходимые знания | | Основы экономики | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Основы права | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Основы менеджмента | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Социологические теории и методы | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Закономерности функционирования социологической науки, принципы соотношения методологии и методов социологического познания | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Основы административного и финансового учёта, планирование бюджета исследования, стоимость работ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Основы делового этикета и профессионального взаимодействия; | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Другие характеристики | | - | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **3.1.2. Трудовая функция** | | | | | | | | | | | | Наименование | Разработка программных и методических документов социологического и маркетингового исследования | | | | Код | А/02.6 | | Уровень (подуровень) квалификации | | 6 | |  | | | | | | | | | | | | Происхождение трудовой функции | | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала | | |  | |  | | |  | |  | | | | | Код оригинала | | Регистрационный номер  профессионального стандарта | | |  | |  | | | | | | | | | | Трудовые действия | | Создание концептуальной модели измеряемых показателей согласно задачам исследования и гипотезам; определение принципов отбора источников информации (респондентов, документов); выбор и описание методов сбора и обработки информации для всех этапов исследования. | | | | | | | | | | Разработка инструментария социологического или маркетингового исследования, соответствующего задачам исследования и используемым методам; | | | | | | | | | | Составление и согласование с заказчиком рабочей версии плана-графика реализации проекта социологического или маркетингового исследования. | | | | | | | | | | Необходимые умения | | Формулировать цели, ставить конкретные задачи социологических и маркетинговых исследований | | | | | | | | | | Анализировать возможность применения социологических методов, методик, технологий к конкретному проекту. | | | | | | | | | | Разрабатывать исследовательский инструментарий социологического и маркетингового исследования | | | | | | | | | | Проводить переговоры, взаимодействовать с заказчиком социологического и маркетингового исследования. | | | | | | | | | | Необходимые знания | | Основы социологической теории и методов социологических и маркетинговых исследований | | | | | | | | | | Основы и закономерности функционирования социологической науки, принципы соотношения методологии и методов социологического познания | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | Другие характеристики | | - | | | | | | | | | | **3.1.3. Трудовая функция** | | | | | | | | | | | | Наименование | Согласование документации, регламентирующей взаимодействие заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования | | | | Код | А/03.6 | | Уровень (подуровень) квалификации | | 6 | |  | | | | | | | | | | | | Происхождение трудовой функции | | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала | | |  | |  | | |  | |  | | | | | Код оригинала | | Регистрационный номер  профессионального стандарта | | |  | |  | | | | | | | | | | Трудовые действия | | Согласование с заказчиком договора, технического задания, плана-графика реализации проекта, регламентов по обеспечению конфиденциальности собранной информации и соответствию проекта требованиям действующего законодательства в области защиты персональных данных участников социологического и маркетингового исследования | | | | | | | | | | Согласование документации социологического и маркетингового исследования со специалистами сопутствующих проектной деятельности служб: бухгалтерии, юридического сопровождения, делопроизводства | | | | | | | | | | Необходимые умения | | Разрабатывать и планировать стратегическую политику организации, руководить коллективом в реализации тактических задач исследования | | | | | | | | | | Оценивать возможности участников проекта по выполнению различных видов работ; | | | | | | | | | | Работать с финансовой, технической, правовой документацией социологического и маркетингового исследования. | | | | | | | | | | Взаимодействовать с заказчиком, другими структурными подразделениями, участвующими в процессе работы, координировать их работу | | | | | | | | | | Осуществлять текущий контроль за выполнением работы, проводить оценку качества результатов выполнения социологического и маркетингового исследования | | | | | | | | | | Необходимые знания | | Основы финансовой и бюджетной деятельности, правила и технологии оформления финансовой документации социологического и маркетингового исследования | | | | | | | | | | Нормы и правила оформления коммерческого предложения, технического задания социологического и маркетингового исследования | | | | | | | | | | Основы, основы менеджмента и управления персоналом | | | | | | | | | | Федеральный закон "О персональных данных". ( ФЗ-152 ред. от 25.07.2011) и международный профессиональный кодекс Международной организации по стандартизации (ISO 20252) и Международный Кодекс практики маркетинговых и социологических исследований ESOMAR (European Society Of Opinion and Market Research)  Законодательство Российской Федерации в части требований работы с персональными данными; требования международных организаций по стандартизации, в части практики проведения социологических исследований; профессиональных кодексов компаний индустрии исследований общественного мнения и рынков. | | | | | | | | | | Другие характеристики | | - | | | | | | | | |   **3.2. Обобщенная трудовая функция** | | | | | | | | | | | | |
| Наименование | Организация работы по сбору данных социологического и маркетингового исследования | | | | | | Код | В/01.6 | | Уровень квалификации | | 6 |
|  | | | | | | | | | | | | |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | | | Оригинал | | Х | Заимствовано из оригинала | | |  | |  | |
|  | | |  | | | | | | Код оригинала | | Регистрационный номер профессионального стандарта | |
|  | | | | | | | | | | | | |
| Возможные наименования должностей | | Специалист полевого отдела | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | | |
| Требования к образованию и обучению | | Высшее образование – бакалавриат ,  ИЛИ ???  Неоконченное высшее образование, или среднее специальное образование ~~требуется обучение~~ по дополнительным профессиональным программам практико-ориентированного обучения социологическим исследовательским методам с применением современного оборудования и программного обеспечения | | | | | | | | | | |
| Требования к опыту практической работы | | При неоконченном высшем ИЛИ среднем специальном образовании требуется опыт работы в полевом отделе: выполнение вспомогательных функций, технического сопровождения полевых работ не менее 1 года.  При высшем непрофильном образовании не менее трех месяцев работы в полевом отделе  При наличии высшего образования по направлению Социология требования к опыту работы не предъявляются  Для бакалавра опыт работы не требуется  Допускается использование специалистов со среднем профессиональным образованием с опытом работы не менее 2-х (двух ) лет . | | | | | | | | | | |
| Особые условия допуска к работе | | - | | | | | | | | | | |
| Другие характеристики | | Рекомендуется обучение по дополнительным профессиональным программам повышения квалификации практико-ориентированного обучения социологическим исследовательским методам с применением современного оборудования и программного обеспечения | | | | | | | | | | |
| Дополнительные характеристики | | | | | | | | | | | | |
| Наименование документа | | Код | | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности | | | | | | | | |
| ОКЗ | | 2431 | | Специалисты по рекламе и маркетингу | | | | | | | | |
| 2432 | | Специалисты по связям с общественностью | | | | | | | | |
| 2632 | | Социологи, антропологи и специалисты родственных занятий | | | | | | | | |
|  | |  | | | | | | | | |
| ОКВЭД | | 72.2 | | Научные исследования и разработки в области общественных и гуманитарных наук | | | | | | | | |
| 73.2 | | Исследование конъюнктуры рынка и изучение общественного мнения | | | | | | | | |
| ЕТКС или ЕКС | |  | | - | | | | | | | | |
| ОКСО, или ОКСВНК | |  | | - | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **3.2.1. Трудовая функция** | | | | | | | | | | | |
| Наименование | Подготовка сбора социологических данных | | | | | Код | В/01.6 | | Уровень (подуровень) квалификации | | 6 |
|  | | | | | | | | | | | |
| Происхождение трудовой функции | | Оригинал | | Х | Заимствовано из оригинала | | |  | |  | |
|  | |  | | | | | | Код оригинала | | Регистрационный номер  профессионального стандарта | |
|  | |  | | | | | | | | | |
| Трудовые действия | | Согласование организационных и методических вопросов сбора информации с руководителем проекта | | | | | | | | | |
| Детализация технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии | | | | | | | | | |
| Подготовка методических документов для проведения инструктажа персонала по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей | | | | | | | | | |
| Необходимые умения | | Использовать знания социальных наук применительно к задачам исследования социальных институтов и процессов | | | | | | | | | |
| Анализировать возможность применения социологических методов к конкретному проекту | | | | | | | | | |
| Формировать задания по реализации проекта выборки при сборе информации | | | | | | | | | |
| Работать с технической документацией | | | | | | | | | |
| Интерпретировать профессиональные термины и понятия | | | | | | | | | |
| Выстраивать межличностное взаимодействие | | | | | | | | | |
| Использовать аудио и видео технику | | | | | | | | | |
| Использовать сетевые технологии, создавать интернет-ресурсы, редактировать их, пользоваться удаленными ресурсами | | | | | | | | | |
| Необходимые знания | | Теоретические основы социологической науки, принципы соотношения методологии и методов социологического познания; | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |
| Основные методы социологических и исследований | | | | | | | | | |
| Методы отбора респондентов и документальных источников для количественных и качественных стратегий сбора информации; | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |
| Основы делового этикета и профессионального взаимодействия; | | | | | | | | | |
| Требования законодательства Российской Федерации и Международной организации по стандартизации (ИСО) и Европейской Ассоциации исследователей общественного мнения и рынков (ESOMAR) к хранению персональных,конфиденциальных данных  Законодательство Российской Федерации в части требований работы с персональными данными; требования международных организаций по стандартизации, в части практики проведения социологических исследований; профессиональных кодексов компаний индустрии исследований общественного мнения и рынков | | | | | | | | | |
| Другие характеристики | | - | | | | | | | | | |
| **3.2.2. Трудовая функция** | | | | | | | | | | | |
| Наименование | Сбор данных из первичных и вторичных источников | | | | | Код | В/02.6 | | Уровень (подуровень) квалификации | | 6 |
|  | | | | | | | | | | | |
| Происхождение трудовой функции | | | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала | | |  | |  | |
|  | | |  | | | | | Код оригинала | | Регистрационный номер  профессионального стандарта | |
|  | | |  | | | | | | | | |
| Трудовые действия | | | Сбор информации в соответствии с методологическими требованиями к соответствующим методам: опроса, анализа документальных источников, наблюдения,  социального эксперимента; | | | | | | | | |
| Взаимодействие с организациями-исполнителями (региональными подразделениями, бригадами исполнителей в регионах и населённых пунктах, провайдерами онлайн-панелей) по вопросам организации, хода выполнения и контроля качества работ по сбору данных; | | | | | | | | |
| Согласование вопросов организации и порядка проведения сбора информации с третьими лицами, вовлеченными в реализацию проекта: руководством предприятий и организаций, органами власти, средствами массовой информации (СМИ), полицией, представителями общественных организаций и различных социальных групп; | | | | | | | | |
| Подготовка полного комплекта отчётных материалов по этапу сбора информации (массива данных, методического отчёта, контактных ведомостей, аудиозаписей), в согласованном формате в соответствии с требованиями технического задания | | | | | | | | |
| Необходимые умения | | | Работать со специализированным оборудованием и программным обеспечением для качественных и количественных методов сбора информации в соответствии со своими функциональными обязанностями (для СATI, CAPI, CAWI, онлайн/мобильных фокус-групп, чатов, форумов, сообществ) | | | | | | | | |
| Обучать Проводить инструктаж интервьюеров по точному соблюдению правил отбора респондентов для проведения опроса; | | | | | | | | |
| Планировать работу интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей, модераторов, операторов и технических специалистов | | | | | | | | |
| Работать с техническими устройствами, применяемыми для сбора информации; | | | | | | | | |
| Использовать программное обеспечение для статистической обработки данных; | | | | | | | | |
| Работать с массивами данных, проводить их слияние, перевзвешивание; | | | | | | | | |
| Взаимодействовать с органами власти | | | | | | | | |
| Необходимые знания | | | Методологические требования к методам сбора информации: опросу, анализу документальных источников, наблюдению | | | | | | | | |
| Типы выборки и методы ее реализации на объекте | | | | | | | | |
| Методы отбора респондентов для проведения опроса; | | | | | | | | |
| Основы управления персоналом, тайм-менеджмент | | | | | | | | |
| Основы делового этикета профессиональный кодекс российских социологов | | | | | | | | |
| Основы Трудового законодательства Российской Федерации; | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | |
| Другие характеристики | | | - | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **3.2.3. Трудовая функция** | | | | | | | | | | |
| Наименование | Контроль собранных данных для последующей первичной обработки | | | | Код | В/03.6 | | Уровень (подуровень) квалификации | | 6 |
|  | | | | | | | | | | |
| Происхождение трудовой функции | | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала | | |  | |  | |
|  | |  | | | | | Код оригинала | | Регистрационный номер  профессионального стандарта | |
|  | |  | | | | | | | | |
| Трудовые действия | | Визуальный контроль и контроль программными средствами полноты и достоверности собранных данных; | | | | | | | | |
| Выборочный телефонный/адресный контроль и проверка маршрутных листов для оценки качества сбора данных и их соответствия требованиям отбора респондентов | | | | | | | | |
| Контроль качества сбора данных с использованием технических средств (аудио- и видео- записи, координаты и фотографии мест сбора данных). | | | | | | | | |
| При использовании онлайн-панелей – применение релевантных процедур контроля качества онлайн-интервью: контроль через веб-интерфейс качества ввода ответов респондентами, отслеживание множественных регистраций в панели, длительности заполнения анкеты. | | | | | | | | |
| Проверка соответствия итоговой выборки исходной модели по структуре и объемам; | | | | | | | | |
| Коррекция выборки в соответствии с исходной моделью (ремонт выборки); | | | | | | | | |
| Необходимые умения | | Применять методы выборочного контроля; | | | | | | | | |
| Контролировать полноту и достоверность собранных данных; | | | | | | | | |
| Работать с вторичными источниками (результатами социологических опросов, статистическими данными); | | | | | | | | |
| Контролировать качество онлайн-интервью; | | | | | | | | |
| Применять методы сбора данных с использованием технических средств; | | | | | | | | |
| Выстраивать межличностное взаимодействие, мотивировать сотрудников, оказывать поддержку в стрессовых ситуациях. | | | | | | | | |
| Необходимые знания | | Методы прикладных социологических исследований; | | | | | | | | |
| Основные понятия и типы выборочного метода в социологическом исследовании; | | | | | | | | |
| Процедуры контроля качества онлайн интервью; | | | | | | | | |
| Правила построения основных типов выборки; | | | | | | | | |
| Основы планирования процессов, тайм-менеджмента; | | | | | | | | |
| Функциональные особенности распространённых приложений, предназначенных для обработки электронной документации, работы с электронной почтой; | | | | | | | | |
| Особенности языков запросов популярных поисковых систем для контент-анализа вторичных источников | | | | | | | | |
| Другие характеристики | | - | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **3.2.4. Трудовая функция** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Наименование | | Описание?Регламентация процесса архивации и хранения персональных, конфиденциальных данных в соответствии с законодательством Российской Федерации и правилами международных стандартов | | | | | | | | | | | Код | | В/04.6 | | | | Уровень (подуровень) квалификации | | | | 6 |
|  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Происхождение трудовой функции | | | | | Оригинал | | | Х | | Заимствовано из оригинала | | | | | |  | | | | |  | | |
|  | | | | |  | | | | | | | | | | | Код оригинала | | | | | Регистрационный номер  профессионального стандарта | | |
|  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Трудовые действия | | | | | Инвентаризация и архивация информации, созданной в ходе исследования и хранящейся на бумажных и электронных носителях | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Принятие мер по минимизации рисков раскрытия личной информации о респонденте | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Обеспечение защиты данных от повреждений или потери. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Обеспечение сохранности данных в соответствии с Федеральным законом "О персональных данных". ( ФЗ-152 ред. от 25.07.2011), а также в соответствии с международными профессиональными кодексами Обеспечение сохранности данных в соответствии с Законодательство Российской Федерации в части требований работы с персональными данными; требования международных организаций по стандартизации, в части практики проведения социологических исследований; профессиональных кодексов компаний индустрии исследований общественного мнения и рынков | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Необходимые умения | | | | | Работать с вторичными источниками (результатами социологических опросов, статистическими данными); | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Формировать базы данных; | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Архивировать документы, выполненные на разных носителях; | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Применять программное обеспечение защиты данных от несанкционированного доступа; | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Необходимые знания | | | | | Методы прикладных социологических исследований; | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Основы делопроизводства; | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Процедуры построения баз данных; | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Основы планирования процессов, основы тайм-менеджмента; | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Функциональные особенности распространённых приложений, предназначенных для обработки электронной документации, работы с электронной почтой. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Федеральный закон "О персональных данных". (ФЗ-152 ред. от 25.07.2011) и стандарты Международной организации по стандартизации (ИСО) и Европейской Ассоциации исследователей общественного мнения и рынков (ESOMAR);  Законодательство Российской Федерации в части требований работы с персональными данными; требования международных организаций по стандартизации, в части практики проведения социологических исследований; профессиональных кодексов компаний индустрии исследований общественного мнения и рынков | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Другие характеристики | | | | | - | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **3.3. Обобщенная трудовая функция** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Наименование | Анализ, интерпретация  данных социологических и маркетинговых исследований | | | | | | | | | | | Код | | С | | | | Уровень квалификации | | | | 7 | |
|  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | | | | | | Оригинал | | | Х | | Заимствовано из оригинала | | | | | |  | | |  | | | |
|  | | | | | |  | | | | | | | | | | | Код оригинала | | | Регистрационный номер профессионального стандарта | | | |
|  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Возможные наименования должностей | | | | Аналитик-социолог | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Требования к образованию и обучению | | | | Высшее образование – специалитет или магистратура; | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Требования к опыту практической работы | | | | Не менее одного года работы в области социологических и маркетинговых исследований с предъявлением самостоятельных результатов завершенной работы. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Особые условия допуска к работе | | | | - | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Другие характеристики | | | | Рекомендуется дополнительное профессиональное образование – программы повышения квалификации или программы профессиональной переподготовки в области социологических исследовательских методов с применением современного оборудования и программного обеспечения | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| - | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Наименование документа | | | Код | | | | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ОКЗ | | |  | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2431 | | | | Специалисты по рекламе и маркетингу | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2432 | | | | Специалисты по связям с общественностью | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2632 | | | | Социологи, антропологи и специалисты родственных занятий | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ~~ОКВЭД~~ | | | ~~72.2~~ | | | | ~~Научные исследования и разработки в области общественных и гуманитарных наук~~ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ~~73.2~~ | | | | ~~Исследование конъюнктуры рынка и изучение общественного мнения~~ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ЕТКС или ЕКС | | |  | | | | - | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ОКСО, ~~ОКНПО~~ или ОКСВНК | | |  | | | | - | | | | | | | | | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **3.3.1. Трудовая функция** | | | | | | | | | | |
| Наименование | Описание, объяснение, прогнозирование социальных явлений и процессов на основе результатов социологических и маркетинговых исследований | | | | Код | С/01 | | Уровень (подуровень) квалификации | | 7 |
|  | | | | | | | | | | |
| Происхождение трудовой функции | | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала | | |  | |  | |
|  | |  | | | | | Код оригинала | | Регистрационный номер  профессионального стандарта | |
|  | |  | | | | | | | | |
| Трудовые действия | | Анализ данных социологического и маркетингового исследования с применением соответствующего программного обеспечения | | | | | | | | |
| Интерпретация результатов анализа данных социологического и маркетингового исследования | | | | | | | | |
| Необходимые умения | | Анализировать и оценивать информационные источники, научные тексты, результаты других исследований; | | | | | | | | |
| Анализировать количественные и текстовые данные социологического и маркетингового исследования | | | | | | | | |
| Интерпретировать полученные результаты адекватно поставленным исследовательским задачам | | | | | | | | |
| Оценивать роль исследовательских данных в решении социальных проблем | | | | | | | | |
| Применять группировку и типологизацию социальных явлений и процессов | | | | | | | | |
| Использовать концепции социальных наук для объяснения и прогнозирования социальных явлений и процессов | | | | | | | | |
| Использовать программное обеспечение для анализа данных в социологии и маркетинге; | | | | | | | | |
| Давать независимую, самостоятельную оценку научному тексту по итогам исследования; | | | | | | | | |
| Использовать результаты анализа и интерпретации данных социологического исследования для формулирования управленческих предложений и задач | | | | | | | | |
| Необходимые знания | | Социологическая теория и методы социологических исследований; | | | | | | | | |
| Методологические основы социологического исследования | | | | | | | | |
| Основы анализа количественных и текстовых данных | | | | | | | | |
| Программные продукты для анализа социологических данных. | | | | | | | | |
| Другие характеристики | | - | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **3.3.2. Трудовая функция** | | | | | | | | | | | |
| Наименование | Составление и оформление итоговых документов по результатам социологического и маркетингового исследования | | | | | Код | С/02 | | Уровень (подуровень) квалификации | | 7 |
|  | | | | | | | | | | | |
| Происхождение трудовой функции | | Оригинал | Х | | Заимствовано из оригинала | | |  | |  | |
|  | |  | | | | | | Код оригинала | | Регистрационный номер  профессионального стандарта | |
|  | |  | | | | | | | | | |
| Трудовые действия | | Разработка научно-аналитических материалов по результатам социологического и маркетингового исследования: итогового аналитического отчета, презентации на его основе, резюме с выводами и рекомендациями; | | | | | | | | | |
| Подготовка профессиональной отчетно-технической документации (базы данных по результатам массовых опросов, контент-анализа документальных источников; транскриптов фокус - групп, глубинных, фокусированных интервью, видео - и аудиозаписей; отчета по результатам контроля качества работы по сбору информации, контактных ведомостей); | | | | | | | | | |
| Оформление отчета по итогам социологического и маркетингового исследования в соответствии с требованиями заказчика или внутренними требованиями компании; | | | | | | | | | |
| Разработка предложений по постановке и решению управленческих задач на основе результатов социологического и маркетингового исследования | | | | | | | | | |
| Необходимые умения | | Структурировать информацию; | | | | | | | | | |
| Анализировать и оценивать информационные источники, научные тексты, результаты других исследований; | | | | | | | | | |
| Давать независимую, самостоятельную оценку научному тексту; | | | | | | | | | |
| Получать социологическую и маркетинговую информацию из различных типов источников | | | | | | | | | |
| Составлять структурированную библиографию для разработки темы социологического и маркетингового исследования; | | | | | | | | | |
| Составлять аналитические отчеты, презентации, аналитические записки по итогам социологического исследования; | | | | | | | | | |
| Оформлять профессиональную научно-техническую документацию исследования; | | | | | | | | | |
| Формулировать управленческие задачи и пути их решения на основе результатов исследования | | | | | | | | | |
| Необходимые знания | | Особенности методов социологического исследования (интервью; наблюдение; эксперимент; фокус-группа; опрос экспертов; изучение документов, статистических данных, содержащих необходимые сведения по выдвинутым задачам и гипотезам); | | | | | | | | | |
| Нормативные документы по оформлению научно-технической документации и научных и методических отчетов по итогам исследования | | | | | | | | | |
| Федеральный закон "О персональных данных". ( ФЗ-152 ред. от 25.07.2011) и международный профессиональный кодекс Международной организации по стандартизации (ISO 20252) и Международный Кодекс практики маркетинговых и социологических исследований ESOMAR (European Society Of Opinion and Market Research)  Законодательство Российской Федерации в части требований работы с персональными данными; требования международных организаций по стандартизации, в части практики проведения социологических исследований; профессиональных кодексов компаний индустрии исследований общественного мнения и рынков | | | | | | | | | |
| Другие характеристики | | - | | | | | | | | | |
| **3.3.3. Трудовая функция** | | | | | | | | | | | |
| Наименование | Представление результатов исследования различным аудиториям | | | | | Код | С/03 | | Уровень (подуровень) квалификации | | 7 |
|  | | | | | | | | | | | |
| Происхождение трудовой функции | | Оригинал | | Х | Заимствовано из оригинала | | |  | |  | |
|  | |  | | | | | | Код оригинала | | Регистрационный номер  профессионального стандарта | |
|  | |  | | | | | | | | | |
| Трудовые действия | | Подготовка информационно-аналитических материалов и профессиональных публикаций по результатам социологических и маркетинговых исследований; | | | | | | | | | |
| Презентация результатов социологического и маркетингового исследования различным аудиториям: заказчику, научному сообществу, в общественно-публичной сфере; | | | | | | | | | |
| Использование Представление результатов социологических исследований в практико-ориентированном обучении персонала организации методике и методам социологического исследования | | | | | | | | | |
| Необходимые умения | | Составлять структурированную библиографию для разработки темы исследования; | | | | | | | | | |
| Применять различные приемы представления и визуализации полученных результатов с учетом особенностей аудитории; | | | | | | | | | |
| Формулировать управленческие задачи на основе исследовательских результатов | | | | | | | | | |
| Проводить практико-ориентированное обучение методике и методам социологического исследования | | | | | | | | | |
| Необходимые знания | | Правила оформления научных публикаций в отечественных и зарубежных социологических журналах, журналах по маркетингу | | | | | | | | | |
| Приемы представления и визуализации результатов социологического и маркетингового исследования; | | | | | | | | | |
| Другие характеристики | | - | | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **3.4. Обобщенная трудовая функция** | | | | | | | | | | |
| Наименование | Совершенствование методов проведения социологических и маркетинговых исследований | | | | Код | D | | Уровень квалификации | | 7 |
|  | | | | | | | | | | |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала | | |  | |  | |
|  | |  | | | | | Код оригинала | | Регистрационный номер профессионального стандарта | |
|  | | | | | | | | | | |
| Возможные наименования должностей | | Ведущий аналитик – социолог | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| Требования к образованию и обучению | | Высшее образование – специалитет или магистратура | | | | | | | | |
| Требования к опыту практической работы | | Не менее трех лет проведения социологических и маркетинговых исследований с предъявлением самостоятельных результатов завершенной теоретико-методологической работы | | | | | | | | |
| Особые условия допуска к работе | | - | | | | | | | | |
| Другие характеристики | | Рекомендуется дополнительное профессиональное образование – программы повышения квалификации или программы профессиональной переподготовки в области социологических исследовательских методов с применением современного оборудования и программного обеспечения | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | | |
| Наименование документа | Код | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
| ОКЗ |  |  |
|  |  |
| 2431 | Специалисты по рекламе и маркетингу |
| 2432 | Специалисты по связям с общественностью |
| 2632 | Социологи, антропологи и специалисты родственных занятий |
|  |  |
| ЕТКС или ЕКС |  | - |
| ОКСО, ~~ОКНПО~~ или ОКСВНК |  | - |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **3.4.1. Трудовая функция** | | | | | | | | | | |
| Наименование | Разработка моделей и методов описания и объяснения социальных явлений и процессов | | | | Код | D/01.7 | | Уровень (подуровень) квалификации | | 7 |
|  | | | | | | | | | | |
| Происхождение трудовой функции | | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала | | |  | |  | |
|  | |  | | | | | Код оригинала | | Регистрационный номер  профессионального стандарта | |
|  | |  | | | | | | | | |
| Трудовые действия | | Выявление и описание существующих и прогнозируемых экономических, политических или социальных проблем в масштабах общества, отдельных социальных групп, организаций; | | | | | | | | |
| Применение социологических теорий для построения описательных, объяснительных и прогнозных моделей социальных явлений и процессов; | | | | | | | | |
| Совершенствование социологических концепций описания и объяснения социальных явлений и процессов; | | | | | | | | |
| Разработка стратегий управления социологическими и маркетинговыми проектами, учет и оценка рисков. | | | | | | | | |
| Необходимые умения | | Оценивать роль исследовательских данных в решении социальных проблем; | | | | | | | | |
| Осуществлять группировку и типологизацию социальных явлений и процессов; | | | | | | | | |
| Использовать концепции социальных наук для построения моделей объяснения и прогнозирования; | | | | | | | | |
| Управлять проектами социологических и маркетинговых исследований | | | | | | | | |
| Оценивать риски принятия управленческих решений на основе результатов социологических и маркетинговых исследований. | | | | | | | | |
| Оценивать сильные и слабые стороны моделей социологического объяснения; | | | | | | | | |
| Необходимые знания | | Современные социологические теории; | | | | | | | | |
| Основные закономерности протекания комплексных социальных процессов и механизмы функционирования основных социальных общностей; | | | | | | | | |
| Теоретические логики, применяемые для построения социологического объяснения; | | | | | | | | |
| Системы критериев, применяемые для критической оценки научной теории; | | | | | | | | |
| Методы сбора и анализа социологической информации; | | | | | | | | |
| Другие характеристики | | - | | | | | | | | |
| **3.4.2. Трудовая функция** | | | | | | | | | | |
| Наименование | Совершенствование и разработка методов сбора и анализа социологической информации | | | | Код | D/02 | | Уровень (подуровень) квалификации | | 8 |
|  | | | | | | | | | | |
| Происхождение трудовой функции | | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала | | |  | |  | |
|  | |  | | | | | Код оригинала | | Регистрационный номер  профессионального стандарта | |
|  | |  | | | | | | | | |
| Трудовые действия | | Разработка предложений по совершенствованию технологических процессов, методов сбора и анализа информации в социологическом и маркетинговом исследовании; | | | | | | | | |
| Освоение и адаптация новых технологий и методов сбора и анализа социологической информации; | | | | | | | | |
| Разработка и внедрение новых технологий и методов сбора и анализа социологической информации. | | | | | | | | |
| Необходимые умения | | Управлять социологическими проектами; | | | | | | | | |
| Применять методы сбора социологической информации; | | | | | | | | |
| Анализировать и интерпретировать социологическую информацию, полученную в ходе и по итогам исследования; | | | | | | | | |
| Применять новые методы, процессы, технологии обработки социологической информации | | | | | | | | |
| Необходимые знания | | Основные закономерности протекания комплексных социальных процессов и механизмы функционирования основных социальных общностей; | | | | | | | | |
| Методы сбора и анализа социологической информации; | | | | | | | | |
| Основы управления проектами | | | | | | | | |
| Другие характеристики | | - | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **3.5. Обобщенная трудовая функция** | | | | | | | | | | | |
| Наименование | Социологическая экспертиза и консалтинг на основе результатов социологических и маркетинговых исследований | | | | | Код | E | | Уровень квалификации | | 7 |
|  | | | | | | | | | | | |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | | Оригинал | | Х | Заимствовано из оригинала | | |  | |  | |
|  | |  | | | | | | Код оригинала | | Регистрационный номер профессионального стандарта | |
|  | | | | | | | | | | | |
| Возможные наименования должностей | | Эксперт-специалист в области социологической экспертизы социологических и маркетинговых исследований,  Консультант-специалист в области социологической экспертизы и применения её результатов в социальной сфере. | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | |
| Требования к образованию и обучению | | Высшее образование : специалитет, магистратура: | | | | | | | | | |
| Требования к опыту практической работы | | При наличии квалификации специалист, магистр - не менее восьми лет проведения социологических и маркетинговых исследований с предъявлением самостоятельных результатов завершенной работы. | | | | | | | | | |
| Особые условия допуска к работе | | - | | | | | | | | | |
| Другие характеристики | | Рекомендуется дополнительное профессиональное образование – программы повышения квалификации или программы профессиональной переподготовки в области социологических исследовательских методов с применением современного оборудования и программного обеспечения | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | |
| Наименование документа | | | Код | | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности | | | | | | |
| ОКЗ | | |  | |  | | | | | | |
|  | |  | | | | | | |
| 2431 | | Специалисты по рекламе и маркетингу | | | | | | |
| 2432 | | Специалисты по связям с общественностью | | | | | | |
| 2632 | | Социологи, антропологи и специалисты родственных занятий | | | | | | |
|  | |  | | | | | | |
| ОКВЭД | | | 72.2 | | Научные исследования и разработки в области общественных и гуманитарных наук | | | | | | |
| 73.2 | | Исследование конъюнктуры рынка и изучение общественного мнения | | | | | | |
| ЕТКС или ЕКС | | |  | | - | | | | | | |
| ОКСО, ОКНПО или ОКСВНК | | |  | | - | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **3.5.1. Трудовая функция** | | | | | | | | | | |
| Наименование | Проведение социологической экспертизы стратегий, мероприятий; качества исследований; | | | | Код | E/01 | | Уровень (подуровень) квалификации | | 7 |
|  | | | | | | | | | | |
| Происхождение трудовой функции | | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала | | |  | |  | |
|  | |  | | | | | Код оригинала | | Регистрационный номер  профессионального стандарта | |
|  | |  | | | | | | | | |
| Трудовые действия | |  | | | | | | | | |
| Отбор экспертов для проведения экспертизы результатов внедрения социальных, политических, экономических, маркетинговых и управленческих стратегий, программ, бизнес-решений с использованием инструмента социологических исследований; оценка результатов политических, экономических решений для социальной сферы; | | | | | | | | |
| Анализ экспертных заключений | | | | | | | | |
| Оценивать риски внедрения результатов социальных проектов и мероприятий | | | | | | | | |
| Оформление результатов социологической экспертизы. | | | | | | | | |
| Необходимые умения | | Анализировать программы, стратегии, управленческие решения в политике , экономике, социальной сфере; | | | | | | | | |
| Разрабатывать системы критериев, показателей, норм в соответствии с целью социологической экспертизы; | | | | | | | | |
| Определять генеральную совокупность специалистов экспертов в исследуемой области; | | | | | | | | |
| Проводить отбор экспертов-специалистов в зависимости от цели экспертизы | | | | | | | | |
| Организовать работу экспертов и вести диалог с заказчиком | | | | | | | | |
| Применять международную нормативно правовую документацию к социологический анализу маркетинговых, проектов и мероприятий | | | | | | | | |
| Необходимые знания | | Основы экономики, менеджмента, маркетинга, социальной политики | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | |
| Нормативно-правовые требования к экспертам | | | | | | | | |
| Модели экспертизы | | | | | | | | |
| Требования к оценке программ, стратегий, политических решений; требования к качеству исследований | | | | | | | | |
| Экспертные сообщества в экономике, бизнесе, политическом и медиа-маркетинге; | | | | | | | | |
| Требования к экспертному заключению; | | | | | | | | |
| Другие характеристики | | - | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **3.5.2. Трудовая функция** | | | | | | | | | | | | | |
| Наименование | | Консультирование по вопросам применения результатов социологических и маркетинговых исследований | | | | Код | E/02 | | | Уровень (подуровень) квалификации | | | 7 |
|  | | | | | | | | | | | | | |
| Происхождение трудовой функции | | | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала | | |  | | | |  | |
|  | | |  | | | | | Код оригинала | | | | Регистрационный номер  профессионального стандарта | |
|  | | |  | | | | | | | | | | |
| Трудовые действия | | | Разработка предложений и рекомендаций по улучшению социальных программ и стратегий, принятия управленческих решений; | | | | | | | | | | |
| Консультирование по вопросам формирования стратегий, принятия управленческих решений в социальной сфере | | | | | | | | | | |
| Консультирование по вопросам развития рынков | | | | | | | | | | |
| Необходимые умения | | | Осуществлять критический анализ программ, стратегий, управленческих решений в социальной сфере | | | | | | | | | | |
| Разрабатывать критерии, системы показателей, норм в соответствии с целью консультирования; | | | | | | | | | | |
| Анализировать и прогнозировать развитие рынков | | | | | | | | | | |
| Анализировать возможности снижения рисков для заказчика | | | | | | | | | | |
| Необходимые знания | | | Основы экономики, менеджмента, маркетинга, социальной политики; | | | | | | | | | | |
| Принципы и особенности формирования политики в социальной, культурной, экономической сфере | | | | | | | | | | |
| Результаты экспертных исследований в социальной, культурной, экономической сфере | | | | | | | | | | |
| Требования международных нормативных документов,  этических кодексов профессии. | | | | | | | | | | |
| Другие характеристики | | | - | | | | | | | | | | |
| **IV. Сведения об организациях-разработчиках**  **профессионального стандарта** | | | | | | | | | | | | | |
| 4.1.Ответственная организация – разработчик | | | | | | | | | | | | | |
| Ассоциация региональных социологических центров «Группа 7/89» | | | | | | | | | | | | | |
| (наименование организации) | | | | | | | | | | | | | |
|  | Председатель Ассоциации 2015-2016гг/ Руководитель рабочей группы по разработке стандарта, к.ф.н.  Иванов Павел Вячеславович/Рыбакова Ольга Викторовна | | | | | | | |  | |  | | |
|  | (должность и ФИО руководителя) | | | | | | | |  | | (подпись) | | |
| 4.2.Наименования организаций, привлеченных к разработке | | | | | | | | | | | | | |
| 1. | Фонд содействия изучению общественного мнения "ВЦИОМ", г. Москва | | | | | | | | | | | | |
| 2. | Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва | | | | | | | | | | | | |
| 3. | Департамент социологии Национального Исследовательского университета Высшей школы экономики, г. Москва | | | | | | | | | | | | |
| 4. | Отдел мониторинга и проведения исследований Главного управления территориальной политики Московской области, г. Москва | | | | | | | | | | | | |

2.Общероссийский классификатор занятий.

3.Общероссийский классификатор видов экономической деятельности.

4.Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих.

5.Общероссийский классификатор специальностей по образованию.

6.Общероссийский классификатор специальностей высшей научной квалификации.