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 предъявляютсяДля бакалавра опыт работы не требуетсяДопускается 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 данныхЗаконодательство 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.