

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ  
СТАНДАРТ СПЕЦИАЛИСТА ПО  
СВЯЗЯМ С  
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

*Российская Ассоциация по связям с общественностью*



**RASO**

## Часть 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### 1.1. Предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики, (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов)

---

События последних лет особенно демонстрируют стратегическую для развития общества роль коммуникаций, которая может быть как стабилизирующей, так и дестабилизирующей, ведущей общество к развитию или же к деградации.

В коммуникационной среде определяются контуры будущего, самоопределяются и организуются сообщества, рождаются инновации, прирастает человеческий капитал.

Фундаментальная задача PR – стратегическое управление этой коммуникационной средой в условиях повышения общественной и информационной прозрачности, организация в ней процессов, которые способствуют общественному изменению и развитию в целом через создание и поддержание:

- Репутационного и социального капиталов;
- Новых устойчивых общественных связей;
- Коллективных ценностей;
- Механизмов продуктивной коммуникации (коммуникации, порождающей новые знания, смыслы, идеи, проекты);
- Обеспечение доступности и достоверности информации.

### 1.2. Перспективы развития профессиональной деятельности по связям с общественностью на ближайшие годы

---

- Сближение деятельности по связям с общественностью с другими управленческими технологиями и сферами деятельности, увеличение стратегической роли деятельности по связям с общественностью;
- Рост спроса на антикризисные коммуникации, который обусловлен как нестабильной конъюнктурой мировой экономики, так и ускоряющимся темпом распространения информации, сделавшей информационные кризисы более частыми, а кризисные коммуникации неотъемлемой частью профессии;

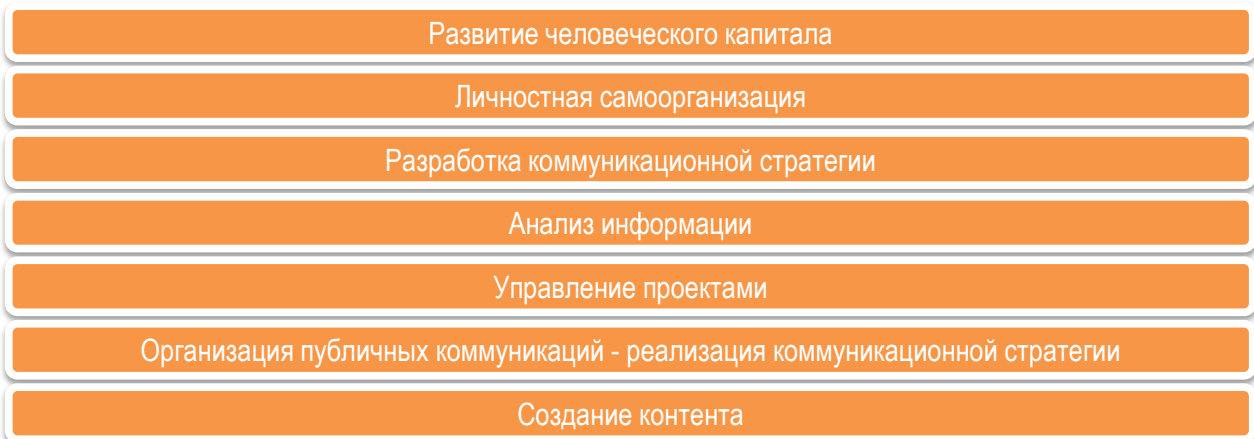
- Возрастание дифференциации целевых групп и коммуникационных инструментов, повышение адресности коммуникаций и внимания к таргетированию коммуникационных кампаний;
- Рост запроса на установление доверия и открытых взаимодействий государства, бизнеса и общественности, в том числе усиление фактора КСО. Увеличение спроса на услуги по развитию внутрикорпоративных коммуникаций и коммуникационный менеджмент социальной деятельности компании;
- Рост значимости внутренних коммуникаций как важной составляющей бизнес-процесса;
- Усиление локальных и региональных субъектов, рост их коммуникационной активности, сопровождаемый повышением интересов общественности к местной повестке;
- Систематизация информационной среды и появление новых возможностей измерений и аналитики информационного контекста;
- Развитие методов оценки эффективности деятельности по связям с общественностью, в том числе включение результатов корпоративной деятельности в области PR в показатели эффективности корпораций в целом;
- Увеличение объёмов информации, усиление конкуренции за дефицитный ресурс внимания и, как следствие, рост популярности таких форм «упаковки» информации, как визуализация и создание историй;
- Развитие интегрированных коммуникаций, сочетающих возможности традиционных и новых каналов коммуникации, а также различные типы коммуникационного инструментария;
- Развитие цифровых и мобильных коммуникаций, появление новых инструментов и платформ для социального взаимодействия;
- Институционализация отрасли, обусловленная сменой поколений и сопровождающим её процессом передачи управленческих функций от владельцев бизнеса профессиональным наемным менеджерам;
- Понимание обществом места и идентификация им специалиста по связям с общественностью, определение и принятие общественной и корпоративной функции деятельности по связям с общественностью.

## Часть 2. ОБОБЩЁННЫЕ ТРУДОВЫЕ ФУНКЦИИ И УРОВНИ КВАЛИФИКАЦИИ

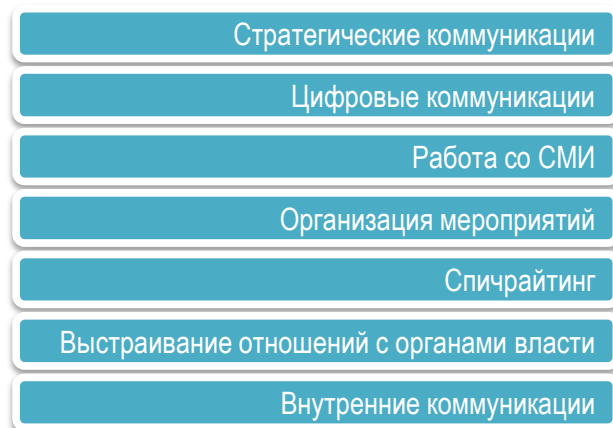
### 2.1. Обобщённые трудовые функции профессиональной деятельности по связям с общественностью (основные специализации)

---

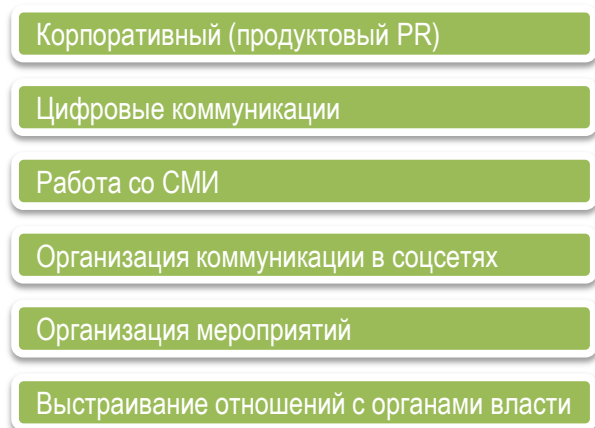
#### БАЗОВЫЕ ФУНКЦИИ



#### СПЕЦИАЛИЗАЦИИ (КОРПОРАТИВНЫЙ PR)



#### СПЕЦИАЛИЗАЦИИ (АГЕНТСТВА)



## 2.2. Описание обобщенных трудовых функций

### Обобщенная трудовая функция: Развитие человеческого капитала и самоорганизация

| Трудовая функция   | Варианты, детализация трудовой функции  | Необходимые компетенции, знания  |
|--|---|--|
| 1. Выстраивание и реализация личной долгосрочной профессиональной стратегии развития   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Проектирование личного профессионального будущего;</li> <li>• Постоянное повышение собственного профессионального уровня.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знание техник работы с персональным будущим;</li> <li>• Способность к построению персональной образовательной траектории.</li> </ul>    |
| 2. Управление личными ресурсами  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление временем;</li> <li>• Управление здоровьем;</li> <li>• Управление мотивацией;</li> <li>• Управление личной энергетикой (физической и психической).</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знание основ тайм-менеджмента;</li> <li>• Знание основ самоорганизации.</li> </ul>  |
| 3. Обеспечение личной профессиональной эффективности в стрессовой и меняющейся внешней среде, соответствия решений и действий меняющимся требованиям рынка, компании, клиента и т.д. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Анализ и оценка ситуации, динамики и трендов внутренних и внешних изменений, источников стресса;</li> <li>• Смена целей и инструментов их достижения.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знание основ тайм-менеджмента.</li> </ul>   |
| 4. Соблюдение этики деловых отношений с партнерами, клиентами, коллегами, целевыми аудиториями   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знание деловой этики и принятых профсообществом этических норм профессии.</li> </ul>  |
| 5. Участие в жизни профессионального сообщества  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Участие в отраслевых мероприятиях (конференции, мастер-классы, и т.п.);</li> <li>• Повышение персонального рейтинга в профсообществах (участие в конкурсах, рейтингах, прохождение сертификации).</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знание технологий личного брендинга;</li> <li>• Умение обобщать опыт;</li> <li>• Навыки публичных презентаций и выступлений.</li> </ul> |

### Обобщенная трудовая функция: Разработка коммуникационной стратегии

| Трудовая функция   | Варианты, детализация трудовой функции  | Необходимые компетенции, знания   |
|--------------------|---|---|
| 1. Сбор информации | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Анализ публичных и внутрикорпоративных источников</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знание технологий поиска информации онлайн и оффлайн;</li> </ul> |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>информации;</li> <li>Интервьюирование внешних и внутренних экспертов;</li> <li>Организация социологических исследований;</li> <li>Подготовка отчета.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Знание базовых технологий информационной бизнес-разведки;</li> <li>Владение методом конкурентного анализа;</li> <li>Знание методов аналитической работы с большими объемами информации;</li> <li>Знание принципов функционирования и структуры медиа-рынка конкретной отрасли;</li> <li>Знание основных методов качественных и количественных социологических исследований;</li> <li>Знание технологии экспертного интервью.</li> </ul> |
| 2. <b>Анализ ситуации</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Качественный и количественный анализ публичной информации (включая анализ информационного поля);</li> <li>Анализ миссии объекта коммуникации, актуальных бизнес-целей;</li> <li>Анализ реализованных ранее и реализуемой в настоящее время корпоративной стратегии (либо подчиненных ей стратегии бизнес-направления, продаж, маркетинга, проч.);</li> <li>Анализ целевых аудиторий (стейкхолдеров);</li> <li>Анализ действий конкурентов (бенчмаркинг);</li> <li>Подготовка аналитического отчета с выводами о коммуникационных угрозах, слабых сторонах, преимуществах и возможностях во взаимодействии с целевыми аудиториями объекта коммуникации.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Знание методов постановки и формулирования целей;</li> <li>Знание принципов обработки больших массивов информации;</li> <li>Знание основных методов и технологий анализа информационного поля;</li> <li>Знание основных методов анализа бизнес-стратегий;</li> <li>Знание принципов и методов подготовки аналитических отчетов.</li> </ul>  |
| 3. <b>Определение целевого репутационного образа компании (продукта, персоны, проч.) на основе миссии и/или ключевой корпоративной цели компании (маркетинговой задачи или частной задачи персоны)</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Формулирование основной сути желаемого восприятия;</li> <li>Создание сопутствующих «историй», всесторонне поддерживающих основное коммуникационное послание.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Знание методов постановки и формулирования целей.</li> </ul>  |
| 4. <b>Определение коммуникационной стратегии на основе общей бизнес-стратегии компании (либо стратегии конкретного направления бизнеса/продукта/персоны, в поддержку чего разрабатывается</b>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Определение коммуникационной цели, задач, основных тезисов коммуникационной кампании.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Знание принципов, методов и инструментов целеполагания;</li> <li>Знание принципов, методов и инструментария стратегического планирования коммуникаций;</li> <li>Знание типовых коммуникационных стратегий (для развития и для кризисных ситуаций);</li> <li>Знание методов и технологий</li> </ul>  |

| коммуникационная стратегия)  | формулирования ключевых посланий.   |
|--|---|
| 5. <b>Сегментация коммуникационных целей по целевым группам</b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Определение внутренних и внешних аудиторий;</li> <li>• Определение целевых рынков/сегментов/ниш (географических, продуктовых), на которых компания работает или планирует работать;</li> <li>• Определение коммуникационной тактики для выбранных целевых аудиторий.</li> </ul>  |
| 6. <b>Определение целевых результатов коммуникационной стратегии</b>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Определение качественного и количественного итогов коммуникационной кампании;</li> <li>• Постановка задач по срокам достижения целевого репутационного образа.</li> </ul>  |
| 7. <b>Разработка критериев оценки эффективности коммуникационной стратегии</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Определение KPI по основным направлениям деятельности (качественные и количественные).</li> </ul>  |
| 8. <b>Определение способа реализации коммуникационной стратегии</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Определение необходимых ресурсов (трудовых, финансовых, временных, проч.) для реализации коммуникационной стратегии с целью принятия решения об использовании или не использовании ресурсов подрядчиков либо полном аутсорсинге проекта.</li> </ul>  |
| 9. <b>Определение порядка реализации коммуникационной стратегии</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Составление графиков, планов, дорожных карт и т. д.</li> </ul>   |
| 10. <b>Интеграция коммуникационной стратегии в бизнес-стратегию</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Согласование с лицами, принимающими решение, проекта стратегии, включая коммуникационную и ресурсную части;</li> <li>• Определение границ ответственности за реализацию коммуникационной стратегии;</li> <li>• Определение и согласование с руководством механизмов взаимодействия с другими структурными подразделениями в рамках согласованной коммуникационной стратегии;</li> <li>• Трансляция коммуникационной стратегии другим подразделениям, департаментам,</li> </ul> |

ключевым персонам и т.п.

## Обобщенная трудовая функция: Анализ информации

| Трудовая функция  | Варианты, детализация трудовой функции  | Необходимые компетенции, знания  |
|---|---|--|
| 1. <b>Определение целей исследования</b>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Формулирование основных целевых показателей исследования.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знание принципов, методов и инструментов целеполагания.</li> </ul>  |
| 2. <b>Определение задач, необходимых для достижения целей</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Разработка этапов достижения поставленных целей.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знание методов проектного планирования.</li> </ul>  |
| 3. <b>Выбор методологии и инструментов</b>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Выбор способа решения сформулированных задач с максимально качественным результатом и минимальными затратами.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знание основных методов исследований различных видов (маркетинговые, социологические, медиа- и др.).</li> </ul>   |
| 4. <b>Планирование работ</b>                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Разработка календарного плана работ с учетом имеющихся сроков и ресурсов.</li> </ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знание методов проектного планирования;</li> <li>• Знание основных методов расчета трудозатрат.</li> </ul>  |
| 5. <b>Поиск информации в открытых источниках</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Качественное и количественное изучение информации из публичных источников.</li> </ul>                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знание методов работы с большими объемами информации;</li> <li>• Владение технологиями работы с бесплатными и платными поисковыми сервисами поиска информации и базами данных;</li> <li>• Знание методов работы с открытыми данными: <ul style="list-style-type: none"> <li>- государственных органов</li> <li>- коммерческих структур</li> <li>- отраслевых некоммерческих организаций;</li> </ul> </li> <li>• Знание методик работы с большими данными;</li> <li>• Знание принципов производственно-экономической деятельности предприятия;</li> <li>• Знание основ маркетинга;</li> <li>• Знание основ политологии.</li> </ul> |
| 6. <b>Поиск информации в средствах массовой информации</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Качественное и количественное изучение информационного поля объектов, тем и понятий.</li> </ul>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Владение технологиями работы со специализированными</li> </ul>  |



---

|     |   |  |  |
|-----|---|--|--|
|     |   |  | базами СМИ и аналитическими системами;   |
|     |   |  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Знание морфологии поисковых запросов;</li><li>• Знание рынка СМИ, его отраслевых особенностей.</li></ul>   |
| 7.  | <b>Обработка и структурирование результатов исследования</b>                | <ul style="list-style-type: none"><li>• Составление баз данных;</li><li>• Кодирование информации качественное и количественное.</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Знание основных методов количественного и качественного анализа информационного поля;</li><li>• Знание принципов и методов подготовки аналитических отчетов;</li><li>• Умение логически мыслить;</li><li>• Навыки работы со специализированным программным обеспечением для обработки данных;</li><li>• Владение на базовом уровне программами и средствами представления и визуализации данных.</li></ul> |
| 8.  | <b>Оформление результатов работ</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Написание и оформление отчетов, используя согласованные формы отчетов или разрабатываемые шаблоны.</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Владение на уровне опытного пользователя основными офисными программными продуктами;</li><li>• Знание орфографических, пунктуационных и стилистических норм и правил русского языка.</li></ul>   |
| 9.  | <b>Формулирование выводов и рекомендаций</b>                                | <ul style="list-style-type: none"><li>• Выявление и сопоставление фактов;</li><li>• Определение тенденций, трендов;</li><li>• Формулирование выводов на основе анализа собранной информации.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Умение лаконично и ясно формулировать мысли.</li></ul>   |
| 10. | <b>Оценка соответствия результатов анализа целям и задачам исследования</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Контроль соответствия выводов и рекомендаций целям и задачам исследования;</li><li>• Оценка эффективности проведенных кампаний.</li></ul>                      | <ul style="list-style-type: none"><li>• Знание технологий и основных методов оценки целевых и промежуточных результатов работ.</li></ul>   |
| 11. | <b>Поддержание коммуникаций со структурными подразделениями</b>             | <ul style="list-style-type: none"><li>• Презентация результатов исследования.</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Знание технологий подготовки и проведения презентаций.</li></ul>   |

---

## Обобщенная трудовая функция: Управление проектами

| Трудовая функция   | Варианты, детализация трудовой функции   | Необходимые компетенции, знания   |
|--|--|---|
| 1. <b>Формулирование проблем, целей, задач и результата проекта</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Анализ ситуации, определение проблем;</li> <li>Формулирование изменений, которые произойдут в результате реализации проекта;</li> <li>Формулирование критериев оценки результативности проекта.</li> </ul>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Знание технологии экспертного интервью;</li> <li>Знание методов аналитической работы с большими объемами информации;</li> <li>Знание принципов, методов и инструментов целеполагания (по принципам SMART и т.д.).</li> </ul>   |
| 2. <b>Описание архитектуры и среды проекта</b>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Описание внешней среды, в которой реализуется проект, возможностей и рисков, связанных с внешними обстоятельствами;</li> <li>Описание элементов и участников проекта, а также взаимосвязей между ними.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Навык анализа внешней среды, выявления факторов, могущих оказать влияние на проект.</li> </ul>   |
| 3. <b>Разработка плана и графика реализации проекта</b>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Определение этапов и их последовательности для достижения результата;</li> <li>Сопряжение этапов со сроками их реализации.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Знание методов проектного планирования.</li> </ul>   |
| 4. <b>Планирование и оптимизация ресурсов, составление сметы проекта</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Определение ресурсов, необходимых для реализации каждого этапа;</li> <li>Оценка объема или качества каждого ресурса;</li> <li>Расчет стоимости каждого ресурса;</li> <li>Подготовка сметы.</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Знание принципов бюджетирования;</li> <li>Владение на базовом уровне программами бюджетирования проектов;</li> <li>Знание основ ценообразования и налогообложения;</li> <li>Знание конъюнктуры рынка по каждому из ресурсов;</li> <li>Знание технологии составления бюджетов, смет.</li> </ul> |
| 5. <b>Подбор исполнителей и подрядчиков</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Поиск и подбор подрядчиков, предоставляющих услуги с наилучшим сочетанием цена/качество.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Знание конъюнктуры рынка.</li> </ul>   |
| 6. <b>Распределение задач между исполнителями</b>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Декомпозиция задач в проекте по исполнителям (подрядчикам);</li> <li>Формулирование задач, результата и критериев его оценки по каждому исполнителю и подрядчику.</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Знание технологий и основных методов оценки целевых и промежуточных результатов работ.</li> </ul>  |
| 7. <b>Организация внутренних коммуникаций в ходе проекта</b>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Создание инфраструктуры для коммуникаций между заказчиками, исполнителями, подрядчиками и иными заинтересованными</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Знание методов и технологий проектного планирования;</li> <li>Знание технологий организации коллективной (командной) работы;</li> </ul>  |

|   |   |  |
|---|---|--|
|   | <p>сторонами (выбор оптимальной среды для коммуникации, организация банка информации и т.п.);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Формулировка правил коммуникации (частота и порядок коммуникаций между участниками);</li> <li>• Корректировка планов.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знание основ психологии;</li> <li>• Знание основ конфликтологии.</li> </ul>   |
| 8. <b>Координация работ по проекту</b>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Обеспечение своевременного начала и окончания работ всеми исполнителями проекта для соблюдения графика и сметы проекта;</li> <li>• Своевременное обеспечение проекта необходимыми ресурсами.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знание методов проектного планирования;</li> <li>• Знание современных технологий организации коллективных работ;</li> <li>• Знание технологий тайм-менеджмента.</li> </ul>  |
| 9. <b>Подготовка документов, организация документооборота по проекту</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Документарный анализ проекта (определение юридических, организационных и финансовых документов, необходимых для реализации проекта);</li> <li>• Разработка системы документооборота проекта (уточнение и согласование систем документооборота сторон-участниц проекта, включение сотрудника в систему делопроизводства и т.д.);</li> <li>• Разработка документов проекта (получение или разработка типовых/шаблонных документов, взаимодействие со смежными функциями в части подготовки документов, обеспечение согласования документов);</li> <li>• Обеспечение документооборота в ходе проекта (подготовка необходимой документации, взаимодействие со смежными функциями и контрагентами в части подготовки документов и документооборота);</li> <li>• Архивирование (организация системы хранения документов, обеспечение доступа сотрудников к документации).</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знание основ юриспруденции и налогообложения;</li> <li>• Знание основных типов финансовых и юридических документов, используемых в коммерческой и административно-хозяйственной деятельности;</li> <li>• Знание актуальных программных средств, принятых для осуществления делопроизводства;</li> <li>• Знание технологий делового администрирования;</li> <li>• Знание систем документооборота, распространенных в стране, отрасли, компаниях-участницах проекта;</li> <li>• Знание принципов и технологий каталогизации.</li> </ul> |
| 10. <b>Приемка и оценка работ, выполненных исполнителями и подрядчиками</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Оценка результатов работ исполнителей и подрядчиков в соответствии с установленными критериями;</li> <li>• Выполнение функции внутреннего заказчика перед представлением итогов работ заказчику(клиенту/руководству).</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знание юридических и организационных особенностей приемки работ и услуг.</li> </ul>   |

|  |  |   |
|--|--|---|
| 11. <b>Информирование клиента о ходе проекта и результатов проекта</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Подготовка промежуточных отчетов;</li> <li>• Подготовка итогового отчета по проекту.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знание деловой этики и принятых профсообществом этических норм профессии;</li> <li>• Владение на базовом уровне программами и средствами представления и визуализации данных.</li> </ul> |
| 12. <b>Анализ итогов и обратной связи</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Анализ проекта по критериям оценки результата;</li> <li>• Получение и анализ обратной связи от заказчика (клиента/руководства), исполнителей и подрядчиков;</li> <li>• Разработка рекомендаций для минимизации рисков аналогичных проектов в дальнейшем.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знание принципов и методов подготовки аналитических отчетов;</li> <li>• Владение на базовом уровне программами и средствами визуализации данных.</li> </ul>                              |

### Обобщенная трудовая функция: Реализация коммуникационной стратегии

| Трудовая функция  | Варианты, детализация трудовой функции   | Необходимые компетенции, знания  |
|---|--|--|
| 1. <b>Тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</b>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Детализация (содержание, сроки, бюджет, ресурсы) проектов, предложенных в рамках коммуникационной стратегии</li> <li>• Разработка годового, квартального, месячного плана мероприятий по реализации коммуникационной стратегии.</li> </ul>                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знание методов проектного планирования;</li> <li>• Знание методов и технологий делового администрирования;</li> <li>• Понимание бизнес- и коммуникационных индикаторов;</li> <li>• Знание методов и инструментов тактического планирования коммуникаций;</li> <li>• Знание методов и инструментов медиа-планирования;</li> <li>• Знание принципов бюджетирования;</li> <li>• Владение на базовом уровне программами бюджетирования проектов.</li> </ul> |
| 2. <b>Определение, описание и анализ стейкхолдеров и коммуникационной среды для реализации стратегии коммуникаций</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Определение и анализ стейкхолдеров;</li> <li>• Определение и анализ среды для коммуникаций (медиа, экспертные площадки и пр.);</li> <li>• Оценка изменений в бизнес и коммуникационной стратегии в связи с выбором того или иного стейкхолдера для коммуникации.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Проектирование и расшифровка результатов маркетинговых, репутационных, медийных и прочих исследований (качественные и количественные);</li> <li>• Понимание системы стейкхолдеров компании, их влияния на компанию (на стратегию, коммуникацию и пр.);</li> <li>• Анализ среды для коммуникации и навыки работы с постоянно меняющейся средой;</li> <li>• Понимание специфики раскрытия информации в компаниях разных типов.</li> </ul>                 |

---

|   |   |   |
|---|---|---|
| <b>3. Планирование и организация системы коммуникации в организации</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Разработка коммуникационной / информационной политики, правил и гайдлайнов по работе с медиа, социальными сетями и пр.;</li><li>• Управление раскрытием информации.</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Знание принципов проектирования сложных коммуникационных и организационных систем;</li><li>• Навыки подготовки корпоративных документов;</li><li>• Знание специфики коммуникаций с различными типами целевых аудиторий.</li></ul>   |
| <b>4. Проработка содержания коммуникации</b>                            | <ul style="list-style-type: none"><li>• Разработка и выпуск пакета информационных материалов (информация о компании, буклеты, справки, пресс-портреты, информация о проектах, Q&amp;A и пр.), включая разработку контента, визуализацию и производство;</li><li>• Удержание целостности и единства коммуникации в различных каналах коммуникации (СМИ, интернет, сервис, реклама и пр.).</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Навыки работы со смыслами, содержанием коммуникации;</li><li>• Копирайтинг;</li><li>• Знание принципов работы с дизайнерами, программистами, разработчиками и пр.;</li><li>• Навыки работы с продакшн-компаниями (типографии, разработчики программного обеспечения и пр.);</li><li>• Умение разрабатывать технические задания под разные типы задач;</li><li>• Понимание каналов коммуникации вне традиционного пула (точки продаж, реклама, клиентский сервис и пр.).</li></ul> |
| <b>5. Организация взаимодействия со средствами массовой информации</b>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Медиа-планирование;</li><li>• Генерация постоянного новостного потока;</li><li>• Организация онлайн- и офлайн-коммуникации с представителями СМИ;</li><li>• Организация и развития программ лояльности СМИ;</li><li>• Запуск информационных волн от лица компании и без ее формального участия;</li><li>• Использование и включение в повестку дня, формируемую со СМИ;</li><li>• Организация программ и проектов продвижения первого лица, экспертной / комментарийной, событийной кампаний.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Знание рынка СМИ, специфики СМИ отрасли;</li><li>• Знание принципов и технологий медиа-планирования;</li><li>• Знание принципов и технологий взаимодействия со СМИ; знание технологий организации мероприятий, целью которых является коммуникация;</li><li>• Понимание и анализ актуальной информационной «повестки дня».</li></ul>  |
| <b>6. Организация прямых коммуникаций</b>                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Взаимодействие со СМИ, блогерами, другими каналами распространения информации с целью минимизации публичного эффекта новости / события;</li><li>• Организация непубличных мероприятий со стейкхолдерами (например, встречи 1-на-1);</li><li>• Модерация переговоров, встреч, внутренних совещаний для достижения максимальной эффективности.</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Знание принципов и технологий взаимодействия со СМИ и другими каналами коммуникации;</li><li>• Владение техниками деловых переговоров;</li><li>• Навыки организации мероприятий;</li><li>• Знание принципов и владение техниками, приёмами модерации дискуссий, совещаний, переговоров и пр.;</li><li>• Понимание бизнес-логики, коммуникационного контекста и среды, конкретной ситуации, в которой осуществляется действие.</li></ul>   |

---

- 
- |  |  |   |
|--|--|---|
| <b>7. Организация взаимодействия с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, представляющими инфраструктуру рынка</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Идентификация ключевых экспертных организаций, экспертных групп и экспертов целевой отрасли;</li><li>• Интеграция представителей компании в экспертные сообщества;</li><li>• Организация выступлений представителей компании на мероприятиях с участием ведущих экспертов отрасли;</li><li>• Организация программ лояльности для экспертов / аналитиков;</li><li>• Инициирование и организация проектов, объединяющих интересы различных участников рынка;</li><li>• Развитие инфраструктуры рынка (в том числе информационной).</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Знание организации рынка, отдельных игроков, их стратегических и тактических интересов, отраслевых площадок, лидеров общественного мнения, коалиций и союзов игроков;</li><li>• Знание / умение организовать работу отраслевых ассоциаций, клубов, сообществ и пр.;</li><li>• Умение сконструировать и собрать проект, который будет учитывать интересы разных участников;</li><li>• Умение разрабатывать инфраструктурные проекты.</li></ul>   |
| <b>8. Организация взаимодействия с потребителями B2B и B2C</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Организация прямой коммуникации при помощи CRM- и интернет-систем (включая социальные сети, блоги и форумы и пр.);</li><li>• Стимулирование бизнес-изменений;</li><li>• Организация работы с публичными фигурами – «послами бренда», партнерами, клиентами;</li><li>• Организация клиентских мероприятий;</li><li>• Управление программами лояльности.</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Знание инструментов маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.);</li><li>• Знание организации CRM, клиентского сервиса, KPI сервисных подразделений;</li><li>• Умение общаться с клиентами в публичных информационных системах (социальные сети, интернет-форумы и блоги и пр.);</li><li>• Знание принципов коммуникаций в кризисных ситуациях;</li><li>• Знание принципов коммуникаций со сложными клиентами;</li><li>• Знание принципов работы со популярными персонами («звёздами»), лидерами общественного мнения и пр.;</li><li>• Знание технологий организации мероприятий, целью которых является коммуникация.</li></ul> |
| <b>9. Организация публичных выступлений перед аудиториями разного масштаба / публичных мероприятий</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Определение целей, задач, аудитории, площадки публичного выступления;</li><li>• Проработка логики и содержания коммуникации;</li><li>• Организация площадки коммуникации;</li><li>• Тренинг спикера.</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Знание технологий работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирайтинг и пр.);</li><li>• Знание принципов и технологий подготовки к публичным выступлениям спикером (тренинг публичных выступлений, тренинг по контенту, имиджмейкинг и пр.);</li><li>• Знание принципов организации территории проведения мероприятий, целью которых является коммуникация (организационное и техническое обеспечение, оформление и брендинг, безопасность и пр.);</li><li>• Навыки работы с аудиторией (подготовка, обеспечение дополнительными материалами и пр.).</li></ul>   |
-

---

|  |  |   |
|--|--|---|
| <b>10. Коммуникационная поддержка внешних и внутренних событий</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Разработка стратегии и тактики поддержки мероприятия</li><li>• Организация взаимодействия со СМИ (иницирование публикаций, работа с информационными партнерами и пр.)</li><li>• Организация трансляции в цифровых каналах (соцсети, сайт, Twitter-трансляция и пр.)</li><li>• Формирование контента мероприятия (презентации, фото, видео, интервью и пр.)</li><li>• Работа со спикерами на мероприятии (организация интервью, пресс-подходов и пр.)</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Знание принципов и технологий взаимодействия со СМИ</li><li>• Знанием методов проектного планирования</li></ul>   |
| <b>11. Организация цифровых коммуникаций</b>                       | <ul style="list-style-type: none"><li>• Разработка, внедрение, развитие и продвижение интернет- и интранет-систем</li><li>• Организация присутствия в социальных сетях, форумах и блогах, включая, но не ограничиваясь направлениями продукта, клиентского сервиса, корпоративной и маркетинговой коммуникации, продаж и пр.</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Знание принципов работы с дизайнерами, программистами, разработчиками и пр.</li><li>• Знание принципов работы в пространстве социальных сетей и понимание задач, которые можно решать в них</li><li>• Знание принципов коммуникаций в кризисных ситуациях</li><li>• Знание принципов коммуникаций со сложными клиентами</li><li>• Навыки работы с визуальными элементами,</li></ul>   |
| <b>12. Организация кризисных коммуникаций</b>                      | <ul style="list-style-type: none"><li>• Планирование системы кризисных коммуникаций (разработка гайдлайнов, контента, Q&amp;A, формирование кризисной коммуникационной команды, оценка кризисных сценариев и пр.)</li><li>• Реагирование в кризисных ситуациях</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Знание принципов коммуникаций в кризисных ситуациях</li><li>• Знание принципов коммуникаций со сложными клиентами</li><li>• Навыки управления коммуникационными проектами</li><li>• Знание принципов и технологий подготовки к публичным выступлениям спикером (тренинг публичных выступлений, тренинг по контенту, имиджмейкинг и пр.)</li><li>• Знание специфики коммуникаций с различными типами целевых аудиторий</li><li>•</li></ul> |
| <b>13. Оценка эффективности коммуникаций</b>                       | <ul style="list-style-type: none"><li>• Разработка системы оценки эффективности;</li><li>• Организация регулярного трекинга KPI</li><li>• Организация процедур изменений в стратегии и тактике публичной коммуникации на основе результатов трекинга</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Навыки конвертации бизнес-задач в коммуникационные задачи и индикаторы эффективности</li><li>• Знание процедур, методик качественного и количественного анализа социологических, медийных и иных данных</li><li>• Умение конвертировать результаты трекинга в изменения</li></ul>   |

---



*Расширенный стандарт реализации коммуникационной стратегии*

|   |   |  |
|---|---|--|
| <p>14. <b>Организация взаимодействия с органами государственной власти (GovernmentRelations, GR)</b></p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Определение целевых органов власти для коммуникации;</li> <li>• Выстраивание коммуникации с представителями органов власти;</li> <li>• Интеграция компании в проекты госструктур.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Понимание системы органов государственной власти, их организации, законотворческого процесса;</li> <li>• Умение выстраивать коммуникацию с чиновниками;</li> <li>• Знание специфики отрасли, отраслевых чиновников, законодательства;</li> <li>• Связи в профильных органах государственной власти.</li> </ul>  |
| <p>15. <b>Организация взаимодействия с акционерами, финансовыми аналитиками, кредитными организациями и пр., представляющими рынки капитала (InvestorRelations, IR)</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Определение коммуникационной / IR-политики;</li> <li>• Выстраивание онлайн- и офлайн-коммуникации с акционерами, инвесторами и пр.;</li> <li>• Проведение регулярных публичных мероприятий.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Построение коммуникационной политики;</li> <li>• Знание финансовых и операционных бизнес-показателей;</li> <li>• Понимание специфики sell-side и buy-side аналитиков, экспертов, акционеров;</li> <li>• Организация специальных мероприятий (например, RoadShow, Media&amp;AnalystConference и пр.).</li> </ul> |
| <p>16. <b>Организация взаимодействия с персоналом, партнерами (внутрикорпоративные коммуникации)</b></p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Формирование и развитие корпоративной культуры компании, ее трансляция на всех уровнях;</li> <li>• Формирование и развитие систем обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации;</li> <li>• Формирование коммуникационной среды организации;</li> <li>• Планирование и организация системы регулярного информирования о развитии бизнеса;</li> <li>• Разработка и проведение регулярных мотивационных офлайн- и онлайн-мероприятий для клиентов и партнеров.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знание внутренних коммуникационных систем;</li> <li>• Знание смыслов, принципов, специфики формирования и управления корпоративной культурой компании;</li> <li>• Навыки выстраивания внутренних коммуникационных систем;</li> <li>• Навыки организации мероприятий.</li> </ul>                                 |

**Обобщенная трудовая функция: Разработка контента**

| Трудовая функция  | Варианты, детализация трудовой функции   | Необходимые компетенции, знания   |
|---|--|---|
| <p>1. <b>Анализ ситуации</b></p>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Анализ контекстов, повестки дня, коммуникационных разрывов и проблем.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Навыки анализа ситуации.</li> </ul>  |
| <p>2. <b>Формулирование целевых параметров контента</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Формулировка целей и задач контента;</li> <li>• Определение целевых аудиторий, их ценностей, ожиданий и т.п.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Навык постановки коммуникативных целей;</li> <li>• Знание техник сегментирования аудиторий;</li> </ul> |



---

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Определение каналов передачи контента.</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Знание методик выделения инсайтов;</li><li>• Знание актуальной медиа-среды.</li></ul>   |
| 3. <b>Поиск и анализ информации (research)</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Работа с документами;</li><li>• Поиск информации по открытым источникам;</li><li>• Опросы и интервью.</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Знание морфологии поисковых запросов;</li><li>• Навык быстрого чтения;</li><li>• Аналитические навыки;</li><li>• Знание базовых техник проведения опросов;</li><li>• Знание базовых техник проведения интервью.</li></ul> |
| 4. <b>Определение структуры контента</b>       | <ul style="list-style-type: none"><li>• Определение жанра, основных сообщений, идей;</li><li>• Создание сценария (плана) для контента.</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Знание психологии и социологии восприятия;</li><li>• Понимание жанровых закономерностей и правил.</li></ul>   |
| 5. <b>Создание контента</b>                    |   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Знание основ фотографии;</li><li>• Знание основ видеосъемки и монтажа;</li><li>• Понимание принципов визуализации данных.</li></ul>   |
| 6. <b>Редактирование и корректура</b>          | <ul style="list-style-type: none"><li>• Проверка фактов, данных, цифр;</li><li>• Согласование цитат с авторами;</li><li>• Проверка контента на соответствие целям и сценарию, понятность, связанность;</li><li>• Проверка на соответствие требованиям канала передачи контента;</li><li>• Корректировка ошибок.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Знание орфографических, пунктуационных и стилистических норм и правил русского языка.</li></ul>   |

---

## Часть 3. ПРИЛОЖЕНИЕ: НЕОБХОДИМЫЕ ПЕРСОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

1. Готовность и способность к постоянному обучению;
2. Ответственность;
3. Внимательность;
4. Умение работать «в потоке»;
5. Рефлексивность;
6. Коммуникабельность;
7. Чувство прекрасного;
8. Проактивность;
9. Открытость переменам;
10. Стрессоустойчивость;
11. Способность быть «человеком-антенной»: улавливать сигналы изменений и трансформировать их в перемены;
12. Способность к работе в условиях неопределенности и многозадачности;
13. Способность к установлению доверия;
14. Способность к установлению межличностных связей и созданию сообществ;
15. Умение кратко и емко формулировать мысли;
16. Стратегическое мышление;
17. Системное мышление.