МОДЕЛИ КОМПЕТЕНЦИЙ Начальника

Название компетенций	1. Базовый уровень	2. Продвинутый уровень	3. Экспертный уровень
1. КОРПОРАТИВНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
2. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
3. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
Должен знать	**Нормативно-правовое и регламентное соответствие** Конституцию Республики Казахстан, Закон РК «Об акционерных обществах», Закон РК «О масс-медиа», Закон РК «О рекламе», антикоррупционное законодательство Республики Казахстан, иные нормативные правовые акты и распорядительные документы, регламентирующие деятельность Общества. **Корпоративный и организационный контекст Отдела** Устав Общества, Положение о Департаменте маркетинга и PR-продвижения и Отделе маркетинга и PR, приказы, распоряжения и инструкции Общества, Правила внутреннего трудового распорядка, Кодекс корпоративной этики и делового общения, требования в области информационной безопасности, основы охраны труда и пожарной безопасности, организационную структуру Общества, правила работы в системе электронного документооборота. **Основы маркетинговой и PR-деятельности** Базовые принципы маркетинга и PR в медиасфере, цели и задачи коммуникационной политики, требования к рекламным и PR-материалам, ограничения по прямой и косвенной рекламе, основы позиционирования бренда и взаимодействия с целевой аудиторией.	**Оперативное управление маркетингом и PR** Принципы реализации маркетинговых и PR-мероприятий, методы анализа рынка, отраслевых трендов и конкурентной среды, основы медиапланирования, подходы к оценке эффективности маркетинговых и PR-активностей. **Планирование, бюджетирование и закупочные процедуры** Методы среднесрочного и текущего планирования деятельности Отдела, основы управления бюджетом маркетинга и PR, принципы финансовой дисциплины, порядок участия в государственных закупках и договорной работе, правила подписания электронных актов и ведения финансовой отчетности. **Процессный и качественный контекст деятельности** Методы организации и координации работы Отдела, требования системы менеджмента качества, порядок учета и анализа несоответствий, применение корректирующих и предупреждающих действий, основы управления операционными и репутационными рисками.	**Стратегия маркетинга и PR Отдела** Принципы формирования и реализации стратегии маркетинга и PR Общества, методы управления репутацией и узнаваемостью бренда, инструменты исследования восприятия бренда и анализа обратной связи, подходы к адаптации коммуникационных решений к изменениям медиарынка и общественной повестки. **Управление персоналом и управленческая устойчивость** Современные подходы к организационному и кадровому менеджменту, методы оценки эффективности сотрудников, механизмы мотивации и дисциплинарной ответственности, принципы формирования кадровой устойчивости и преемственности управления. **Управление рисками и расширенная управленческая роль** Методы выявления и оценки маркетинговых и репутационных рисков, алгоритмы действий в нестандартных и кризисных ситуациях, принципы замещения руководства Подразделения и обеспечения непрерывности управленческих процессов.
Должен уметь	**Нормативно-правовое и регламентное соответствие** Применяет требования законодательства и внутренних документов Общества в деятельности Отдела. Обеспечивает соблюдение требований информационной безопасности. Организует корректное ведение документации и отчетности. **Корпоративный и организационный контекст Отдела** Осуществляет общее руководство деятельностью Отдела. Распределяет функциональные обязанности между сотрудниками. Контролирует соблюдение трудовой и исполнительской дисциплины. Организует взаимодействие Отдела с другими подразделениями Общества. **Основы маркетинговой и PR-деятельности** Организует подготовку и реализацию маркетинговых и PR-мероприятий. Контролирует соответствие материалов утверждённым целям, концепции и корпоративным регламентам. Обеспечивает базовое качество коммуникаций.	**Оперативное управление маркетингом и PR** Координирует работу сотрудников маркетинга и PR. Анализирует рынок и выявляет актуальные тренды. Использует результаты аналитики при формировании коммуникационных решений. Обеспечивает подготовку отчетов по результатам кампаний и мероприятий. **Планирование, бюджетирование и закупочные процедуры** Планирует деятельность Отдела на среднесрочный и текущий периоды. Управляет бюджетом Отдела в пределах компетенции. Контролирует целевое и рациональное использование средств. Участвует в формировании бюджета Подразделения и закупочных процедурах. **Процессное и межфункциональное взаимодействие** Выстраивает рабочие коммуникации с руководством телеканалов и подразделений Общества. Участвует в рабочих группах и совещаниях. Обеспечивает достижение KPI Отдела за счёт координации процессов и принятия своевременных управленческих решений.	**Стратегия маркетинга и PR Отдела** Формирует предложения по развитию маркетинга и PR Общества. Участвует в разработке и актуализации стратегических документов. Инициирует внедрение новых форматов продвижения и коммуникаций. Обеспечивает достижение стратегических и репутационных целей Общества. **Управление персоналом и управленческая устойчивость** Оценивает эффективность работы сотрудников Отдела. Применяет механизмы поощрения и дисциплинарной ответственности. Обеспечивает развитие профессиональных компетенций персонала и преемственность управления. **Управление рисками и расширенная управленческая роль** Системно выявляет и управляет маркетинговыми и репутационными рисками. Принимает управленческие решения в нестандартных и кризисных ситуациях. Исполняет обязанности директора или заместителя директора Подразделения в период их отсутствия, обеспечивая непрерывность управления и стабильность работы Отдела.

Начальник отдела маркетинг и Пиар
Имангалиева Лаура Асхатовна

МОДЕЛИ КОМПЕТЕНЦИЙ Главный менеджер

Название компетенций	1. Базовый уровень	2. Продвинутый уровень	3. Экспертный уровень
1. КОРПОРАТИВНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
2. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
3. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
Должен знать	**Нормативно-правовое и регламентное соответствие** Конституцию Республики Казахстан, Закон РК «Об акционерных обществах», Закон РК «О масс-медиа», Закон РК «О рекламе», антикоррупционное законодательство Республики Казахстан, иные нормативные правовые акты и распорядительные документы, регламентирующие деятельность Общества. **Корпоративный и организационный контекст** Устав Общества, Положение о Департаменте маркетинга и PR-продвижения и Отделе маркетинга и PR, приказы, распоряжения и инструкции Общества, Правила внутреннего трудового распорядка, Кодекс корпоративной этики и делового общения, требования в области информационной безопасности, основы охраны труда и пожарной безопасности, правила работы в системе электронного документооборота. **Основы маркетинговой и PR-деятельности** Базовые принципы маркетинга и PR в медиасфере, требования к рекламным и PR-материалам, ограничения по прямой и косвенной рекламе, основы позиционирования бренда и взаимодействия с целевой	**Оперативное управление маркетинговыми и PR-проектами** Принципы реализации маркетинговых и PR-мероприятий, основы медиапланирования, методы анализа рынка, отраслевых трендов и конкурентной среды, подходы к оценке эффективности маркетинговых и PR-активностей. **Договорная и проектная деятельность** Порядок подготовки и согласования договоров, коммерческих предложений и протоколов о намерениях, основы взаимодействия с подрядчиками и агентствами, требования к контролю сроков, качества и результатов выполняемых работ, правила подготовки отчетности по проектам. **Процессный и качественный контекст** Требования системы менеджмента качества, порядок учета и анализа несоответствий, основы управления операционными и репутационными рисками, внутренние регламенты и процедуры Общества.	**Аналитика и развитие маркетинга и PR** Методы комплексного анализа эффективности маркетинговых и PR-активностей, инструменты оценки влияния коммуникаций на имидж и узнаваемость бренда, подходы к трансформации аналитических данных в управленческие предложения. **Межфункциональное и внешнее взаимодействие** Принципы координации проектов с другими подразделениями Общества, механизмы взаимодействия со СМИ, подрядчиками и партнёрами, методы представления позиции Отдела на рабочих группах и совещаниях. **Управление рисками и расширенная функциональность** Методы выявления и оценки репутационных и коммуникационных рисков, алгоритмы действий в нестандартных ситуациях, принципы временного замещения сотрудников Отдела и обеспечения непрерывности процессов.
Должен уметь	**Нормативно-правовое и регламентное соответствие** Применяет требования законодательства и внутренних документов Общества. Соблюдает требования информационной безопасности. Обеспечивает корректное ведение служебной документации и отчетности. **Корпоративный и организационный контекст** Выполняет поручения руководства Отдела. Соблюдает трудовую и исполнительскую дисциплину. Организует рабочие коммуникации в пределах своей компетенции. **Основы маркетинговой и PR-деятельности** Участвует в подготовке и реализации маркетинговых и PR-мероприятий. Обеспечивает соответствие материалов утверждённым целям и корпоративным регламентам.	**Оперативное управление маркетинговыми и PR-проектами** Координирует реализацию маркетинговых и PR-активностей. Анализирует рынок и целевую аудиторию. Использует результаты аналитики при формировании коммуникационных решений. Готовит отчёты по результатам проектов. **Договорная и проектная деятельность** Участвует в инициировании и сопровождении договоров. Контролирует сроки и качество выполнения работ подрядчиками. Обеспечивает подготовку проектной и отчетной документации в установленном формате. **Процессное и межфункциональное взаимодействие** Взаимодействует с другими подразделениями Общества и внешними исполнителями. Участвует в рабочих группах и совещаниях. Обеспечивает соблюдение сроков и показателей эффективности (KPI) по курируемым направлениям.	**Аналитика и развитие маркетинга и PR** Осуществляет углублённый анализ эффективности маркетинговых и PR-кампаний. Формирует обоснованные предложения по развитию и оптимизации инструментов продвижения с учётом изменений медиарынка и поведения аудитории. **Межфункциональное и внешнее взаимодействие** Представляет позицию Отдела во взаимодействии с партнёрами и подрядчиками. Обеспечивает согласованность коммуникаций и достижение поставленных целей по комплексным проектам. **Управление рисками и замещение руководителя** Выявляет и оценивает репутационные и коммуникационные риски. Предлагает меры по их минимизации. Замещает начальника Отдела в период их отсутствия, обеспечивая непрерывность и устойчивость маркетинговой и PR-деятельности.

Начальник отдела маркетинг и пиар

Имам Галиева Л. А

ПРИМЕР МОДЕЛИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Название компетенций	1. Базовый уровень	2. Продвинутый уровень	3. Экспертный уровень
1. КОРПОРАТИВНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
2. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
3. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
Должен знать	**Нормативно-правовое и регламентное соответствие** Конституцию Республики Казахстан, Закон РК «Об акционерных обществах», Закон РК «О масс-медиа», Закон РК «О рекламе», антикоррупционное законодательство Республики Казахстан, требования внутренних нормативных и распорядительных документов Общества. **Корпоративный и организационный контекст** Устав Общества, Положение о Департаменте маркетинга и PR-продвижения и Отделе маркетинга и PR, приказы и распоряжения Общества, Правила внутреннего трудового распорядка, Кодекс корпоративной этики и делового общения, требования информационной безопасности, правила работы в системе электронного документооборота. **Основы маркетинговой и PR-деятельности** Базовые принципы маркетинга и PR в медиасфере, форматы маркетинговых и PR-активностей, требования к рекламным и информационным материалам, основы позиционирования и взаимодействия с целевой аудиторией.	**Оперативное управление маркетинговыми и PR-проектами** Принципы реализации маркетинговых и PR-мероприятий, методы анализа рынка, отраслевых трендов и конкурентной среды, основы медиапланирования, подходы к оценке эффективности коммуникационных активностей. **Договорная и проектная деятельность** Порядок подготовки и согласования договоров, коммерческих предложений и проектной документации, правила взаимодействия с подрядчиками и агентствами, требования к контролю сроков, качества и результатов выполняемых работ. **Процессный и аналитический контекст** Требования системы менеджмента качества, порядок учета и анализа несоответствий, основы аналитического сопровождения маркетинговых и PR-процессов, методы выявления операционных и репутационных рисков.	**Аналитика и развитие направлений маркетинга и PR** Методы комплексного анализа эффективности маркетинговых и PR-активностей, инструменты оценки влияния коммуникаций на имидж и узнаваемость бренда, подходы к формированию предложений по развитию и оптимизации маркетинговых инструментов. **Межфункциональное взаимодействие и координация** Принципы взаимодействия с подразделениями Общества, партнёрами и подрядчиками, методы координации комплексных проектов, подходы к представлению позиции Отдела на рабочих группах и совещаниях. **Управление рисками и расширенная функциональность** Методы выявления и оценки репутационных и коммуникационных рисков, алгоритмы действий в нестандартных ситуациях, принципы временного замещения сотрудников и обеспечения устойчивости процессов.
Должен уметь	**Нормативно-правовое и регламентное соответствие** Применяет требования законодательства и внутренних документов Общества. Соблюдает требования информационной безопасности. Обеспечивает корректное ведение служебной документации и отчетности. **Корпоративный и организационный контекст** Выполняет поручения руководства Отдела. Соблюдает трудовую и исполнительскую дисциплину. Обеспечивает рабочие коммуникации в рамках своей компетенции. **Основы маркетинговой и PR-деятельности** Участвует в подготовке и реализации маркетинговых и PR-мероприятий. Обеспечивает соответствие материалов утверждённым целям и корпоративным регламентам.	**Оперативное управление маркетинговыми и PR-проектами** Координирует выполнение маркетинговых и PR-активностей. Анализирует рынок и целевую аудиторию. Использует аналитические данные при формировании коммуникационных решений. Готовит отчёты по результатам проектов. **Договорная и проектная деятельность** Сопровождает реализацию договоров и проектов. Контролирует сроки и качество работ подрядчиков. Обеспечивает подготовку проектной и отчетной документации. **Процессный и аналитический контекст** Участвует в анализе эффективности процессов. Выявляет несоответствия и предлагает корректирующие меры. Обеспечивает выполнение показателей эффективности (KPI) по курируемым направлениям.	**Аналитика и развитие направлений маркетинга и PR** Осуществляет углублённый анализ эффективности маркетинговых и PR-кампаний. Формирует предложения по развитию и оптимизации коммуникационных инструментов с учётом изменений медиарынка и поведения аудитории. **Межфункциональное взаимодействие и координация** Координирует комплексные проекты с участием нескольких подразделений. Обеспечивает согласованность действий и достижение поставленных целей. **Управление рисками и расширенная функциональность** Выявляет и оценивает репутационные и коммуникационные риски. Предлагает меры по их минимизации. Замещает Главного менеджера Отдела в период их отсутствия, обеспечивая непрерывность и устойчивость маркетинговой и PR-деятельности.

Начальник отдела маркетинга и пиар
Имангалиева Л. А

МОДЕЛИ КОМПЕТЕНЦИЙ PR Менеджер

Название компетенций	1. Базовый уровень	2. Продвинутый уровень	3. Экспертный уровень
1. КОРПОРАТИВНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
2. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
3. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
Должен знать	**Нормативно-правовая и редакционная ответственность** Конституцию Республики Казахстан в части свободы слова и ответственности СМИ, Закон РК «О масс-медиа», Закон РК «О рекламе», требования к достоверности и корректности информации, ограничения по прямой и косвенной рекламе, антикоррупционное законодательство Республики Казахстан. **Корпоративный и организационный контекст** Устав Общества, Положение о Департаменте маркетинга и PR-продвижения и Отделе маркетинга и PR, приказы и распоряжения Общества, Правила внутреннего трудового распорядка, Кодекс корпоративной этики и делового общения, требования в области информационной безопасности, правила работы в системе электронного документооборота. **Основы PR-деятельности и медиакоммуникаций** Базовые принципы PR в медиасфере, форматы PR-материалов и мероприятий, требования к пресс-релизам, комментариям и информационным сообщениям, основы взаимодействия со СМИ и журналистами.	**Оперативное PR-управление и коммуникации** Принципы разработки и реализации PR-стратегий и кампаний, методы организации пресс-мероприятий, подходы к формированию информационного повестки, основы антикризисных коммуникаций. **Контент и медиасреда** Принципы создания контента для СМИ и социальных сетей, основы медиапланирования, методы мониторинга публикаций и информационных выходов, требования к имиджевым материалам и единому стилю коммуникаций. **Процессный и аналитический контекст** Методы анализа информационного поля, основы исследования аудитории и конкурентной среды, требования системы менеджмента качества в PR-деятельности, порядок учета несоответствий и применения корректирующих действий.	**Репутационное и антикризисное управление** Методы управления репутацией телеканалов и медиапродуктов, алгоритмы реагирования на негативные публикации и кризисные ситуации, принципы защиты репутационных интересов Общества. **Интеграция PR в стратегию Общества** Подходы к интеграции PR-активностей с маркетинговыми коммуникациями, методы оценки эффективности PR-деятельности на основе медиапоказателей и общественного отклика, роль PR в достижении стратегических целей Общества. **Управление рисками и расширенная функциональность** Методы выявления и оценки репутационных и коммуникационных рисков, принципы временного замещения функциональных ролей в Отделе, требования к обеспечению устойчивости PR-процессов.
Должен уметь	**Нормативно-правовая и редакционная ответственность** Применяет требования законодательства и внутренних документов Общества при подготовке PR-материалов. Обеспечивает соблюдение требований информационной безопасности. Предотвращает выход недостоверной или некорректной информации. **Корпоративный и организационный контекст** Соблюдает внутренние регламенты и распоряжения Общества. Ведет служебную документацию и отчетность. Своевременно предоставляет информацию руководству Отдела. **Основы PR-деятельности и медиакоммуникаций** Готовит пресс-релизы, справки и информационные сообщения. Обеспечивает размещение материалов в средствах массовой информации. Участвует в организации PR-мероприятий.	**Оперативное PR-управление и коммуникации** Участвует в разработке и реализации PR-стратегий и кампаний. Организует и проводит пресс-мероприятия и специальные события. Выстраивает и поддерживает взаимодействие с журналистами и представителями медиа. **Контент и медиасреда** Создаёт и адаптирует контент для СМИ и социальных сетей с учётом каналов распространения и целевой аудитории. Осуществляет мониторинг информационного поля. Выявляет ключевые упоминания, риски и информационные поводы. **Процессный и аналитический контекст** Анализирует публикации и ключевые репутационные показатели. Проводит исследования аудитории и конкурентной среды. Формирует аналитические выводы для поддержки PR-решений.	**Репутационное и антикризисное управление** Управляет кризисными PR-ситуациями. Разрабатывает и реализует антикризисные коммуникационные планы. Принимает оперативные решения в нестандартных коммуникационных ситуациях. **Интеграция PR в стратегию Общества** Оценивает влияние PR-активностей на общественное восприятие и репутацию. Формирует предложения по корректировке коммуникационной стратегии. Обеспечивает согласованность PR-решений со стратегическими приоритетами Общества. **Управление рисками и расширенная функциональность** Выявляет и оценивает репутационные риски. Предлагает меры по их снижению. Исполняет обязанности смежных функциональных ролей (пресс-секретарь, event-менеджер, копирайтер) в период их отсутствия, обеспечивая устойчивость PR-деятельности.

Начальник отдела маркетинг и пиар
Исмагамбетова Л. А

МОДЕЛИ КОМПЕТЕНЦИЙ Event менеджер

Название компетенций	1. Базовый уровень	2. Продвинутый уровень	3. Экспертный уровень
1. КОРПОРАТИВНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
2. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
3. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
Должен знать	**Нормативно-правовое и регламентное соответствие** Конституцию Республики Казахстан, Закон РК «Об акционерных обществах», Закон РК «О масс-медиа», Закон РК «О рекламе», антикоррупционное законодательство Республики Казахстан, требования внутренних регламентов Общества, правила информационной безопасности, основы охраны труда и пожарной безопасности. **Корпоративный и организационный контекст** Устав Общества, Положение о Департаменте маркетинга и PR-продвижения и Отделе маркетинга и PR, приказы и распоряжения Общества, Правила внутреннего трудового распорядка, Кодекс корпоративной этики и делового общения, правила работы в системе электронного документооборота. **Основы event-деятельности и PR-мероприятий** Форматы и виды PR- и event-мероприятий, основы организации и проведения мероприятий, принципы логистики мероприятий, [illegible]	**Проектное управление мероприятиями** Методы разработки концепций и сценариев мероприятий, принципы планирования, организации и координации event-проектов, требования к соблюдению сроков, ресурсов и производственных приоритетов. **Контроль качества и процессный контекст** Требования системы менеджмента качества в event-деятельности, порядок учета и анализа несоответствий, применение корректирующих и предупреждающих действий, основы управления организационными и репутационными рисками. **Планирование и отчетность event-активностей** Методы оценки эффективности мероприятий, требования к KPI Подразделения, порядок подготовки отчетов по проведённым мероприятиям, основы бюджетного контроля в пределах компетенции.	**Стратегия развития event-направления** Принципы формирования стратегии event-активностей, интеграция мероприятий в маркетинговую и PR-стратегию Общества, методы оценки репутационного и коммуникационного эффекта мероприятий. **Управление рисками и кризисными ситуациями** Алгоритмы действий при срывах, кризисных и форс-мажорных обстоятельствах, требования к безопасности мероприятий, принципы минимизации репутационных и организационных рисков. **Экспертиза и развитие event-деятельности** Лучшие отечественные и международные практики event-менеджмента в медиасфере, методы оптимизации затрат и ресурсов, подходы к развитию форматов мероприятий и повышению их эффективности.
Должен уметь	**Нормативно-правовое и регламентное соответствие** Применяет требования законодательства и внутренних документов Общества. Соблюдает требования информационной безопасности. Обеспечивает корректное ведение служебной документации и отчетности. **Корпоративный и организационный контекст** Выполняет поручения руководства Отдела. Соблюдает трудовую и исполнительскую дисциплину. Организует рабочие коммуникации в пределах своей компетенции. **Основы event-деятельности и PR-мероприятий** Организует и проводит мероприятия различных форматов. Обеспечивает подготовку площадок и логистику мероприятий. Взаимодействует с подрядчиками и поставщиками услуг.	**Проектное управление мероприятиями** Разрабатывает концепции и сценарии мероприятий. Координирует работу участников и подрядчиков. Контролирует соблюдение сроков, бюджета и требований качества. **Контроль качества и процессный контекст** Осуществляет учет и анализ выявленных несоответствий. Применяет корректирующие и предупреждающие меры. Обеспечивает соответствие мероприятий требованиям системы менеджмента качества. **Планирование и отчетность event-активностей** Подготавливает отчёты по проведённым мероприятиям. Анализирует их эффективность и достижение поставленных целей. Учитывает KPI при планировании последующих мероприятий.	**Стратегия развития event-направления** Формирует предложения по развитию event-направления. Интегрирует мероприятия в общую систему продвижения Общества. Использует event-активности как инструмент репутационного позиционирования. **Управление рисками и кризисными ситуациями** Принимает управленческие решения при срывах и кризисных ситуациях. Обеспечивает безопасность и управляемость мероприятий. Минимизирует негативные последствия для репутации Общества. **Экспертиза и развитие event-деятельности** Инициирует внедрение новых форматов мероприятий. Оптимизирует затраты и ресурсы без снижения качества. Замещает сотрудников Отдела в период их отсутствия, обеспечивая непрерывность event-процессов.

Начальник отдела маркетин и пиар
Ишан Галиева Л. А Л. [illegible]

МОДЕЛИ КОМПЕТЕНЦИЙ Бренд-менеджер

Название компетенций	1. Базовый уровень	2. Продвинутый уровень	3. Экспертный уровень
1. КОРПОРАТИВНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
2. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
3. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
Должен знать	**Нормативно-правовое и регламентное соответствие** Конституцию Республики Казахстан, Закон РК «Об акционерных обществах», Закон РК «О масс-медиа», Закон РК «О рекламе», антикоррупционное законодательство Республики Казахстан, требования внутренних регламентов Общества, правила информационной безопасности. **Корпоративный и организационный контекст** Устав Общества, Положение о Департаменте маркетинга и PR-продвижения и Отделе маркетинга и PR, приказы и распоряжения Общества, Правила внутреннего трудового распорядка, Кодекс корпоративной этики и делового общения, правила работы в системе электронного документооборота. **Основы бренд-менеджмента и маркетинга** Принципы управления брендами и суббрендами, структуру брендбука и гайдлайнов визуальной и вербальной айдентики, требования к брендированным материалам, основы позиционирования бренда и целевой аудитории.	**Оперативное управление брендом** Принципы разработки и реализации бренд-стратегии, подходы к формированию коммуникационных и медиапланов, требования к соблюдению бренд-стандартов во всех каналах коммуникаций. **Аналитика бренда и эффективность коммуникаций** Методы анализа восприятия бренда целевой аудиторией, инструменты изучения конкурентного окружения, ключевые бренд-метрики (узнаваемость, лояльность, NPS), требования к подготовке аналитических отчетов. **Процессный и качественный контекст** Требования системы менеджмента качества в бренд-деятельности, порядок учета и анализа несоответствий, основы управления имиджевыми и репутационными рисками, применение корректирующих и предупреждающих действий.	**Стратегия развития брендов** Принципы формирования и реализации стратегии развития брендов медиакомпании, методы управления портфелем брендов и суббрендов, подходы к адаптации бренд-стратегии к изменениям медиарынка и ожиданий аудитории. **Интеграция бренда в маркетинг и PR** Методы интеграции брендинга в маркетинговые и PR-коммуникации, принципы обеспечения целостности бренд-коммуникаций на всех платформах, лучшие практики бренд-менеджмента в медиасфере. **Управление рисками и бренд-ответственность** Методы выявления и оценки репутационных и имиджевых рисков, алгоритмы действий при нарушении бренд-стандартов, принципы защиты интересов Общества в бренд-коммуникациях.
Должен уметь	**Нормативно-правовое и регламентное соответствие** Применяет требования законодательства и внутренних документов Общества. Соблюдает требования информационной безопасности. Обеспечивает корректное ведение служебной документации и отчетности. **Корпоративный и организационный контекст** Выполняет поручения руководства Отдела. Соблюдает трудовую и исполнительскую дисциплину. Организует рабочие коммуникации в пределах своей компетенции. **Основы бренд-менеджмента и маркетинга** Участвует в разработке и реализации элементов бренд-стратегии. Поддерживает и актуализирует брендбук и гайдлайны. Контролирует соответствие материалов установленным бренд-стандартам.	**Оперативное управление брендом** Участвует в разработке коммуникационных и медиапланов. Выстраивает взаимодействие с подрядчиками по производству рекламных материалов. Контролирует сроки, качество и соответствие бренд-стандартам. **Аналитика бренда и эффективность коммуникаций** Проводит исследования рынка и конкурентного окружения. Формирует отчёты по ключевым бренд-метрикам. Подготавливает рекомендации по улучшению узнаваемости и имиджа бренда. **Процессный и качественный контекст** Контролирует соответствие брендированных материалов требованиям СМК и внутренним регламентам. Выявляет несоответствия и инициирует корректирующие меры.	**Стратегия развития брендов** Формирует и последовательно развивает стратегию брендов и суббрендов Общества. Инициирует обновление визуальной и вербальной айдентики. Обеспечивает долгосрочную устойчивость и репутационную ценность брендов. **Интеграция бренда в маркетинг и PR** Обеспечивает целостность бренд-коммуникаций на всех платформах. Интегрирует брендинг в маркетинговые, PR и digital-активности. Влияет на формирование долгосрочного имиджа медиабрендов. **Управление рисками и бренд-ответственность** Выявляет и управляет репутационными рисками. Принимает управленческие решения при нарушении бренд-стандартов. Замещает сотрудников Отдела в период их отсутствия, обеспечивая непрерывность бренд-процессов.

Начальник отдела маркетинг и пиар
Имангалиева Л. А

МОДЕЛИ КОМПЕТЕНЦИЙ Художник-дизайнер

Название компетенций	1. Базовый уровень	2. Продвинутый уровень	3. Экспертный уровень
1. КОРПОРАТИВНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
2. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
3. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ			
Должен знать	**Нормативно-правовое и регламентное соответствие** Конституцию Республики Казахстан, Закон РК «Об авторском праве и смежных правах», Закон РК «О рекламе», требования внутренних регламентов Общества, правила информационной безопасности, основы охраны труда и пожарной безопасности. **Корпоративный и организационный контекст** Устав Общества, Положение о Департаменте маркетинга и PR-продвижения и Отделе маркетинга и PR, приказы и распоряжения Общества, Правила внутреннего трудового распорядка, Кодекс корпоративной этики и делового общения, правила работы в системе электронного документооборота. **Основы графического дизайна и визуальных коммуникаций** Принципы композиции, цветовую теорию и типографику, требования к созданию визуального контента для рекламных кампаний, социальных сетей и иных коммуникационных каналов, основы подготовки макетов для цифровых и печатных носителей.	**Проектная и креативная работа** Принципы разработки дизайн-концепций рекламных и PR-материалов, требования к баннерам, постам, презентациям и афишам, особенности адаптации дизайна под различные форматы и платформы. **Контроль качества визуальных материалов** Требования к предпечатной подготовке, порядок взаимодействия с подрядчиками и типографиями, требования системы менеджмента качества к визуальной продукции, методы выявления и устранения визуальных и технических ошибок. **Производственный и процессный контекст** Порядок взаимодействия с PR-менеджерами, бренд-менеджерами и event-менеджерами, правила передачи макетов и файлов, внутренние регламенты по срокам и стандартам качества.	**Визуальная стратегия и стиль бренда** Принципы формирования и реализации визуальной стратегии брендов Общества, структуру брендбука и гайдлайнов, методы обеспечения целостного и узнаваемого визуального стиля во всех коммуникационных каналах. **Экспертиза и развитие визуального направления** Лучшие практики визуальных коммуникаций в медиасфере, методы оценки эффективности визуальных решений, подходы к развитию и обновлению визуального стиля с учётом изменений медиарынка и ожиданий аудитории. **Управление рисками и визуальная ответственность** Методы выявления рисков искажения бренд-идентичности, требования к рекламным и имиджевым материалам, алгоритмы действий при выявлении несоответствий, принципы защиты интересов Общества в визуальных коммуникациях.
Должен уметь	**Нормативно-правовое и регламентное соответствие** Применяет требования законодательства и внутренних документов Общества. Соблюдает требования информационной безопасности. Ведет служебную документацию и отчетность. **Корпоративный и организационный контекст** Выполняет поручения руководства Отдела. Соблюдает трудовую и исполнительскую дисциплину. Обеспечивает корректное взаимодействие с коллегами в рамках производственного процесса. **Основы графического дизайна и визуальных коммуникаций** Создаёт графические материалы для рекламных кампаний. Разрабатывает баннеры, посты для социальных сетей, презентации и макеты печатной продукции в соответствии с заданиями Отдела.	**Проектная и креативная работа** Разрабатывает дизайн-концепции рекламных и PR-материалов. Адаптирует визуальные решения под различные платформы и форматы. Участвует в разработке визуальных решений для мероприятий. **Контроль качества визуальных материалов** Проверяет макеты на соответствие бренд-стандартам и утверждённой концепции. Выявляет и устраняет визуальные и технические ошибки. Контролирует соответствие материалов требованиям СМК и внутренним регламентам. **Производственный и процессный контекст** Эффективно взаимодействует с подрядчиками и внешними исполнителями. Контролирует сроки и качество выполнения дизайнерских работ. Обеспечивает корректную передачу макетов в производство.	**Визуальная стратегия и стиль бренда** Инициирует развитие и обновление визуального стиля брендов. Обеспечивает единый и узнаваемый визуальный образ медиабрендов. Интегрирует визуальные решения в общую стратегию бренда и коммуникаций. **Экспертиза и развитие визуального направления** Оценивает эффективность визуальных решений и их влияние на восприятие бренда. Формирует предложения по внедрению новых форматов визуального контента. Выступает экспертом по визуальным коммуникациям. **Управление рисками и визуальная ответственность** Замещает сотрудников Отдела в период их отсутствия. Обеспечивает непрерывность дизайнерских процессов. Несёт персональную ответственность за качество, соответствие бренд-стандартам и своевременность подготовки визуального контента.

Начальник отдела маркетинг и пиар
Ишангалиева Л. А