Директор департамента маркетинга и PR

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 «Об авторском праве и смежных правах», Закон РК «О рекламе», Закон РК «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», антикоррупционное законодательство Республики Казахстан, акты Президента и Правительства РК, регламентирующие деятельность Общества. **Корпоративный и административный контекст деятельности** Устав Общества, Положение о Департаменте маркетинга и PR-продвижения, приказы и распоряжения Общества, Правила внутреннего трудового распорядка, Кодекс корпоративной этики и делового общения, требования в области ИКТ и информационной безопасности, основы охраны труда, пожарной безопасности и производственной санитарии, организационную структуру Общества. **Основы маркетинговой и PR-деятельности Общества** Базовые принципы маркетинга и PR-коммуникаций, цели и задачи имиджевой политики Общества, требования к рекламным и имиджевым материалам, ограничения по прямой и косвенной рекламе, роль маркетинга и PR в позиционировании медиапродуктов.	**Оперативное маркетинговое и PR-управление** Принципы формирования и реализации маркетинговых и PR-кампаний, методы анализа рынка, конкурентной среды и целевой аудитории, требования к телевизионным анонсам и имиджевым роликам, механизмы взаимодействия со СМИ, блогерами, государственными органами и общественными институтами. **Планирование, бюджетирование и финансовый контроль** Методы среднесрочного и текущего планирования деятельности Департамента, основы бюджетирования и целевого использования средств, принципы финансовой дисциплины, основы государственных закупок и договорной работы, требования к управленческой отчетности. **Процессный и качественный контекст деятельности** Принципы организации и планирования работы Подразделения, основы системы менеджмента качества, порядок учета и анализа несоответствий, методы проведения внутренних аудитов, требования к реализации корректирующих и предупреждающих действий.	**Стратегия бренда и маркетингово-PR-коммуникаций** Принципы формирования и реализации стратегии маркетинга и PR Общества, подходы к стратегическому управлению брендом телеканалов и медиапродуктов, методы оценки эффективности маркетинговых и PR-кампаний, особенности адаптации стратегии к изменениям медиарынка и общественной повестки. **Управление рисками и репутационной ответственностью** Методы идентификации и оценки маркетинговых, репутационных и коммуникационных рисков, правовые и этические ограничения в рекламе и PR, алгоритмы кризисных коммуникаций, принципы защиты публичного имиджа и репутационных интересов Общества. **Управление персоналом и устойчивостью Подразделения** Современные методы организационного и кадрового менеджмента, подходы к оценке эффективности персонала, механизмы мотивации и дисциплинарной ответственности, принципы формирования кадрового потенциала и управленческой преемственности.

Департамент маркетинга и PR

Ефремкин Б. Т

Должен уметь	**Нормативно-правовое и регламентное соответствие** Применяет требования законодательства и внутренних документов Общества в деятельности Департамента. Обеспечивает соблюдение требований информационной безопасности. Организует корректное ведение документации и отчетности. **Корпоративный и административный контекст деятельности** Руководит текущей деятельностью Департамента. Распределяет функциональные обязанности между сотрудниками. Контролирует соблюдение трудовой и исполнительской дисциплины. Обеспечивает своевременное исполнение поручений органов управления Общества. **Основы маркетинговой и PR-деятельности Общества** Организует подготовку и размещение маркетинговых и PR-материалов. Обеспечивает соответствие контента утверждённым целям, концепции и ограничениям. Контролирует базовое качество и корректность коммуникаций.	**Оперативное маркетинговое и PR-управление** Организует и координирует рекламные и имиджевые кампании. Обеспечивает их соответствие целям, целевой аудитории и бренд-стандартам. Выстраивает системное взаимодействие со СМИ, блогерами и государственными органами. Готовит аналитические и отчетные материалы по результатам маркетинговой и PR-деятельности. **Планирование, бюджетирование и финансовый контроль** Осуществляет планирование деятельности Департамента на среднесрочный и текущий периоды. Контролирует целевое и эффективное использование бюджетных средств. Обеспечивает достижение KPI и выполнение показателей государственного задания. Участвует в процессах закупок и договорной работы. **Процессный и межфункциональный контекст** Выстраивает эффективное взаимодействие с другими подразделениями Общества и внешними партнёрами. Осуществляет мониторинг выполнения работ, анализирует соблюдение сроков и результатов. Принимает управленческие решения по устранению отклонений.	**Стратегия бренда и маркетингово-PR-коммуникаций** Формирует и реализует долгосрочную стратегию продвижения Общества. Инициирует внедрение новых форматов и каналов коммуникаций. Обеспечивает устойчивое развитие бренда и его целостное присутствие в медиапространстве. Принимает управленческие решения в условиях высокой неопределённости. **Управление рисками и репутационной ответственностью** Системно выявляет и управляет репутационными и коммуникационными рисками. Организует кризисные коммуникации и оперативное реагирование. Обеспечивает защиту публичного имиджа Общества. Несёт персональную ответственность за результаты маркетинговой и PR-деятельности. **Управление персоналом и управленческая преемственность** Оценивает эффективность работников Департамента. Использует механизмы мотивации и дисциплинарной ответственности. Обеспечивает развитие профессиональных компетенций персонала. Гарантирует преемственность управления и устойчивость работы Подразделения при кадровых изменениях.