

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ
«СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ»

Москва - 2017

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ТРУДОВЫХ ФУНКЦИЙ	3
1.1 Актуальность цифровой экономики и рынка интернет-рекламы	3
1.2 Профессии в сфере интернет-маркетинга	4
1.3 Перспективы развития вида профессиональной деятельности	7
1.4 Описание обобщенных трудовых функций и обоснование их отнесения к конкретным уровням квалификации	8
1.5 Описание состава трудовых функций и обоснование их отнесения к конкретным уровням (подуровням) квалификации	12
2. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ ПРОЕКТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНДАРТА	14
2.1 Информация об организациях, на базе которых проводились исследования, и обоснование выбора этих организаций	15
2.2 Требования к экспертам, привлекаемым к разработке проекта профессионального стандарта, и описание использованных методов	18
2.3 Методы, используемые при разработке ПС	19
2.4 Общие сведения о нормативных правовых документах, регулирующих вид профессиональной деятельности	19
3. ОБСУЖДЕНИЕ ПРОЕКТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНДАРТА	20
3.1. Список проведенных мероприятий для общественного обсуждения профессионального стандарта	21
3.2. Список публикаций о ходе разработки профессионального стандарта	22
3.3 Список информационных мероприятий	23
Приложение 1 - Сведения об организациях, привлеченных к разработке и согласованию проекта профессионального стандарта	25
Приложение 2 - Сведения об организациях и экспертах, привлеченных к обсуждению проекта профессионального стандарта	26
Приложение 3 - Сводные данные о поступивших замечаниях и предложениях к проекту профессионального стандарта	31

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ТРУДОВЫХ ФУНКЦИЙ

1.1 Актуальность цифровой экономики и рынка интернет-рекламы

Цифровая экономика, основанная на производстве электронных товаров и сервисов высокотехнологичными бизнес-структурами, и дистрибуции этой продукции при помощи электронной коммерции, обеспечивает экономический рост, который является одной из позитивных черт сегодняшней-в целом инертной-глобальной экономики.

Также стоит отметить, что с ростом населения планеты и мобилизации ресурсов, электронная экономика не ограничивается бизнесом электронной торговли и сервисов, а затрагивает каждый аспект жизни: здравоохранение, образование, интернет-банкинг и т.д. Учитывая массовый перенос документов и коммуникаций на цифровые носители, совершенно логичным выглядит перенос общения с государством на электронную платформу.

В 2016 году экономические взаимоотношения в сфере интернета в странах Большой Двадцатки достигли финансового объема в размере 4,2 триллиона долларов. В настоящее время объем уже достигает 5-9% от общего объема внутреннего валового продукта на развитых рынках, в то время как на развивающихся рынках темпы роста интернет-экономики составляют от 15% до 25% ежегодно.

Таким образом, развитие цифровой экономики обеспечивает быстрый обмен информацией, доступ к онлайн сервисам и базам знаний без территориальных и национальных границ. Технологические возможности онлайн-среды обуславливают экономический рост и развитие мирового информационного сообщества, а с его развитием меняются и подходы к управлению бизнесом и маркетингом, как одним из его составных частей.

По данным за 2012 год объем российских рынков в сегменте «Реклама и маркетинг в интернете» составил:

- контекстная реклама - 37,55 млрд. руб. с приростом в 28% в 2013 году;
- медийная реклама - 19,20 млрд. руб. с приростом в 16% в 2013 году,
- веб-разработка - 12,27 млрд. руб. с приростом в 23% в 2013 году,

- поисковая оптимизация - 10,24 млрд. руб. с приростом 19% в 2013 году;
- маркетинг и коммуникации в социальных сетях - 4,67 млрд. руб. с приростом в 32% в 2013 году;
- видео-реклама - 1,74 млрд. руб. с приростом 72% в 2013 году.

По данным Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) на январь-декабрь 2015 года объем рынка интернет-рекламы составил 97 млрд. руб., в том числе контекстная реклама - 78,3 млрд. руб., медийная реклама - 18.7 млрд. руб. Интернет-рекламу по объему рынка обгоняет только телевизионная реклама с 136,7 млрд. руб. Учитывая среднюю стоимость этого вида рекламы, можно утверждать, что бизнес-структуры отдают большее предпочтение интернет-рекламе.

Специалисты АКАР также отметили, что темпы роста в сегменте «Реклама и маркетинг в интернете» продолжают расти: по итогам первого полугодия 2015 года только контекстная реклама показала рост на 17%, а общий объем рынка интернет-рекламы только за март 2016 показал 31% роста.

За последние годы, несмотря на кризис, главным драйвером развития рекламного рынка и единственным сегментом с положительной динамикой остается интернет-реклама.

Для поддержания развития рекламного рынка необходимо большое количество профессионалов в области интернет-маркетинга, которые смогут обеспечить прирост объема рынка интернет-рекламы и оказывать качественные услуги в сфере digital-маркетинга.

1.2 Профессии в сфере интернет-маркетинга

Быстрые темпы развития рынка интернет-рекламы обуславливают появление и распространение новых категорий специалистов, которых обобщенно называют интернет-маркетологами, специалистами по интернет-маркетингу, специалистами по цифровому (digital) маркетингу, специалистами по интернет-рекламе.

По мере роста рынка и увеличения количества каналов продвижения в интернете возникают новые профессии и специализации. В настоящее время не существует стандартизированной или общепринятой номенклатуры видов профессиональной деятельности в сфере интернет-маркетинга. Более того, в индустрии наблюдается совмещение двух или более профессий, что серьезно затрудняет их классификацию и четкое описание.

На основе характера (направленности) видов деятельности условно можно выделить следующие группы профессий в сфере интернет-маркетинга:

- **специалисты по поисковому продвижению:** младший специалист по поисковому продвижению, ассистент специалиста по поисковому продвижению, специалист по поисковому продвижению, специалист по поисковой оптимизации сайтов, SEO-оптимизатор, специалист SEO;
- **специалисты по контекстно–медийной рекламе:** младший специалист по контекстно–медийной рекламе, ассистент специалиста по контекстно–медийной рекламе, менеджер по ведению контекстно-медийной рекламы, менеджер по контекстной рекламе, менеджер по работе с медийной рекламой, менеджер по работе с баннерной рекламой;
- **специалисты по работе с социальными медиа в интернете:** младший специалист по работе с социальными медиа в интернете, ассистент специалиста по работе с социальными медиа в интернете, менеджер по работе с социальными медиа, SMM-менеджер, менеджер по работе с социальными сетями;
- **специалисты по управлению интернет-маркетингом:** интернет-маркетолог;
- **ведущий интернет-маркетолог.**

В настоящее время предпринимаются попытки структурирования и стандартизации профессий и трудовых функций в интернет-индустрии. Одной из наиболее современных и перспективных является классификация Международной ассоциации веб-мастеров (International webmasters association – IWA), которая в 2013 г. формализовала описания 21 веб-профессии (Web Skills Profiles):

- wsp-g3-001. Менеджер по работе с социальными сетями (Community manager);
- wsp-g3-002. Менеджер по управлению проектами (Web project manager);
- wsp-g3-003. Аккаунт-менеджер (Web account manager);
- wsp-g3-004. UX-дизайнер (User experience designer);
- wsp-g3-005. Бизнес-аналитик (Business analyst);
- wsp-g3-006. Администратор баз данных (DB administrator);
- wsp-g3-007. Специалист по поисковой оптимизации (Search engine expert);
- wsp-g3-008. Менеджер по рекламе (Advertising manager);
- wsp-g3-009. Разработчик сайтов (Frontend web developer);
- wsp-g3-010. Специалист по серверной разработке (Server side web developer);

- wsp-g3-011. Контент-менеджер (Web content specialist);
- wsp-g3-012. Администратор веб-серверов (Web server administrator);
- wsp-g3-013. Информационный архитектор (Information architect);
- wsp-g3-014. Ведущий интернет-маркетолог (Digital strategic planner);
- wsp-g3-015. Эксперт по коммуникациям с пользователями с ограниченными способностями (Web accessibility expert);
- wsp-g3-016. Эксперт по безопасности (Web security expert);
- wsp-g3-017. Разработчик мобильных приложений (Mobile application developer);
- wsp-g3-018. Специалист по электронной коммерции (E-commerce specialist);
- wsp-g3-019. Управляющий интернет-магазином (Online store manager);
- wsp-g3-020. Менеджер по управлению репутацией в интернете (Reputation manager);

Данная система интегрирована с Европейской рамкой ИКТ-компетенций e-CF (<http://ecompetences.eu>), которая в настоящее время переведена на русский язык и утверждена в качестве ГОСТ-Р на территории РФ. Классификация согласована также с базовыми профайлами ИКТ-профессий, зафиксированными в европейском стандарте CEN Workshop Agreement European ICT Professional Profiles (CWA 16458). Указанные стандарты признаны и поддерживаются ведущими ИКТ-вендорами и операторами международных сертификаций: CompTIA, EXIN, Cisco, IBM, HP, Microsoft, Intel, Linux PI и др.

Предполагается, что указанные нормативные документы станут связующим звеном для множества индустриальных сертификаций в области интернет-технологий, используемых в разных странах, в том числе:

- Специалист по интернет и мультимедийным коммуникациям (Web & Multimedia Master (EUCIP));
- Контент-менеджер (Web Content Manager (UK-Gov));
- Разработчик мультимедийных приложений (Multimedia Developer (ACS));
- Веб-разработчик (Web Developer (Bring-IT-On, Microsoft, UK-Gov));
- Веб-редактор (Web Editor (UK-Gov));
- Digital Media Developer (AITTS);
- Multimedia Designer (Bring-IT-On).

Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу» в наибольшей степени коррелирует с международным стандартом «Digital Media Specialist» CWA 16458 и со следующими профайлами IWA:

- «wsp-g3-003. Аккаунт-менеджер (Web account manager)»,
- «wsp-g3-007. Специалист по поисковой оптимизации (Search engine expert)»,
- «wsp-g3-008. Менеджер по рекламе (Advertising manager)»,
- «wsp-g3-014. Ведущий интернет-маркетолог (Digital strategic planner)»,
- «wsp-g3-020. Менеджер по управлению репутацией в интернете (Reputation manager)».

1.3 Перспективы развития вида профессиональной деятельности

Текущая версия профессионального стандарта описывает требования и рекомендации к виду профессиональной деятельности «Специалист по интернет-маркетингу», основной целью которой является *продвижение организации, работа с брендингом, узнаваемостью, а также увеличение охвата аудитории и распространение информации и бренде*.

В свою очередь при достижении указанной цели решается ряд задач:

- повышение продаж через интернет, вывод на рынок новой продукции, продукта или услуги;
- снижение уровня затрат, которые необходимы для привлечения новых клиентов, их удержание, обеспечение качественного сервиса;
- повышение уровня эффективности рекламных кампаний онлайн и офлайн;
- формирование определенного мнения о продукте (товаре, услуге), который выводится на рынок с помощью инструментов интернет-маркетинга;
- проведение различных исследований для анализа потребности целевой аудитории, ее потребительских предпочтений и т.д.

По мере развития IT-технологий бизнес, общество, государство будут предъявлять все больше требований к качеству подготовки специалистов, которые будут в состоянии заниматься продвижением идей, товаров, услуг, персон в интернете. Стандарт позволит сформировать необходимый фундамент для формирования специалистов, работающих в данном направлении.

Развитие новых технологий продвижения в интернет, инструментов продвижения, повсеместного использования мобильных устройств и устройств виртуальной реальности

требования к специалистам в данном виде профессиональной деятельности будут возрастать, могут появиться новые четко выраженные специализации. Например, в области поисковой оптимизации все чаще употребляется понятие SEM (Search Engine Marketing - «поисковый маркетинг»), которое совмещает в себе комплекс поисковой оптимизации проекта (SEO) и его контекстную рекламу (SEA - Search Engine Advertising). Также отмечают перспективу появления специализации SMO (Social media optimization – оптимизации в социальных медиа).

В ближайшей перспективе вид профессиональной деятельности должен пополниться новыми уровнями – новыми обобщенными трудовыми функциями, связанными с аналитикой проводимых рекламных активностей в интернет, мобильной рекламой, programmatic платформами.

Рост числа коммерческих и некоммерческих организаций, а также доступного инструментария и платформ для проведения рекламных кампаний в интернет будут оказывать положительное влияние на спрос специалистов по информационным ресурсам и соответствующий вид профессиональной деятельности.

1.4 Описание обобщенных трудовых функций и обоснование их отнесения к конкретным уровням квалификации

В утвержденных Методических рекомендациях по разработке профессионального стандарта под обобщенной трудовой функцией (ОТФ) понимается совокупность связанных между собой трудовых функций, сложившаяся в результате разделения труда в конкретном производственном или (бизнес) процессе.

Согласно этому определению при разработке профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу» связующим принципом для отдельных трудовых функций выступил характер (направленность) деятельности специалиста, самостоятельность в принятии решений и комплексность решаемых задач.

ОТФ выделены с учетом анализа, проведенного на рынке труда. Анализ проводился с использованием сайтов, предоставляющих актуальную информацию о текущих вакансиях (www.hh.ru, www.job.ru)

Все сформулировано (выделено) двенадцать ОТФ, которые представляют собой укрупненные профессиональные роли специалиста по интернет-маркетингу (Таблица 1):

Таблица 1 – Обобщенные трудовые функции, уровни и возможные наименования должностей

Код	Наименование ОТФ	Должности, позиции	Уровень
A	Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	Младший специалист по поисковому продвижению, ассистент специалиста по поисковому продвижению	4
B	Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в интернете	Младший специалист по контекстно-медийной рекламе, ассистент специалиста по контекстно-медийной рекламе	
C	Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа интернете	Младший специалист по работе с социальными медиа в интернете, ассистент специалиста по работе с социальными медиа в интернете	
D	Реализация стратегии поискового продвижения в интернете	Специалист по поисковому продвижению, специалист по поисковой оптимизации сайтов, SEO-оптимизатор, специалист SEO	5
E	Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете	Менеджер по ведению контекстно-медийной рекламы, менеджер по контекстной рекламе	
F	Реализация медийной стратегии продвижения в интернете	Менеджер по работе с медийной рекламой, менеджер по работе с баннерной рекламой	
G	Реализация стратегии социального продвижения в интернете	Менеджер по работе с социальными медиа, SMM-менеджер, менеджер по работе с социальными сетями	
H	Проведение исследований в интернете	Интернет-маркетолог	6
I	Разработка стратегии продвижения в интернете	Интернет-маркетолог	

Код	Наименование ОТФ	Должности, позиции	Уровень
J	Управление реализацией стратегии интернет продвижения	Интернет-маркетолог	7
K	Стратегическое планирование интернет-кампаний	Ведущий интернет-маркетолог	
L	Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга	Ведущий интернет-маркетолог	

Стандарт составлен таким образом, чтобы описать карьерный рост специалиста, от младшего специалиста, который имеет минимальный опыт работы по ведущего специалиста, который выполняет в том числе и управляющие функции.

Данные особенности, определяют минимальный «порог вхождения в профессию» и соответствуют ролям (ОТФ) А – Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете, (ОТФ) В – Проведение подготовительных работ для контекстно–медийного продвижения в интернете, (ОТФ) С – Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа интернета.

Для ролей (ОТФ) D – Реализация стратегии поискового продвижения в интернете, (ОТФ) E – Реализация контекстно–медийной стратегии продвижения в интернете, (ОТФ) F – Реализация медийной стратегии продвижения в интернете, (ОТФ) G – Реализация стратегии социального продвижения в интернете – определяющими показателями являются:

- выбор способов решения в изменяющихся (различных) условиях рабочей ситуации;
- применение профессиональных знаний технологического или методического характера.
- Для ролей (ОТФ) H – Проведение исследований в интернете, (ОТФ) I – Разработка стратегии продвижения в интернете, (ОТФ) J – Управление реализацией стратегии интернет продвижения:
- выбор способов решения в изменяющихся (различных) условиях рабочей ситуации;
- применение профессиональных знаний технологического или методического характера.
- Для роли (ОТФ) K – Стратегическое планирование интернет-кампаний:

- применение профессиональных знаний технологического или методического характера, в том числе, инновационных;
- выбор способов решения в изменяющихся (различных) условиях рабочей ситуации;
- текущий и итоговый контроль, оценка и коррекция деятельности.
- Для роли (ОТФ) L – Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга:
- выбор способов мотивации персонала применение профессиональных знаний в организации работы сотрудников отдела интернет-маркетинга;
- текущий и итоговый контроль результатов деятельности отдела интернет маркетинга.

Квалификационная рамка помимо показателей уровня содержит основные пути достижения квалификации. В соответствии с ней, а также на основе анализа вакансий и экспертных обсуждений были сформулированы требования к образованию, обучению и опыту для каждой роли (ОТФ):

- Роль/ОТФ А, В, С (4 квалификационный уровень) - Среднее общее образование, дополнительное образование, профессиональное обучение, опыт работы по специальности не требуется.
- Роль/ОТФ D, E, F, G (5 квалификационный уровень) - Среднее профессиональное образование – программы подготовки специалистов среднего звена, не менее 1 года на должностях 4 квалификационного уровня профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу»
- Роль/ОТФ H, I, J (6 квалификационный уровень) - Высшее образование – бакалавриат, Не менее 2 лет на должностях 5 квалификационного уровня профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу»
- Роль/ОТФ K, L (6 квалификационный уровень) - Высшее образование – специалитет, магистратура, Не менее 2 лет на должностях 6 квалификационного уровня профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу»

При описании требований к образованию не акцентировались требования к направленности образования (соответствие конкретным кодам ОКСО), однако в качестве входного условия обозначено наличие базовой компьютерной компетентности (грамотности).

1.5 Описание состава трудовых функций и обоснование их отнесения к конкретным уровням (подуровням) квалификации

В профессиональном стандарте определены 48 трудовых функций (ТФ), которые отнесены к четвертому, пятому, шестому и седьмому квалификационным уровням. Подуровни не используются.

1.5.1 Описание состава трудовых функций ОТФ А, В, С

Каждая из перечисленных далее ОТФ, ОТФ А «Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете», ОТФ В «Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в интернете», ОТФ С «Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в интернете» находится на 4-ом квалификационном уровне и предполагают:

- самостоятельную работу с информацией (характер знаний);
- решение различных типов практических задач (характер умений).

1.5.2. Описание состава трудовых функций ОТФ D, E, F, G

ОТФ «Реализация стратегии поискового продвижения в интернете» включает шесть трудовых функций

ОТФ «Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете» включает четыре трудовые функции

ОТФ «Реализация медийной стратегии продвижения в интернете» включает четыре трудовые функции

ОТФ «Реализация стратегии социального продвижения в интернете» включает шесть трудовых функций

Все эти функции находятся на 5-ом квалификационном уровне и предполагают:

- выбор способов решения в изменяющихся (различных) условиях рабочей ситуации;
- применение профессиональных знаний технологического или методического характера.

1.5.3. Описание состава трудовых функций ОТФ H, I, J

ОТФ «Проведение исследований в интернете» включает три трудовые функции.

ОТФ «Разработка стратегии продвижения в интернете» включает три трудовые функции.

ОТФ «Управление реализацией стратегии интернет продвижения» включает четыре трудовые функции.

Все они находятся на 6-ом квалификационном уровне и предполагают:

- выбор способов решения в изменяющихся (различных) условиях рабочей ситуации;
- применение профессиональных знаний технологического или методического характера.

1.5.4 Описание состава трудовых функций ОТФ К, L

ОТФ «Стратегическое планирование интернет-кампаний» включает шесть трудовых функций

ОТФ «Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга» включает три трудовые функции

Все они находятся на 7-ом квалификационном уровне и предполагают:

- применение профессиональных знаний технологического или методического характера, в том числе, инновационных;
- выбор способов решения в изменяющихся (различных) условиях рабочей ситуации;
- текущий и итоговый контроль, оценка и коррекция деятельности.

2. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ ПРОЕКТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНДАРТА

Процесс разработки профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу» включал в себя следующие этапы:

1. Сбор и анализ исходных данных проекта:
 - 1.1. Исследование профессий на рынке труда, которые можно отнести к специалистам по интернет-маркетингу;
 - 1.2. Анализ международного опыта;
 - 1.3. Анализ российского рынка труда на основе вакансий;
2. Выявление основных ролей обобщенных трудовых функций (ОТФ):
 - 2.1. Выявление основных ролей в виде профессиональной деятельности и формирование списка обобщенных трудовых функций (ОТФ);
 - 2.2. Учет нормативно-методических ограничений макета и методики разработки ПС;
 - 2.3. Обсуждение и согласование перечня ОТФ в экспертной группе.
3. Формирование списка трудовых функций:
 - 3.1. Выявление трудовых функций на основе экспертных оценок, нормативных документов, актуальных вакансий и т.д.;
 - 3.2. Обсуждение и согласование перечня ТФ в экспертной группе;
 - 3.3. Определение соответствия ТФ и ОТФ квалификационным уровням и справочникам.
4. Разработка описаний ТФ:
 - 4.1. Определение списка трудовых действий и ключевых показателей эффективности для их оценки;
 - 4.2. Выработка критериев для оценки полноты трудовых действий;
 - 4.3. Выбор уровня детализации описаний знаний и умений;
 - 4.4. Определение знаний и умений, используемых для выполнения трудовых действий и повышения показателей эффективности;
5. Экспертиза и апробация ПС:
 - 5.1. Подготовка расширенной версии профессионального стандарта (с цветовой разметкой и гиперссылками) для согласования и публичного обсуждения ПС в интернет;

5.2. Размещение проекта проф. стандарта на сайте разработчика проекта проф. стандарта и сайтах участников его разработки;

5.3. Организация специальных форумов в сети интернет;

5.4. Проведение конференций, круглых столов, семинаров и др. публичных мероприятий;

5.5. Размещение информации о ходе разработки проф. стандарта в средствах массовой информации;

5.6. Сбор, обобщение и анализ замечаний и предложений по проекту проф. стандарта;

5.7. Внесение в проф. стандарт необходимые изменения.

При разработке стандарта были проанализировано более 120 вакансий по профессии интернет-маркетолог, проведено более 10 мероприятий с личным обсуждением стандарта, проводились обсуждения в интернете. Всего было затронуто более 7000 специалистов в Москве, Санкт-Петербурге, Центрально-Черноземном регионе, Сибири и на Дальнем Востоке.

2.1 Информация об организациях, на базе которых проводились исследования, и обоснование выбора этих организаций

В рамках проекта разработки ПС были выполнены следующие исследования:

- исследование профессий на рынке труда, которые можно отнести к интернет маркетологу;
- анализ международного опыта;
- анализ российского рынка труда на основе вакансий;
- другие аналитические исследования.
- Указанные работы проводились на базе организаций-разработчиков ПС:

Московский политехнический университет (полное название Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский политехнический университет», сокращенное наименование — Московский Политех). Московский политехнический университет является ведущим образовательным хабом столицы, проводит глубокую реформу образовательного процесса, цель которой в обновлении образовательных программ в соответствии с существующим и перспективным

запросом технологических рынка труда. Университет регулярно привлекает отечественные технологические компании к экспертизе профильных образовательных программ, является активным участником Национальной технологической инициативы.

С 2014 года на базе факультета информатики и систем управления Московского политеха реализуется уникальная образовательная программа бакалавриата «Веб-технологии», которая полностью посвящена фундаментальной и прикладной подготовке ИТ-специалистов для веб-индустрии. Сотрудники и преподаватели факультета входят в состав Совета по профессиональным квалификациям в области ИТ, являются разработчиками и экспертами по разработке профессиональных стандартов для веб-индустрии («06.013 - Специалист по информационным ресурсам», «Разработчик Web и мультимедийных приложений»), входят в состав Федеральных учебно-методических объединений по высшему и среднему профессиональному образованию в сфере ИТ и являются разработчиками профильных образовательных стандартов и примерных программ обучения.

Ассоциации интернет-разработчиков. На сегодняшний день Ассоциация интернет-разработчиков (АИР) имеет статус некоммерческого партнерства и зарегистрирована в соответствии с законодательством Российской Федерации. Основной задачей АИР является поддержка и развитие участников рынка веб-разработок в России. Важнейшие направления АИР были выделены в отдельные комитеты, в том числе Комитет «Стандартизации и Сертификации». Одним из значимых проектов АИР является разработка веб-стандартов, которые направлены на развитие рынка web-разработок до качественно нового уровня, с введением единых норм, требований и правил. Рекомендуемые Стандарты уже используются как членами АИР, так и участниками web-рынка. АИР является одним из инициаторов создания данного профессионального стандарта.

Интернет-агентство полного цикла ФЕРТ.

Интернет-агентство полного цикла ФЕРТ работает на рынке веб-услуг с 2003 года. основной ориентир - малый и средний бизнес, т.е. на компании, которым требуется, не только качественный веб-сайт, произведенный за максимально короткий срок, но и общая маркетинговая поддержка при продвижении через Интернет.

Интернет-агентство полного цикла NorInTop. NorInTop – агентство интернет-маркетинга полного цикла, в сферу деятельности которого входят веб-разработка, поисковое продвижение, контекстная и медийная реклама, ведение SMM и ряд

сопутствующих услуг. Каждый проект на этапе запуска соответствует высоким стандартам качества, разработанным в Ассоциации Интернет-разработчиков. В портфолио агентства есть работы в самых разных сферах бизнеса – от фитнеса и индустрии красоты до компаний по производству промышленного оборудования. NorInTop является бизнес-партнером 1С:Битрикс и участником рейтинга ТОП-150 digital production России по версии Tagline.

Ассоциации предприятий компьютерных и информационных технологий. Ассоциация предприятий компьютерных и информационных технологий (АПКИТ) образована в 2001 г. ведущими компаниями ИТ-рынка. На сегодняшний день АПКИТ является наиболее представительным некоммерческим объединением ИТ-отрасли в России, включая 100 прямых и около 800 ассоциированных членов, в том числе: Нишевые ассоциации НП ППП, РУССОФТ, АРПП «Отечественный софт» и др., крупные российские холдинги и компании, представительства ведущих иностранных компаний. АПКИТ развивает ряд проектов по развитию квалификаций и образования в области ИТ, в т.ч. с 2007 года координирует разработку профессиональных стандартов в области ИТ и прогноз потребности численности ИТ-кадров в России. Комитет АПКИТ по образованию решает две основные задачи: увеличение численности профессиональных кадров в области ИТ, и повышение качества ИТ образования в России.

В 2014 г. на базе АПКИТ создан Совет по профессиональным квалификациям в области ИТ (СПК-ИТ), наделенный следующими полномочиями: проведение мониторинга рынка труда, появления новых профессий, изменений в наименованиях и перечнях профессий в сфере информационных технологий; разработка, применение и актуализация профессиональных стандартов в сфере информационных технологий; участие в разработке государственных стандартов профессионального образования, актуализации программ профессионального образования и обучения, а также координация профессионально-общественной аккредитации образовательных программ в сфере информационных технологий. Сопредседатели СПК-ИТ: исполнительный директор АПКИТ Н.В. Комлев, и директор фирмы «1С», руководитель комитета АПКИТ по образованию Б.Г. Нуралиев.

ООО «Сео Про Интернет Решения». Компания Seo Pro Internet solutions с 2002 года предоставляет полный спектр услуг по созданию сайтов, аудиту сайтов, поисковой оптимизации и продвижению сайтов в Интернете. Клиентами являются как крупные промышленные объединения, так и молодые, начинающие свое развитие компании

различных сфер деятельности, желающие создать интересный, информационный либо корпоративный сайт и, продвинув в Интернете увеличить прибыль своей компании.

НП «Гильдия Маркетологов». НП «Гильдия Маркетологов» имеет признанный опыт в организации соответствующих типов исследований, а также накопило значительные объемы экспертных знаний, статистических и аналитических данных. Цели Гильдии: Содействие личному профессиональному росту членов Гильдии, профессиональное общение и обмен: опытом, мнениями, знаниями, информацией, технологиями; проведение дискуссий, круглых столов, обсуждение в режимах онлайн и оффлайн; привлечение к проектам. Развитие маркетинга в России; совместная реализация и поддержка в реализации социально значимых проектов; поддержка системы маркетингового образования; поддержка конференций по маркетингу; деятельное участие в формировании цивилизованного рынка маркетинговых услуг, установлении взаимопонимания между участниками рынка, урегулировании споров и конфликтов.

2.2 Требования к экспертам, привлекаемым к разработке проекта профессионального стандарта, и описание использованных методов

Для качественной разработки проекта профессионального стандарта необходимы различные категории экспертов:

- профессионалы, имеющие большой опыт в рассматриваемом виде профессиональной деятельности в целом или по отдельным ролям (ОТФ);
- руководители профильных организаций, оказывающих услуги по соответствующему виду профессиональной деятельности;
- руководители организаций или подразделений, в которых работают специалисты по информационным ресурсам, или которые потребляют соответствующие услуги;
- методисты, которые имеют опыт разработки квалификационных требований, профессиональных или корпоративных стандартов, должностных инструкций и других документов подобного типа;
- преподаватели или инструкторы, которые имеют опыт в оценке знаний и умений, описании требований к ним;
- эксперты по коммуникациям, в том числе электронным, которые могут организовать дискуссии, осуществлять их модерирование и анализ;

- профессионалы из смежных областей (видов) профессиональной деятельности, которые могут правильно оценить и скорректировать границы (охват) профессионального стандарта.

Требования к уровню квалификации профильных экспертов должны быть не ниже, чем соответствующие уровни профессионального стандарта. Их опыт работы по соответствующему виду профессиональной деятельности должен существенно превосходить минимальный порог установленных в ПС требований, а также охватывать период 2010-2016 гг.

2.3 Методы, используемые при разработке ПС

При разработке проекта ПС использовались два основных подхода:

- функциональный анализ для последовательного выявления ОТФ > ТФ > трудовых действий;
- процессный подход для выявления взаимосвязей ТФ, оценки их полноты и значимости в деятельности организации.

Для проведения аналитических исследований использовались методы системного анализа, моделирования бизнес-процессов, интеллектуального анализа фактографических и плохо структурированных данных (data mining, text mining), математической статистики, теории графов и контент-анализа.

Для извлечения, систематизации и формализации знаний использовались коммуникативные и текстологические методы инженерии знаний, методы экспертных оценок и теории принятия решений.

При организации публичных обсуждений активно использовались коллаборативные методы (crowd sourcing), технологии интернет-опросов и взаимодействия с экспертами в социальных сетях и другие современные ИКТ.

2.4 Общие сведения о нормативных правовых документах, регулирующих вид профессиональной деятельности

Нормативные правовые документы, регулирующие вид профессиональной деятельности (обобщенные трудовые функции), отсутствуют.

3. ОБСУЖДЕНИЕ ПРОЕКТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНДАРТА

Освещение вопросов разработки и обсуждение профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу» проводилось в рамках специально проведенных мероприятий, список которых предоставлен ниже. Каждое мероприятие сопровождается ссылкой на интернет-ресурс. На каждом мероприятии производилось представление макета стандарта в виде презентации с дальнейшим обсуждением стандарта. Участники мероприятий высказывали рекомендации и замечания, которые в дальнейшем учитывались разработчиками.

Список мероприятий:

- конференции «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia) в Московском Политехе;
- круглого стола на тему «Преподавание ИТ в Российской Федерации» в г. Санкт-Петербурге;
- совещания рабочих групп по разработке профессиональных стандартов в АПКИТ;
- круглого стола в режиме вебинара «Новые профессиональные стандарты: веб-разработка, интернет-маркетинг, интеграция облачных приложений и большие данные»;
- круглого стола на тему «Как учить и развивать интернет-маркетологов?» в г. Воронеж.
- IV Международной научно-практической конференции «Маркетинг России» в РЭУ имени Г.В. Плеханова.

Кроме того, информация о разработке профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу» была широко представлена в СМИ, на профильных ресурсах интернет, в рамках международных конференций.

3.1. Список проведенных мероприятий для общественного обсуждения профессионального стандарта

В таблице 2 представлены сводные данные по обсуждению профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу» в рамках конференции «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia) в Московском Политехе, круглого стола на тему «Преподавание ИТ в Российской Федерации» в г. Санкт-Петербурге, совещания рабочих групп по разработке профессиональных стандартов в АПК ИТ, круглого стола в режиме вебинара «Новые профессиональные стандарты: веб-разработка, интернет-маркетинг, интеграция облачных приложений и большие данные» и круглого стола на тему «Как учить и развивать интернет-маркетологов?» в г. Воронеж, IV Международной научно-практической конференции «Маркетинг России» в РЭУ имени Г.В. Плеханова.

Список участников мероприятий представлен в Приложении №2.

Таблица 2 – Список проведенных мероприятий

Название	Даты и место проведения	Количество участников
Конференция «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia)	30-31 марта 2016 г. Москва, Б. Семеновская, д.38, ауд. Б-303	70
Круглый стол на тему «Преподавание ИТ в Российской Федерации»	19 мая 2016 г. Санкт-Петербург, Санкт-Петербургское ш., 109, кампус «Михайловская дача» Санкт-Петербургского государственного университета	440
Совещание рабочих групп по разработке профессиональных стандартов в АПК ИТ	28 июня 2016 г. Москва, Никоновский пер., д. 26, стр. 6, 4 этаж, конференц-зал.	18
Круглый стол в режиме вебинара «Новые профессиональные стандарты: веб-разработка, интернет-маркетинг, интеграция облачных приложений и большие данные».	8 сентября 2016 г.	111
Круглый стол на тему «Как учить и развивать интернет-маркетологов?»	17 сентября 2016 г. Воронеж, пл. Ленина, д. 13	505
IV Международной научно-практической конференции «Маркетинг России»	21 октября 2016 г. Москва, Стремянный пер., 36	350

	Итого	1 494
--	--------------	--------------

В таблице 3 представлены данные о размещении ссылок на документы профессионального стандарта и приглашения для участия в разработке и обсуждении ПС на интернет-площадках профильных сообществ в сфере интернет-маркетинга (закрытых и открытых групп в социальной сети Facebook).

Таблица 3 – Обсуждение ПС на интернет-площадках профильных сообществ в сфере интернет-маркетинга

№	Название и электронный адрес веб-страницы сообщества	Дата публикации	Количество участников
1.	Ассоциация Интернет Разработчиков (АИР) в социальной сети Facebook https://www.facebook.com/groups/airrf/permalink/10153918294681221/	17 марта 2016 г.	941
2.	Группа разработчиков ПС «Специалист по информационным ресурсам» в социальной сети Facebook «Digital Media Specialist» https://www.facebook.com/groups/ps.web/	20 марта 2016 г.	177
3.	Официальная группа факультета Информатики и систем управления Московского Политеха «ИТ-факультет Московского Политеха» в социальной сети Facebook https://www.facebook.com/ict.mami/	20 марта 2016 г.	168
4.	Проектно-методический семинар «Профессиональные и образовательные стандарты для веб-индустрии» https://www.facebook.com/events/112980182432568/?active_tab=posts	23 марта 2016 г.	28
5.	Интернет-агентство ФЕРТ в LinkedIn Corporation «SlideShare» http://www.slideshare.net/Fertdesign/ss-63527277	28 июня 2016 г.	427
6.	Группа разработчиков ПС «Новые профессиональные стандарты в области ИТ» в социальной сети Facebook https://www.facebook.com/groups/newprofstandarts/	08 июля 2016 г.	223
Итого			1964

3.2. Список публикаций о ходе разработки профессионального стандарта

В таблице 4 представлен список публикаций на сайте разработчика, в СМИ и профильных изданиях о ходе разработки профессионального стандарта.

Таблица 4 – Список публикаций о ходе разработки

профессионального стандарта

Название публикации	Дата публикации	Ссылка
Стандарты для веб-технологий	Май 2016 г.	Журнал «БИТ», Май 2016 г. С. 34-36.
	4 мая 2016 г.	http://www.docme.ru/doc/1146950/bit-N4-maj-2016
Обсуждение новых профессиональных стандартов АПКИТ	16 мая 2016 г.	http://www.apkit.ru/committees/education/news/index.php?ELEMENT_ID=18048
На XIV Всероссийской конференции "Преподавание информационных технологий в Российской Федерации» был представлен первый вариант профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу»	12 июня 2016 г.	http://www.mami.ru/news_new.php?id=8560
На форуме «Интернет+Образование» обсуждались вопросы подготовки ИТ-кадров и тенденции в образовании и науке	07 июля 2016 г.	http://www.mami.ru/news_new.php?id=8603
5 июля в МГУ им. Ломоносова в рамках Форума ректоров вузов России и Китая состоялось расширенное заседание Съезда Ассоциации классических университетов России	07 июля 2016 г.	https://www.facebook.com/ict.mami/posts/795154557288306:0
Круглый стол в режиме вебинара «Новые профессиональные стандарты: веб-разработка, интернет-маркетинг, интеграция облачных приложений и большие данные».	07 сентября 2016 г.	http://profstandart.rosmintrud.ru/nationalnews/29914/

3.3 Список информационных мероприятий

В таблице 5 представлен список мероприятий, в рамках которых образовательное сообщество и ИТ-сообщество были проинформированы о ходе разработки профессионального стандарта.

Таблица 5 – Список мероприятий, на которых образовательное и ИТ-сообщество было проинформировано о ходе разработки профессионального стандарта

Название	Даты и место проведения	Примерное количество участников
Информационная презентация в рамках семинара партнеров 1С	26-29 февраля 2016 г. Москва, Гостиница «Космос»	50
Собрание содружества цифровых агентств Санкт-	10 марта 2016 г.	15

Петербурга СПЕЦИА	Коворкинг центр WELCOME	
Межрегиональная конференция «ИТ-поколение: образование, безопасность, досуг»	31 марта 2016 г. Г. Вологда ВЦ «Русский дом»	50
XIV Всероссийская конференция «Преподавание информационных технологий в Российской Федерации»	19 мая 2016 г. Санкт-Петербург, Санкт-Петербургское ш., 109, кампус «Михайловская дача» Санкт-Петербургского государственного университета	440
Форум «Интернет+Образование»	31 мая 2016 г. г. Москва, Зубовский бульвар, д. 4, Международный мультимедийный пресс-центр МИА «Россия сегодня», зал 1	300
Съезд Ассоциации классических университетов России	05 июля 2016 г. г. Москва, Ленинские горы, д. 1	500
Итого		1355

Приложение 1 - Сведения об организациях, привлеченных к разработке и согласованию проекта профессионального стандарта

№ п/п	Организация	Должность уполномоченного лица	ФИО уполномоченного лица
Разработка проекта профессионального стандарта			
1.	Московский Политех	Декан Факультета информатики и систем управления;	Филиппович Андрей Юрьевич
2.	Ассоциация Интернет-разработчиков	Председатель; Директор интернет-агентства полного цикла ФЕРТ	Шукалова Екатерина Вячеславовна
3.	Интернет-агентство полного цикла ФЕРТ. ООО «Ферт»	Директор интернет-агентства полного цикла ФЕРТ	Тихонов Роман Витальевич
4.	ООО «ВЕБО КЛАСТЕР»	Генеральный директор	Ефимкина Мария Сергеевна
5.		Технический директор	Мациевский Николай Сергеевич
6.	Интернет-агентство полного цикла НорInТор	Директор	Зуев Никита Андреевич
7.		Учредитель компании	Колосков Дмитрий Владимирович
8.	Ассоциация предприятий компьютерных и информационных технологий (АПКИТ)	Исполнительный директор	Комлев Николай Васильевич
9.	ООО "Сео Про Интернет Решения"	Руководитель отдела внедрения проектов SEO PRO internet solutions	Локтюшина Юлия Валентиновна
10.	НП «Гильдия Маркетологов»	Профессор, почетный член Гильдии маркетологов	Шевченко Дмитрий Анатольевич

Приложение 2 - Сведения об организациях и экспертах, привлеченных к обсуждению проекта профессионального стандарта

Конференции «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia)		30-31 марта 2016 г	
№	Организации	Участники	
1.	Университетский колледж информационных технологий	Александров Роман Викторович	
2.	WSR	Беляков Илья Владимирович	
3.	Mail Group	Волошин Дмитрий Александрович	
4.	ГУУ	Дашков Андрей Александрович	
5.	АЙРИ	Ефимкина Мария Сергеевна	
6.	АО "Национальный инфокоммуникационный Холдинг «Зерде» Республика Казахстан	Жуманалиева Лаура Саламатқызы	
7.	HorInTop Group	Зуев Никита Андреевич	
8.	ФГБОУ ВПО «МГТУ им. К.Г. Разумовского»	Кириллов Алексей Иванович	
9.	Mail Group	Кохановский Роман	
10.	WEBO Group	Мациевский Николай Сергеевич	
11.	Колледж предпринимательства №11	Осадчий Александр Владимирович	
12.	РЭУ им. Г. В. Плеханова	Полянский Алексей Александрович	
13.	IC	Правдина Мария Евгеньевна	
14.	РЭУ им. Г.В. Плеханова МПТ	Прищеп Михаил Сергеевич	
15.	НПИД ГБПОУ "КТИТС"	Рамазанова Дамира Акмаловна	
16.	Московский Политех	Филиппович Андрей Юрьевич	
17.	МС-Сервис Северо-Запад	Хасаншин Тимур Рафгатович	
18.	АО «Национальный инфо-коммуника-ционного холдинга «Зерде»	Шарипов Бахыт Жанарович	
19.	Московский Политех	Шевченко Дмитрий Анатольевич	
20.	Ассоциация Интернет-разработчиков	Шукалова Екатерина Вячеславовна	

Совещания рабочих групп по разработке профессиональных стандартов в АПК ИТ		28 июня 2016 г.	
№	Организации	Фамилия	Имя
1.	IBM	Белов	Сергей
2.	МЭСИ	Бойченко	Александр
3.	ООО «ВЕБО КЛАСТЕР»	Ефимкина	Мария
4.	Интернет-агентство полного цикла HorInTop	Зуев	Никита
5.	Интернет-агентство полного цикла HorInTop	Колосков	Дмитрий

6.	АПКИТ	Комлев	Николай
7.	МЭСИ	Корнеев	Дмитрий
8.	АПКИТ	Кузора	Игорь
9.	МЭСИ	Лебедев	Сергей
10.	ООО «Сео Про Интернет Решения»	Локтюшина	Юлия
11.	НИУ ВШЭ	Мальцева	Светлана
12.	ООО «ВЕБО КЛАСТЕР»	Мациевский	Николай
13.	IBM	Сорокин	Александр
14.	Интернет-агентство полного цикла ФЕРТ. ООО «Ферт»	Тихонов	Роман
15.	Московский Политех	Филиппович	Андрей
16.	НП «Гильдия Маркетологов»	Шевченко	Дмитрий
17.	Ассоциация Интернет-разработчиков	Шукалова	Екатерина
18.	ФОРС	Рывкин	Андрей

Круглый стол в режиме вебинара «Новые профессиональные стандарты: веб-разработка, интернет-маркетинг, интеграция облачных приложений и большие данные»		08 сентября 2016 г	
№	Организации	Фамилия	Имя
1.	Federal Research Center "Computer Science and Control"	Ступников	Сергей
2.	СамГТУ	Зайвый	Вячеслав
3.	Plekhanov Russian University of Economics	Коннова	Татьяна
4.	Plekhanov Russian University of Economics	Филюк	Мария
5.	центр развития образования	Юмаева	Наталья
6.	ЧУ ПОО КТУИС	Скляр	Дмитрий
7.	МКОУ "Красносельская основная школа"	Белобородова	Лариса
8.	Рыбинский полиграфический колледж	Говоров	Михаил
9.	Пензенский Государственный Университет	Деев	Михаил
10.	Пензенский государственный университет	Глотова	Татьяна
11.	ФОРС	Горчинская	Ольга
12.	Sibintek	Шувалов	Игорь
13.	Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В.Плеханова	Волошин	Игорь
14.	МКОУ "Шолоховская СШ"	Соколова	Галина
15.	ГБОУ ВО Нижегородский государственный инженерно-экономический университет	Денисова	Надежда
16.	Business Lines	Симонов	Андрей
17.	КемГУ	Чуешев	Александр
18.	Plekhanov Russian University of Economics, Saratov Socio-Economic Institute (branch)	Гусятников	Виктор
19.	ГБОУ ВО НГИЭУ	Кирилова	Татьяна
20.	РАНХиГС	Елена	Елена
21.	МКОУ "Красносельская средняя школа"	Наталья	Викторовна
22.	NGIEY	Adjian	Павел
23.	ATOL	Склабовский	Сергей
24.	Northern (Arctic) Federal University	Иевлева	Наталья
25.	ATOL	Власов	Игорь
26.	Нижегородский государственный инженерно-	Шавандина	Ирина

	экономический университет		
27.	DIRECTUM	Питомтсева	Елена
28.	МБОУ-СОШ №1	Иванова	Елена
29.	Петрозаводский государственный университет	Бородин	Александр
30.	МГТУ ГА	Феоктистова	Оксана
31.	КГАПОУ "Авиатехникум"	Багина	Ксения
32.	KIGM23	Куц	Елена
33.	КТУ им.Қорқыт Ата	Сабит	Ибадулла
34.	IC	Мартсинюк	Сергей
35.	Театральный художественно-технический колледж	Аюзова	Юлия
36.	PRUE	Иванов	Андрей
37.	РЭУ им. Г.В. Плеханова	Лебедев	Сергей
38.	Филиал ФГБУ "ФКП Росреестра" по Красноярскому краю	Сустретов	Иван
39.	ГОКУ "Санаторная школа-интернат 4"	Киреева	Наталья
40.	TAC	Trubchevski	AgroColledg
41.	Белгородский государственный технологический университет им. В.Г.Шухова	Иванов	Игорь
42.	Smolensk pedagogical college	Мичейкин	Павел
43.	ГОКУ "Санаторная школа-интернат №4"	Жукович	Марина
44.	SKSI	Игнатенко	Жанна
45.	Moscow State University of Geodesy and Cartography	Шкуров	Федор
46.	МБУ "Школа № 43"	Гришина	Татьяна
47.	IC-Мссофт.ру	Хасаншин	Тимур
48.	АНО ДПО ЦПК "АИС"	Малинин	Юрий
49.	Гимназия 1522	Кубарева	Мария
50.	NARFU	Ипатова	Юлия
51.	Государственный академический университет гуманитарных наук	Кротков	Кротков
52.	Specialist.Ru Training Center	Гудзенко	Дмитрий
53.	Министерство образования и науки Республики Хакасия	Титов	Сергей
54.	Ейский филиал Современной гуманитарной академии	Махно	Александр
55.	Новосибирский государственный университет	Яхьяева	Гульнара
56.	МБОУ Выездновская СШ	Котлов	Тимур
57.	ТюмГУ	Барская	Галина
58.	Informatization Office of the Kabardino-Balkarian State University	Солодовникова	Ольга
59.	Specialist	Рыбак	Екатерина
60.	МАОУ СОШ №16	Капаева	Светлана
61.	Russian Presidential Academy Of National Economy and Public Administration	Шлыкова	Ольга
62.	Regional Resource Center Cheremkhovo district of the Irkutsk region	Eldar	Eldar
63.	Сургутский политехнический колледж	Юнев	Николай
64.	National research Tomsk state university	Петелин	Александр
65.	ВГУЭС	Крюков	Владимир
66.	МБОУ "Лицей №16" г. Волгодонска	Иванищев	Дмитрий
67.	МБОУ СОШ №155 Новосибирск	Пашкин	Игорь
68.	IC	Жеребина	Ольга
69.	СКТ(Ф)СПбГУТ	Богданова	Татьяна

70.	СКТ(ф)СПбГУТ	Скряго	Ольга
71.	ГАПОУ МО "Егорьевский техникум"	Лысыков	Александр
72.	ГОБУ СПО ВО "ВГПГК"	Решетников	Дмитрий
73.	МБУ ИТ-центр	Заславский	Алексей
74.	VEGU	Габидуллин	Руслан
75.	АТМЕМТА	Иванов	Андрей
76.	It Step	Яценко	Марина
77.	МБОУ "Школа № 2"	Гарькуша	Юлия
78.	Компьютерная Академия ШАГ	Косарев	Станислав
79.	Step it Academy	Корчевский	Дмитрий
80.	Shate-M	Непша	Александр
81.	ООО "Вебинар"	Ильницкий	Виталий
82.	Новые облачные технологии	Горелова	Анастасия
83.	ГБПОУ КЖГТ	Василькова	Ирина
84.	Колледж информатики и программирования	Морозова	Мария
85.	Saratov State University	Портенко	Марина
86.	ИГУ	Люблинская	Наталья
87.	МГУ имени М.В.Ломоносова	Лавренова	Екатерина
88.	Тольяттинский государственный университет	Ефросинин	Василий
89.	ТГПУ им. Л.Н. Толстого	Якушин	Алексей
90.	Novosibirsk State University	Павловский	Евгений
91.	Intel	Авдеев	Александр
92.	Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова	Мизякина	Ольга
93.	Московский Технологический Институт	Лунев	Евгений
94.	ric	Корзников	Михаил
95.	FORS	Чельшев	Николай
96.	МОУ "Гимназия 7"	Филина	Екатерина
97.	МГТУ ГА	Романчева	Нина
98.	РЭУ им. Г.В. Плеханова	Бойченко	Александр
99.	ФГБОУ ВО МГТУ "СТАНКИН"	Ибатулин	Михаил
100.	Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю. А.	Дронкин	Станислав
101.	MarSU	Никитин	Петр
102.	средняя школа	Гимельфарб	Валентина
103.	NRU HSE	Максименкова	Ольга
104.	ГАПОУ МО "МЦК - Техникум имени С.П. Королева"	Степанов	Дмитрий
105.	Saratov state university	Терин	Денис
106.	Сео Про Интернет Решения	Локтюшина	Юлия
107.	Сервионика (ГК Ай-Теко)	Ашавский	Илья
108.	ФЕРТ	Шукалова	Екатерина
109.	АПКИТ	Кузора	Игорь

Круглый стол «Как учить и развивать интернет-маркетологов?»		17 сентября 2016 г
№	Организации	Участники
1.	Агентство юридического сопровождения «Прагматик»	Бабаян Лев Сергеевич
2.	Воронежский государственный университет	Гончарова Инесса Викторовна

3.	ООО «Агропрограмма»	Ещенко Вероника Анатольевна
4.	Иван Никитин и партнеры	Никитин Иван Геннадьевич
5.	Сеть магазинов «БытЗапчасть»	Яковлев Игорь Николаевич
6.	ФРИИ, Воронеж	Бабкин Владимир Александрович
7.	Кадровое Агентство Центр "Карьера" Визави Метрополис Воронеж	Муштенко Сергей Владимирович
8.	интернет-агентство ФЕРТ	Сергиенок Марианна Вадимовна
9.	Воронежский авиационный техникум	Шукалова Ирина Вадимовна
10.	Воронежский авиационный техникум	Межибовский Вадим Михайлович
11.	Logosklad. vector logos	Шишкин Владислав Иванович
12.	Иван Никитин и партнеры	Никитин Иван Геннадьевич
13.	компания NorInTop	Зуев Никита Андреевич

Приложение 3 - Сводные данные о поступивших замечаниях и предложениях к проекту профессионального стандарта

№ п/п	ФИО эксперта	Организация, должность	Замечание, предложение	Принято, отклонено, частично принято (с обоснованием принятия или отклонения)
1.	Бесков Денис Николаевич	Школа системного анализа, Руководитель	В стандарте есть название ТФ «Составление аудита сайта». Аудит — это деятельность, ее нельзя составить.	Принято. Заменено на «Проведение аудита сайта».
			Непонятно, почему везде фигурируют только сайты. Что, нельзя заниматься интернет-маркетингом веб-сервисов, мобильных приложений?	Частично принято. В первой версии стандарта принято решение не касаться мобильных приложений. Относительно расширения формулировок в части веб-сервисов замечания приняты.
			В первых ОТФ очень сильно намельчили с разделением по каналам продвижения — если завтра появятся новые каналы, вдобавок к поиску, медиа и соцсетям — стандарт сразу устареет. Обобщенные ТФ получились никакие не обобщенные, т.к. трудовые действия там очень похожие по факту должны быть.	Отклонено. Данные ОТФ предназначены для начинающих специалистов, которые редко сочетают работу сразу с несколькими каналами продвижения. А появление новых каналов и их широкое распространение безусловно требуют обновления ПС.
2.	Кузора Игорь Вячеславович	АПКИТ, Координатор комитета АПКИТ по образованию	Добавить макет «Содержание»	Принято.
			В описании ОТФ «Проведение исследований в интернете» предлагаю снизить требования к опыту, иначе получается, что специалист с высшим образованием не может прийти без опыта	Отклонено. Опыт работы может быть подтвержден портфолио проектов, которые могут быть реализованы в ходе обучения, практик, проектной деятельности или же совмещения учебы с работой. При

			работы в эту профессию.	отсутствии опыта даже выпускнику вуза целесообразно проработать на позициях, соотв. входному квалификационному уровню.
			Предлагаю объединить ОТФ J и K, части ТФ (несвязанных с управлением) дать 6 к.у. и поставить их в начале перечня ТФ, расширить название и начать его со слова «Управление», в целом дать уровень квалификации – 7 и потребовать в описании образования уровень бакалавриата или магистратуры + опыт работы.	Частично принято. Замечание требует дополнительной проработки. Рассматривается вариант уточнения формулировок слова «Управление» до «Менеджмент» или «Операционное управление» в одном случае и «Руководство» в другом случае.
			Названия ОТФ должны быть привязаны к тематике. Название «Планирование» по смыслу не включает проведение переговоров. Кажется, что в названии тоже должно быть слово «Управление».	Принято. Замечание требует дополнительной проработки.
3.	Мальцева Светлана Валентиновна	НИУ ВШЭ, Руководитель Факультета бизнеса и менеджмента; Руководитель Школы бизнес-информатики	Отобразить в пояснительной записке, что интернет-маркетинг является составной частью общего маркетинга и показать его актуальность.	Частично принято. В пояснительной записке к профессиональному стандарту обозначена важность интернет-маркетинга и его место в маркетинге в целом.
			Добавить в обязательный список знаний интернет-маркетологов общие знания маркетинга.	Принято. В профессиональном стандарте обозначено, что общие знания маркетинга являются обязательными для специалистов на уровнях 5,6,7.
4.	Хасаншин Тимур Рафгатович	Генеральный директор в MSSOFT.RU Руководитель проектного центра в 1С:Северо-Запад	Стоит ОТФ А,В,С объединить в одну ОТФ А и ОТФВ D-G в ОТФ В, тогда разделение на контекстно-медийное и социальное в продвижении и стратегии перейдут в трудовые функции и трудовые действия.	Частично принято. ПС должны отражать существующее разделение трудовых функций. На практике специалисты могут комплексировать несколько ОТФ, но массово наблюдается и отдельная

			Станет более понятно, что подготовка, реализация и стратегия находятся на разных квалификационных уровнях.	специализация. Общность характера деятельности указана в ПЗ, а также соответствует разделению по квалификационным уровням.
			В дополнительных характеристиках ОТФ необходимо проверить ссылки ОКЗ. Например, в ОТФ А - среднее образование, а указана ОКЗ из раздела 2, относящегося к описанию специалистов высшего уровня квалификации.	Принято. Согласование со справочниками будет проверено и уточнено.
5.	Волошин Игорь Петрович	Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, заведующий кафедрой информационных систем в экономике	В 6 уровне требуется опыт работы 2 года, без этих 2-х лет опыта работы уровень квалификации выпускник бакалавриата не сможет попасть в эту сферу.	Выпускник бакалавриата может претендовать на 5 и 6 уровни.
6.	Жеребина Ольга Георгиевна	ИС, руководитель направления, методист-эксперт	ТФ К/02.7 «Составление стратегии» - это подготовка стратегии или уже ее реализация? В ТД этой ТФ есть и то, и другое. Может, для измеримости этой ТФ имеет смысл разделить на подготовку/планирование и реализацию?	Это подготовка стратегии, специалист на 7 квалификационном уровне обсуждает цели с заказчиком работы по продвижению, обсуждается где бы они хотели себя проявить и составляют стратегию продвижения в интернете, а именно, какие каналы можно использовать, что можно писать, что нельзя.
7.	Бабаян Лев Сергеевич	Агентство юридического сопровождения «Прагматик», управляющий	Изменить цель проф. Деятельности на «Достижение заданных целей путем увлечения посещаемости интернет площадки».	Частично принято. Цель профессиональной деятельности изменена на «Повышение посещаемости веб-сайтов и использование веб-сервисов среди целевой аудитории пользователей интернет».

8.	Никитин Иван Геннадьевич	Иван Никитин и партнеры, ген. директор	Не использовать в формулировках стандарта понятие «SEO», использовать формулировку «Поисковая оптимизация».	Принято. Во всех формулировках профессионального стандарта замена произведена.
			Необходимо расширить формулировку цели деятельности, указанной в стандарте и включить в нее оценку эффективности деятельности интернет-маркетолога.	Принято. Данная формулировка будет поправлена.
			В стандарте ничего не сказано о том, какую гарантию на вывод сайта в ТОП может дать SEO-оптимизатор.	Отклонено. В стандарте избегается формулировка «SEO-оптимизатор», говорится об оптимизации сайта под требования поисковых машин. Гарантию на вывод сайта в ТОП давать ни при каких обстоятельствах нельзя, это связано с особенностью функционирования самих поисковых машин. Именно поэтому это никаким образом не может быть отражено в стандарте.
			Кажется, что стандарт сделан не для клиента-работодателя, а для агентства.	Да, наша логика заключается в том, чтобы сделать стандарт для агентств, но конечный работодатель, особенно с использованием пояснительной записки к стандарту, может составить для себя полное представление о том, какого специалиста брать в штат.
9.	Яковлев Игорь Николаевич	Сеть магазинов «БытЗапчасть», ген. директор	Интернет-маркетолог должен «Вход» - найти площадки в интернете с целевой аудиторией и сконцентрировать в определение действия с помощью сайта «Выход». Интернет-маркетолог: 1) Привлечение на сайт I; 2) Добиваться целевых действий	Принято. При разработке стандарта разработчики исходили именно из таких задач интернет-маркетолога, как разработка стратегии продвижения, привлечение на сайт пользователей, и конверсия их в клиентов компании.

			выполнения на сайте II.	
10.	Комаров Михаил Михайлович	Школа бизнес-информатики Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Академический руководитель магистерской программы «Электронный бизнес», доцент кафедры инноваций и бизнеса в сфере информационных технологий	В п. 3.1.1 – заменить слово «Составление» на «Подготовку», чтобы получился текст трудовой функции: «Подготовка списка ключевых слов, отражающих специфику сайта». Аналогично в списке трудовых функций – не «составление», а «подготовка». В необходимых умениях - «Оформлять список ключевых слов» - нет ясности данного умения. Возможно, в качестве умения следует добавить «Готовить списки слов».	Принято. Исправлено.
			В п. 3.1.2 в части необходимых умений – «Редактировать HTML-код с использованием систем администрирования» - следует заменить на «Редактировать HTML-код с использованием системы управления контентом сайта»; «Проверять HTML-код на соответствие отраслевым стандартам» - заменить на «Проверять HTML-код на соответствие стандартам подготовки HTML-кода».	Принято. Исправлено.
			Необходимые знания – «Особенности работы систем управления сайтами» - заменить на «Особенности работы систем управления контентом сайта».	Принято. Исправлено.
			«Правила формирования тегов title, keywords, description» заменить на «Правила формирования разделов title, keywords,	Отклонено. Title, keywords, description не разделы, а теги.

			description».	
			В п. 3.1.3. – «Проведение работ по повышению популярности сайта в интернете» - заменить на «Проведение работ по повышению узнаваемости сайта в интернете».	Принято. Исправлено.
			Необходимые знания – «Основы юзабилити сайтов» заменить на «Основы эргономики сайтов».	Отклонено. Современные тенденции семантики интернет-маркетинга показывают, что слово «юзабилити» активно входит в обиход в отличии от синонима «эргономика».
			В п. 3.2.3 – «Анализировать изменения стоимости клика во время проведения контекстно-медийной рекламной кампании» заменить на «Анализировать изменения стоимости перехода во время проведения контекстно-медийной рекламной кампании».	Принято. Исправлено.
			В п. 3.3.1 – «Регистрация и оформление сообществ в социальных сетях» заменить на «Регистрация сообществ в социальных сетях и подготовка информации о них».	Принято. Исправлено.
			В п. 3.3.2 – «Размещение текстовых рекламных объявлений в интернет-медиа объявлений» убрать опечатку «Размещение текстовых рекламных объявлений в интернет-медиа».	Принято. Исправлено.
			В п. 3.4.1. – «Составление аудита сайта» заменить на «Проведение аудита сайта».	Принято. Исправлено.
			В трудовых действиях «Проведение мини-	Отклонено. Современные тенденции

			<p>аудита юзабилити сайта» заменить на «Проведение мини-аудита эргономических особенностей сайта». В необходимых умениях «Формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в юзабилити сайта» заменить на «Формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономике сайта»; «Выявлять особенности юзабилити сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины» заменить на «Выявлять особенности эргономики сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины». Необходимые знания «Основы юзабилити» - заменить на «Основы эргономики». «Правила формирования тегов title, keywords, description» заменить на «Правила формирования разделов title, keywords, description».</p> <p>И далее по тексту «юзабилити» заменить на «эргономику».</p>	<p>семантики интернет-маркетинга показывают, что слово «юзабилити» активно входит в обиход в отличии от синонима «эргономика».</p>
			<p>В п. 3.4.2 «Анализ поисковой выдачи» заменить на «Анализ результатов поиска с использованием поисковых систем», аналогично далее по тексту заменить фразу «поисковая выдача» на «результаты поиска с использованием поисковых систем».</p>	<p>Отклонено. «Поисковая выдача» - устоявшееся выражение в профессиональной среде. Было принято решение использовать именно его.</p>

			<p>В необходимых знаниях «Функционирование сети интернет» - что подразумевается под данными знаниями? На мой взгляд, нужно данный пункт убрать.</p>	<p>Отклонено. Знания о функционировании сети интернет подразумевает, что специалист понимает, как и с помощью каких технологий строиться сеть.</p>
			<p>В п. 3.4.3 «Составление стратегии поискового продвижения» заменить на «Разработка стратегии поискового продвижения» или «Подготовка стратегии поискового продвижения», также поправить опечатку «Согласование стратегии поискового продвижения в интернет-маркетологом» на «Согласование стратегии поискового продвижения с интернет-маркетологом». «Признаки правильного составленного списка ключевых слов» заменить на «Признаки правильно подготовленного списка ключевых слов».</p>	<p>Принято. Исправлено.</p>
			<p>«Особенности функционирования современных систем администрирования сайтов» и везде далее по тексту «системы администрирования сайтов» заменить на «системы управления контентом сайта».</p>	<p>Частично принято. Система администрирования сайтов понятие более широкое, чем система управления контентом. Специалист управляет не только контентом, но и внешним видом сайта, заказами, пользователями и т.д.</p>
			<p>В п. 3.4.5 «Оптимизация внутренних характеристик сайта, его популярности в интернете и поведения пользователей на сайте» здесь и далее по тексту нужно говорить про узнаваемость в интернете (популярность в интернете тяжело измерить, узнаваемость бренда(сайта))</p>	<p>Принято. Исправлено.</p>

			измерить можно) – «Оптимизация внутренних характеристик сайта, его узнаваемости в интернете и поведения пользователей на сайте».	
			«Особенности написания конверсионных текстов» - это очень субъективное знание, такую формулировку надо исключить.	Отклонено. В современном интернет-маркетинге конверсия сайта определяется очень точно. Это понятие используется повсеместно и уверенно входит в словарный запас работодателя. Конверсия определяет успешность продвижения сайта, а текст играет в этом одну из ведущих ролей.
			В п. 3.4.6 «Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете» заменить на «Подготовка отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете».	Принято. Исправлено.
			В п. 3.5.2 в разделе необходимые знания «Основы рекламы, Основы маркетинга» - нужно говорить о знании маркетинга в первую очередь, поскольку реклама является составной частью маркетинговой деятельности.	Принято. Исправлено.
			В п. 3.6.4. «Составление отчетов по реализации медийной стратегии продвижения в интернете» здесь и далее «составление» нужно заменить на «подготовку». Аналогично, например, в п. 3.7.3	Принято. Исправлено.

			В п. 3.8, 3.11 в разделе необходимые знания добавить «Особенности работы систем управления контентом сайта»	Частично принято. Исправлено на «Особенности работы систем администрирования сайта»
11.			Все ТФ уточнить с учетом ВПД	Принято. Сделано.
			В ТФ «Корректировка стратегии продвижения» (J/03.6) указать продвижение чего	Принято. Исправлено на «Корректировка стратегии продвижения проекта заказчика в интернет»
			В ТФ «Проведение переговоров с заказчиком» (K/01.7) указать на предмет чего	Принято. Исправлено на «Проведение переговоров с заказчиком по вопросам продвижения в интернет»
			В ТФ «Составление стратегии продвижения в интернете» (K/03.7) указать продвижение чего	Принято. Исправлено на «Составление стратегии продвижения проекта заказчика в интернет»
			В ТФ «Контроль реализации стратегии продвижения» (K/05.7) указать продвижение чего	Принято. Исправлено на «Контроль за реализацией стратегии продвижения в интернет»
			В ТФ «Составление отчетности и предоставление ее заказчику» (K/06.7) указать продвижение чего	Принято. Исправлено на «Составление отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в интернет»
			Следует указать ОКПДТР, ЕТКС	Принято. ОКПДТР и ЕТКС внесены в ПС
			Недопустимые наименования необходимых знаний «Правила формирования служебного файла Robots.txt» и «Правила формирования тегов title, keywords, description»	Принято. Исправлено на «Правила формирования служебного файла, размещенного в корневой директории сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого сайта» и «Правила формирования основных тегов (заголовки страницы, ключевые слова страницы, описание страницы)»
			В ОТФ «Реализация стратегии поискового продвижения в интернете» в названиях	Отклонено. Данные названия — объективная реальность. Мы должны

			должностей не выносить англоязычные аббревиатуры	внести эти аббревиатуры в стандарт, потому что работодатели именно так и формируют свои требования. Если мы убираем даже такие вещи, то стандарт теряет всякий смысл для работодателя. Все аббревиатуры используются и понятны рынку.
			Рекомендуется избегать англоязычных заимствований, писать русскоязычные аналоги. Термин закреплён в ПС «Спец. по ИР» в ТФ «Выявление технических ошибок в работе сайта»	Принято. Исправлено на «Создание и корректировка текстового материала для сайта (веб-райтинг)»
			«SMM-менеджер» заменить на русский аналог	Отклонено. «SMM-менеджер» принятое сокращение в рынке. Оно необходимо для того, чтобы стандарт был применим работодателями.
			«Основы PR» заменить на русский аналог	Принято. Исправлено на «Основы связей с общественностью (PR)»
			В ТФ «Проведение переговоров с заказчиком» на данном уровне знание основ недостаточно, должны быть знания на глубоком уровне	Отклонено. Достаточно знать основы, т.к. Специалист не обязательно должен иметь экономическое образование, которое предполагает глубокое изучение данных дисциплин. Достаточно иметь представление о предмете, а вот опыт – необходим.
			В необходимых умениях «Осуществлять коммуникации» указать с кем	Принято. Исправлено на «Осуществлять коммуникации с персоналом, заказчиками и персоналом заказчика»
			В необходимых умениях «Планировать работы» указать какие	Принято. Исправлено на «Планировать работы по продвижению проекта заказчика

				в сети интернет»
			В необходимых умениях «Контролировать выполнение поставленных задач» указать кем	Принято. Исправлено на «Контролировать выполнение поставленных задач перед сотрудниками, выполняющими продвижение проекта заказчика в сети интернет»
			В трудовых действиях «Составление отчетов по реализации стратегии продвижения» указать чего	Принято. Исправлено на «Составление отчетов по реализации стратегии продвижения проекта заказчика в сети интернет»

