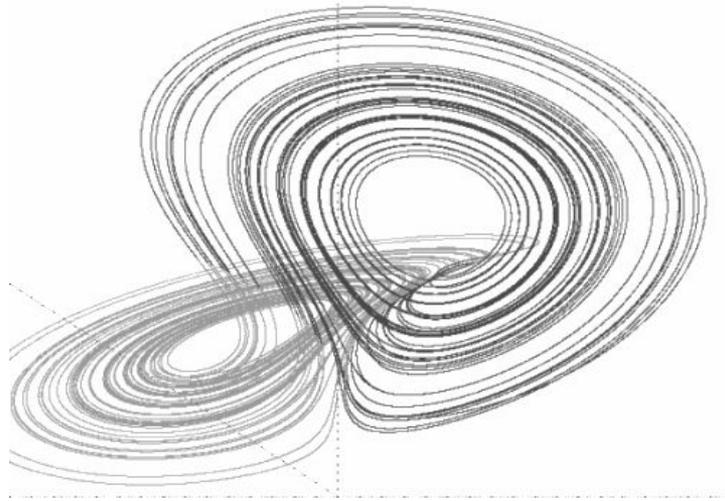


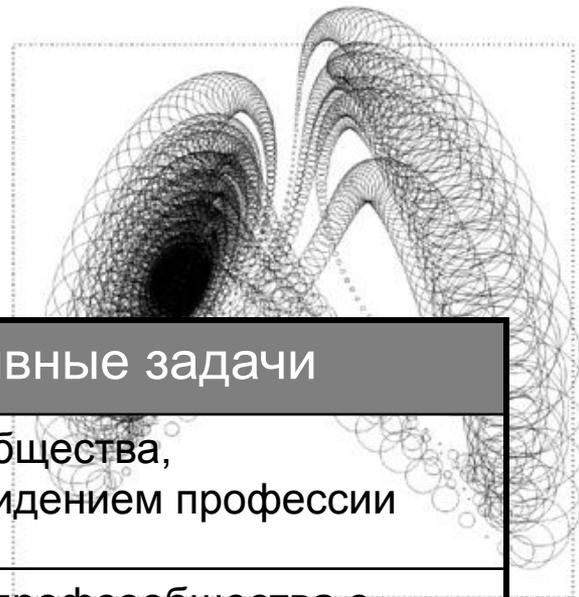
Профессиональный стандарт специалиста по связям с общественностью

*Проект, инициированный
Российской Ассоциацией по связям с
общественностью, 2014*



В 2014 году Российская ассоциация
по связям с общественностью
разрабатывала профстандарт
специалиста по связям с
общественностью

Какие задачи решает профстандарт?



Содержательные задачи	Коммуникативные задачи
Определение содержания и перспектив развития профессии	Формирование профсообщества, объединённого общим видением профессии
Описание профессиональной деятельности	Договоренность членов профсообщества о едином представлении профессиональной деятельности
Определение компетенций и знаний, необходимых для выполнения всех трудовых функций в рамках профессиональной деятельности	Возможность предъявлять сходные требования к деятельности и компетенциям сотрудников в рамках отрасли в разных организациях Наличие понятных карьерных ориентиров для студентов и молодых специалистов и ориентиров при выборе профессии для выпускников школ Опора для ВУЗов при создании образовательных программ и стандартов



Государственная политика в сфере профессиональной стандартизации



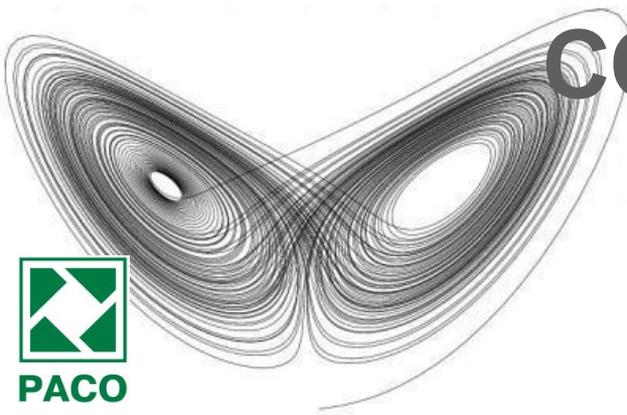
- В 2013 году было принято Постановление Правительства РФ от 22 января 2013 г. № 23 “О Правилах разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов”
<http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70204190/#ixzz2tE6qjvdl>
- Планировалось за 2013-2014 гг. принять 800 профстандартов
- 9 декабря В.В.Путин провел совещание по профессиональным стандартам, где призвал активнее включаться в разработку профстандартов профессиональные сообщества
<http://www.kremlin.ru/news/19812>
- В январе 2014 Минтруд открыл специальный сайт для организации работы по разработке, посвященный разработке профстандартов
<http://profstandart.rosmintrud.ru/>

Кто разрабатывает профстандарт?

ВАЖНО!

*инициатор, разработчик и держатель
профстандарта –*

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
СООБЩЕСТВО или
АССОЦИАЦИЯ**



Коммуникация по проекту

- Сайт PACO
- Рассылки документа по каждому этапу по членам экспертного совета и исполкома PACO
- Обсуждения в открытой группе в FB
- Самообследование по отрасли
- Организация дискуссий лучшими профессионалами России на Днях PR-2014
- Презентация и обсуждение профстандарта на региональных этапах «Серебряного лучника»



www.facebook.com/groups/prprofstandart/?ref=ts

покупки Почта Карты Маркет Новости Словари Видео Музыка Диск языки еда Ratings

июньский стандарт специалиста по связям с

Юлия Главная 1

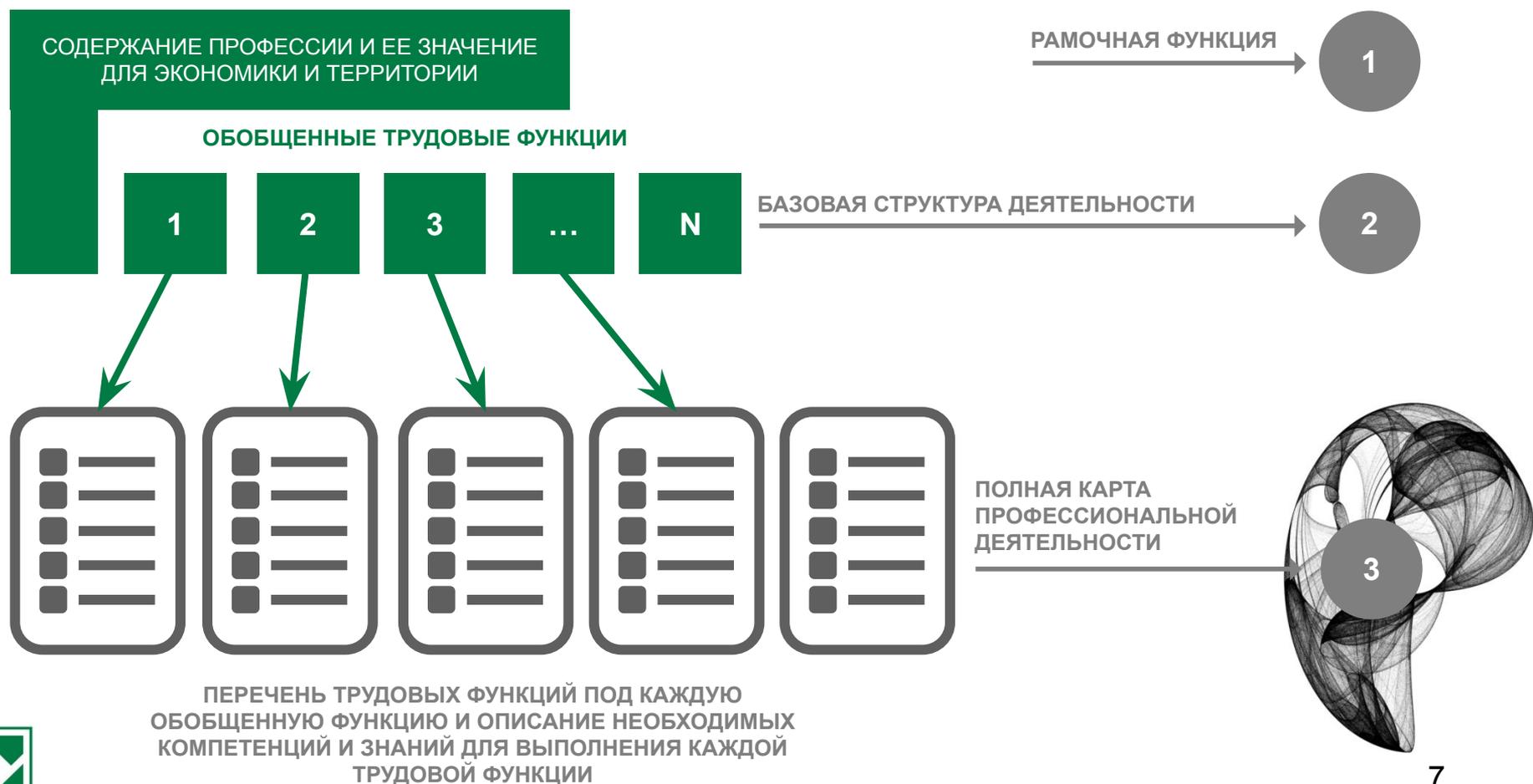
Профессиональ... Участники Мероприятия Фотографии Файлы Поиск в этой группе

Публикация Фото / Видео Вопрос Файл

Напишите что-нибудь...

ИНФОРМАЦИЯ 977 участников
Общедоступная группа
Уважаемые коллеги!
Российская ассоциация по связям с

Структура профессионального стандарта (в соответствии с требованиями Минтруда)/схема



Структура профессионального стандарта (в соответствии с требованиями Минтруда)/описание

1. Общая характеристика профессиональной деятельности

- 1.1. Значение профессиональной деятельности для развития страны и регионов
- 1.2. Перспективы развития профессиональной деятельности

2. Обобщённые трудовые функции

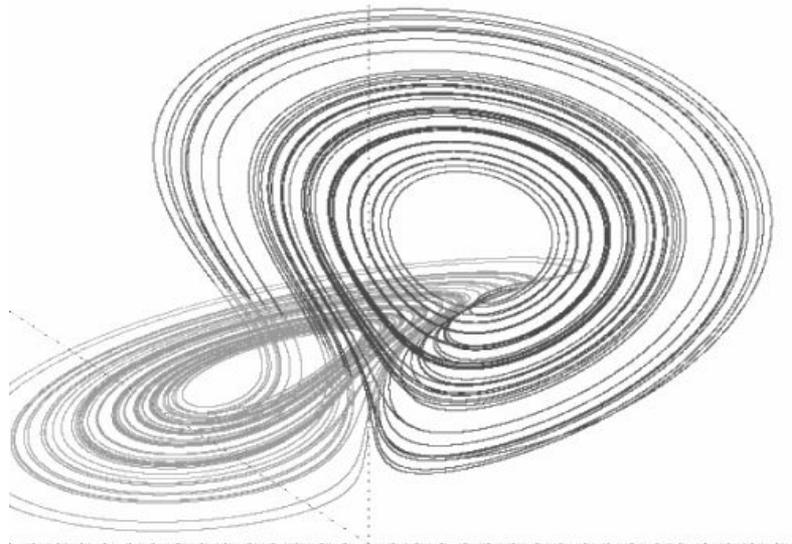
- 2.1. Определение статьи ОКВЭД для деятельности по Связям с общественностью
- 2.2. Обобщённые трудовые функции профессиональной деятельности по Связям с общественностью (основные специализации)
- 2.3. Определение уровней квалификации
- 2.4. Соотнесение уровней квалификации и обобщённых трудовых функций

3. Карта и описание профессиональной деятельности

- 3.1. Описание трудовых функций для каждой обобщённой трудовой функции – карта профессиональной деятельности
- 3.2. Характеристики каждой из трудовых функций (через трудовые действия, необходимые умения, знания, другие качества (например, персональные компетенции))

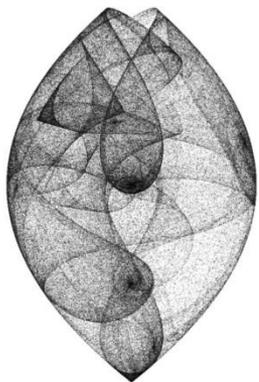


Часть 1. Общая характеристика профессиональной деятельности



ОКВЭД: 70.21

- относится в Общероссийском классификаторе экономической деятельности (ОКВЭД) к группе **70.21** «Деятельность в сфере связей с общественностью», которая относится к подклассу 70.2 «**Консультирование по вопросам управления**» и включает в себя консультирование, выдачу рекомендаций и оказание оперативной помощи компаниям, включая деятельность по лоббированию, в сфере связей с общественностью и коммуникации, компаниям и прочим организациям.
- При этом эта группировка не включает:
- - деятельность рекламных агентств и медиа-агентств, см. [ОКВЭД 73.1](#);
- - исследование рынка и опрос общественного мнения, см. [ОКВЭД 73.20](#).



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

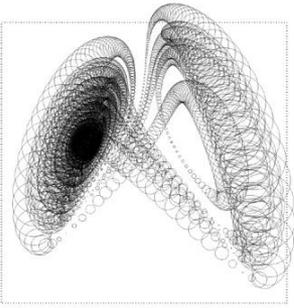
События последних лет особенно демонстрируют

стратегическую для развития общества роль коммуникаций,

которая может быть как стабилизирующей, так и дестабилизирующей,

ведущей общество к развитию или же к деградации.



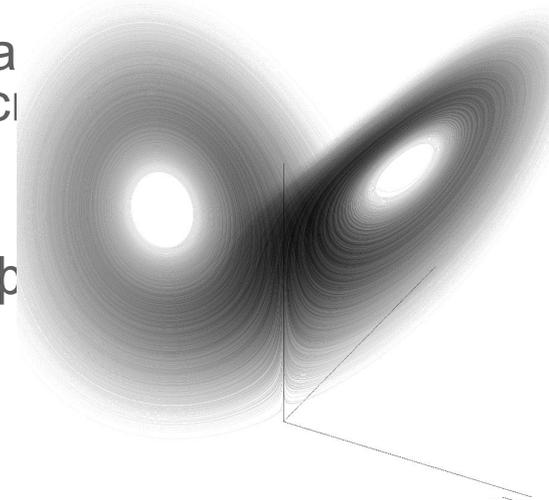


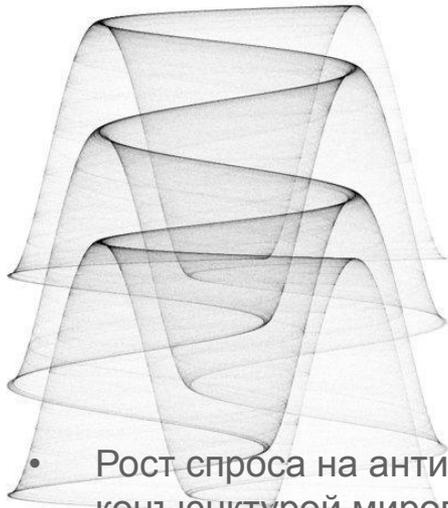
В коммуникационной среде:

- Определяются контуры будущего,
- Самоопределяются и организуются
- сообщества
- Рождаются инновации
- Прирастает человеческий капитал.

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

- наращивание репутационного и социального капиталов
- создание новых устойчивых общественных связей
- создание и поддержание коллективных ценностей
- создание механизмов продуктивной коммуникации (коммуникации, порождающей новые знания, социальные проекты)
- обеспечение доступности и достоверности информации





2.1.1. Перспективы развития коммуникационной среды на ближайшие годы

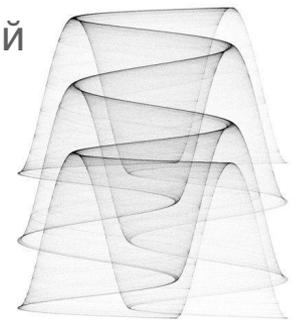
- Рост спроса на антикризисные коммуникации, который обусловлен как нестабильной конъюнктурой мировой экономики, так и ускоряющимся темпом распространения информации, сделавшей информационные кризисы более частыми, а кризисные коммуникации неотъемлемой частью профессии
- Возрастание дифференциации целевых групп и коммуникационных инструментов, повышение адресности коммуникаций и внимания к таргетированию коммуникационных кампаний
- Рост запроса на установление доверия и открытых взаимодействий государства, бизнеса и общественности, в том числе усиление фактора КСО. Увеличение спроса на услуги и по развитию внутрикорпоративных коммуникаций и коммуникационный менеджмент социальной деятельности компаний
- Усиление локальных и региональных субъектов, рост их коммуникационной активности, сопровождаемый повышением интересов общественности к местной повестке
- Увеличение объёмов информации, усиление конкуренции за дефицитный ресурс внимания, и как следствие, рост популярности таких форм «упаковки» информации, как визуализация и создание историй

Развитие цифровых и мобильных коммуникаций, появление новых инструментов и платформ для социального взаимодействия



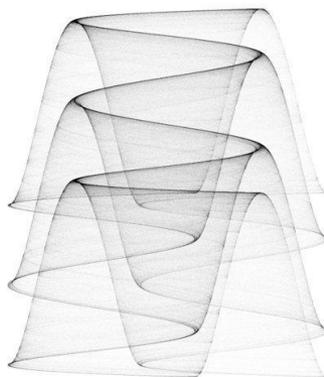
2.1.2. Перспективы развития профессии по связям с общественностью на ближайшие ГОДЫ

- Сближение деятельности по связям с общественностью с другими управленческими технологиями и сферами деятельности, увеличение стратегической роли деятельности по связям с общественностью
- Рост значимости внутренних коммуникаций, как важной составляющей бизнес-процесса
- Систематизация информационной среды и появление новых возможностей измерений и аналитики информационного контекста
- Развитие методов оценки эффективности деятельности по связям с общественностью, в том числе включение результатов корпоративной деятельности в области связей с общественностью в показатели эффективности корпорации в целом
- Развитие интегрированных коммуникаций, сочетающих возможности традиционных и новых каналов коммуникации, различные типы коммуникационного инструментария
- Институционализация отрасли, обусловленная сменой поколений и характерного для неё процесса передачи управленческих функций от владельцев бизнеса команде профессиональных наемных менеджеров



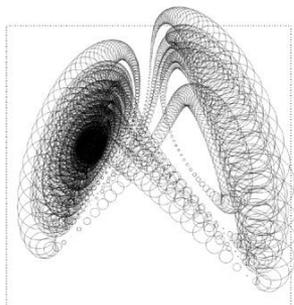
2.1.3. Перспективы развития коммуникационной среды и профессии по связям с общественностью на ближайшие годы

- Понимание обществом места и идентификация им специалиста по связям с общественностью, определение и принятие общественной и корпоративной функции деятельности по связям с общественностью



Часть 2. Обобщённые трудовые функции

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ (КОРПОРАТИВНЫЙ PR)	БАЗОВЫЕ ФУНКЦИИ	СПЕЦИАЛИЗАЦИИ (АГЕНСТВА)
Стратегические коммуникации	Развитие человеческого капитала, личностная самоорганизация	Корпоративный (продуктовый) PR
Цифровые коммуникации	Разработка коммуникационной стратегии	Цифровые коммуникации
Работа со СМИ	Анализ информации	Работа со СМИ
Организация коммуникации в соцсетях	Управление проектами	Организация коммуникации в соцсетях
Организация мероприятий	Создание контента	Организация мероприятий
Спичрайтинг	Организация публичных коммуникаций –реализация коммуникативной стратегии	Выстраивание отношений с органами власти
Выстраивание отношений с органами власти		
Внутренние коммуникации		



Структура описания обобщенной трудовой функции (на примере «разработка коммуникационной стратегии»)

Трудовая функция



Сбор информации



Детализация трудовой функции

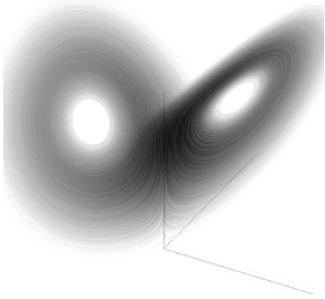


- Анализ публичных (платных и бесплатных) и внутрикорпоративных источников информации
- Интервьюирование внешних и внутренних экспертов
- Организация социологических исследований
- Подготовка отчета

Компетенции, знания, навыки



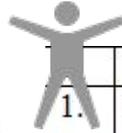
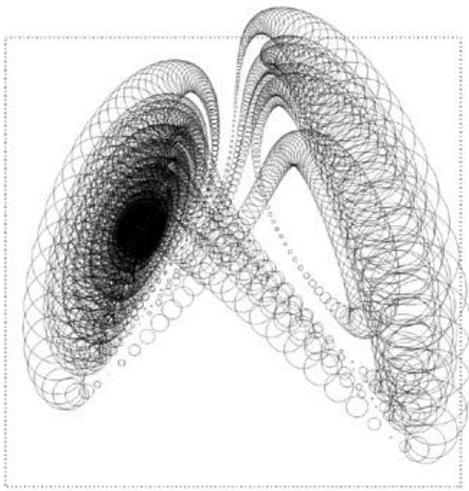
- Знание технологий поиска информации онлайн и оффлайн,
- Знание базовых технологий информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа (бенчмаркинг)
- Навык работы с большими объемами информации;
- Понимание принципов функционирования и структуры медиа-рынка конкретной отрасли;
- Знание основных методов качественных и количественных социологических исследований
- Знание технологии экспертного интервью



От профессионального к образовательному стандарту



№1. Развитие человеческого капитала и самоорганизация

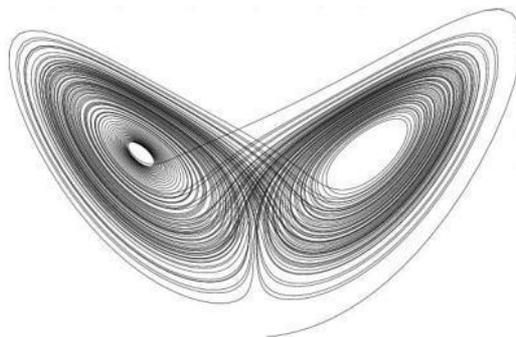


	Трудовая функция	Варианты, детализация трудовой функции
1.	Выстраивание и реализация личной долгосрочной профессиональной стратегии развития	<ul style="list-style-type: none"> • Видение личного профессионального будущего • Постоянное повышение собственного профессионального уровня
2.	Управление личными ресурсами	<ul style="list-style-type: none"> • Управление временем • Управление здоровьем • Управление мотивацией • Управление личной энергетикой (физической и психической)
3.	Обеспечение личной профессиональной эффективности в стрессовой и меняющейся внешней среде, соответствия решений и действий меняющимся требованиям рынка, компании, клиента и т.д.	<ul style="list-style-type: none"> • Анализ и оценка ситуации, динамики и трендов внутренних и внешних изменений, источников стресса. • Смена целей и инструментов их достижения
4.	Соблюдение этики деловых отношений с партнерами, клиентами и коллегами	
5.	Участие в жизни профессионального сообщества	<ul style="list-style-type: none"> • Участие в отраслевых мероприятиях (конференции, мастер-классы, и т.п.) • Повышение персонального рейтинга в профсообществах (участие в конкурсах, рейтингах, прохождении сертификации)



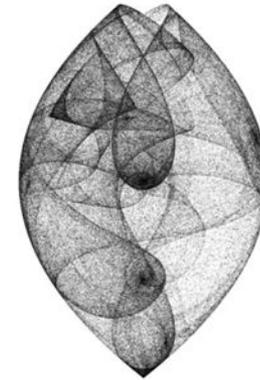
Необходимые компетенции и знания для самоорганизации и развития

- Знание техник работы с персональным будущим
- Способность к построению персональной образовательной траектории
- Знание основ тайм-менеджмента
- Знание основ самоорганизации
- Знание деловой этики и принятых профсообществом этических норм профессии
- Способность к рефлексии и передаче собственного профессионального опыта
- Навыки личного брендинга



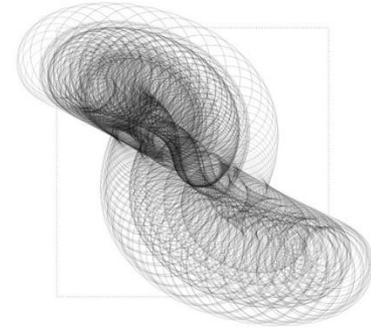
Персональные компетенции

- Готовность и способность к постоянному обучению
- Позитивное мышление
- Ответственность
- Внимательность
- Умение работать «в потоке»
- Рефлексивность
- Коммуникабельность
- Чувство прекрасного и постоянное развитие в этой области, отслеживание современных трендов в области визуальной коммуникации;
- Проактивность
- Открытость переменам
- Стрессоустойчивость и навыки снятия стрессовых состояний
- Способность быть «человеком-антенной»: улавливать сигналы изменений и трансформировать их в перемены
- Способность к работе в условиях неопределенности и многозадачности
- Способность к установлению доверия
- Способность к установлению межличностных связей и созданию сообществ
- Умение кратко и емко формулировать мысли
- Стратегическое мышление
- Системное мышление
- 24/7





№2. Разработка коммуникационной стратегии. Детализация.



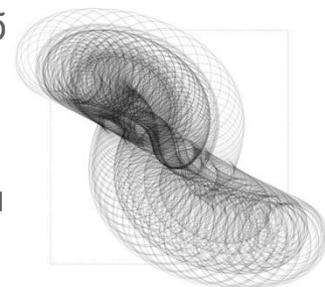
1. Сбор информации
2. Анализ ситуации
3. Определение целевого репутационного образа на основе миссии и/или ключевой корпоративной цели компании
4. Определение корпоративной коммуникационной стратегии на основе общей бизнес-стратегии компании (либо стратегии конкретного направления бизнеса, в поддержку которого разрабатывается коммуникационная стратегия)
5. Сегментация коммуникационных целей по целевым группам и рынкам
6. Определение целевых результатов коммуникационной стратегии
7. Разработка критериев оценки эффективности коммуникационной стратегии
8. Определение способа реализации коммуникационной стратегии
9. Определение порядка реализации коммуникационной стратегии
10. Интеграция коммуникационной стратегии в бизнес-стратегию





№3. Анализ информации. Компетенции.

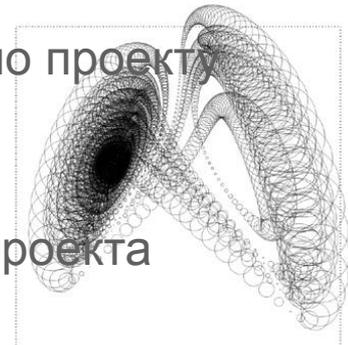
- Знание методов постановки и формулирования целей
- Знание основ проектного планирования
- Знание основных методов исследований различных видов (маркетинговые, социологические, медиа- и др.)
- Знание основ проектного управления
- Знание основных методов расчета трудозатрат
- Знание методов работы с открытыми данными: государственных органов, коммерческих структур, отраслевых некоммерческих организаций
- Знание методик работы с большими данными
- Знание принципов бизнес-анализа
- Знание основ маркетинга
- Знание основ политологии
- Навыки работы с поисковыми сервисами
- Навыки работы со специализированными базами СМИ и аналитическими системами
- Знание морфологии поисковых запросов
- Знание рынка СМИ, его отраслевых особенностей
- Навыки количественного и качественного анализа больших массивов текста
- Навыки работы со специализированным программным обеспечением для обраб
- Навыки работы со средствами визуализации данных
- Навыки работы с основными офисными программными продуктами
- Базовые навыки и знания управления проектами
- Знание технологий и основных методов оценки целевых и промежуточных резул



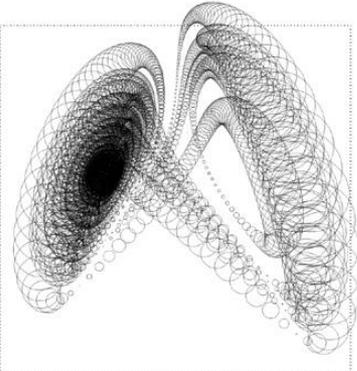


№4. Управление проектами. Детализация

1. Формулирование проблем, целей, задач и результата проекта
2. Описание архитектуры и среды проекта
3. Разработка плана и графика реализации проекта
4. Планирование и оптимизация ресурсов, составление сметы проекта
5. Подбор исполнителей и подрядчиков
6. Распределение задач между исполнителями
7. Организация внутренних коммуникаций в ходе проекта
8. Координация работ по проекту
9. Подготовка документов, организация документооборота по проекту
10. Приемка и оценка работ, выполненных исполнителями и подрядчиками
11. Информирование клиента о ходе проекта и результатов проекта
12. Анализ итогов и обратной связи



Самообследование отрасли: человеческий капитал

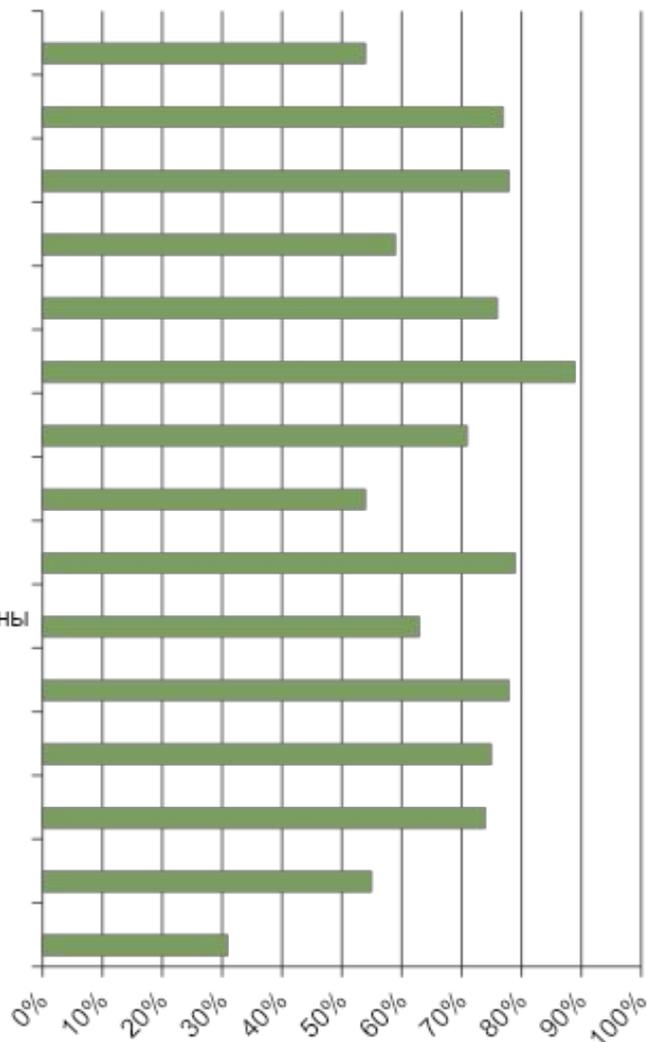


нального опыта

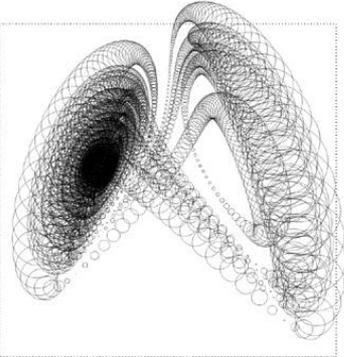
дачности

изменений и трансформировать их в перемены

ектории



Самообследование отрасли: коммуникационная стратегия



ения презентаций
территориально распределенных команд

сти связей с общественностью
муникационных услуг

ля
ценки целевых и промежуточных результатов коммуникационной работы
ского планирования коммуникаций

ичными типами целевых аудиторий
рия для организации публичных и непубличных коммуникаций
нтации целевых аудиторий
ования ключевых посланий

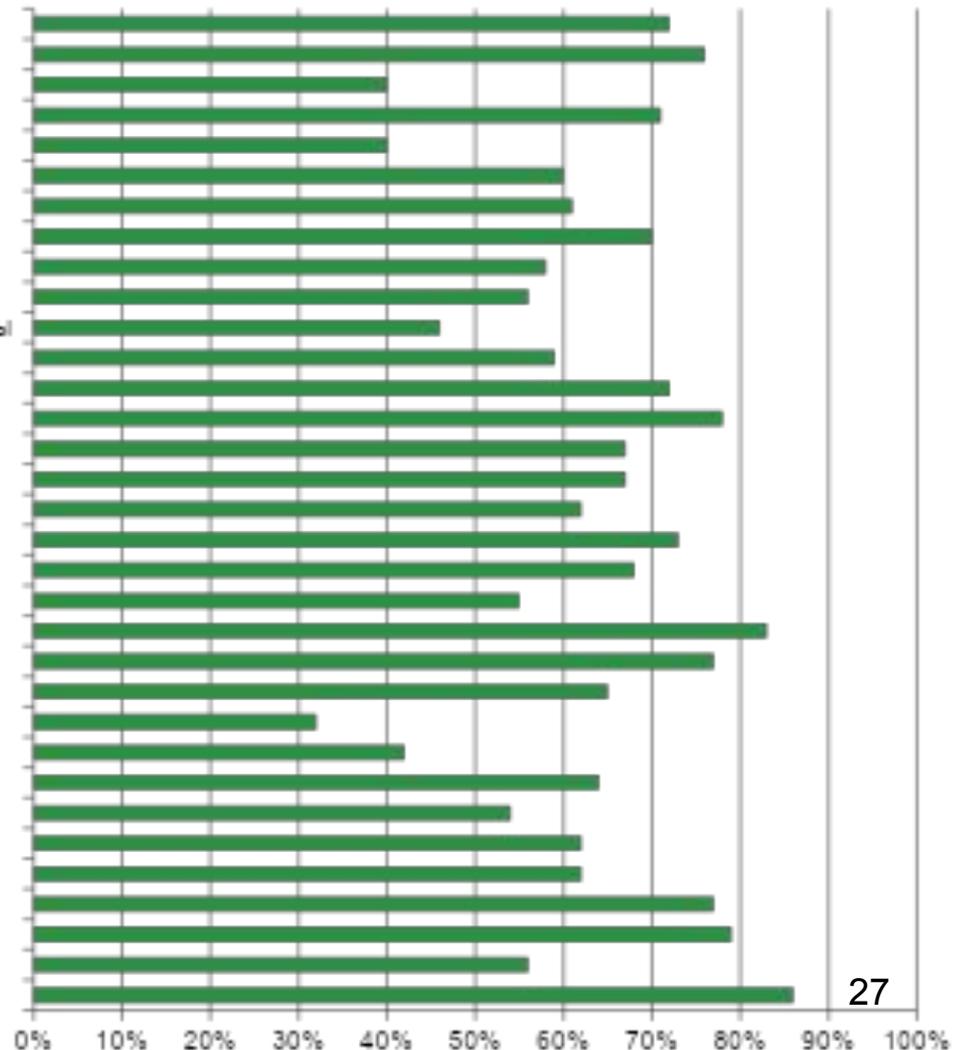
тегий (для развития и для кризисных ситуаций)
тария стратегического планирования коммуникаций
тов целеполагания

ысли
ования целей
ских отчетов

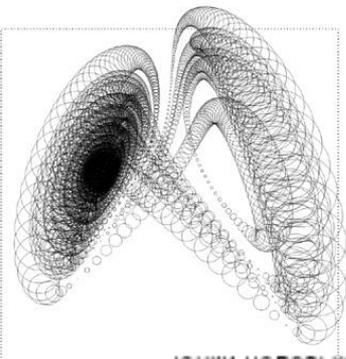
ес-стратегий и релевантных способов интерпретации данных
анализа информационного поля
ассивов данных

о
и количественных социологических исследований
тя и структуры медиа-рынка конкретной отрасли

формации
нной бизнес-разведки и конкурентного анализа (бенчмаркинг)
сайн и оффлайн



Самообследование отрасли: аналитика



ценки целевых и промежуточных результатов работ
ектами

мысли

сограммными продуктами

ции данных

рограммным обеспечением для обработки данных

анализа больших массивов текста

инностей

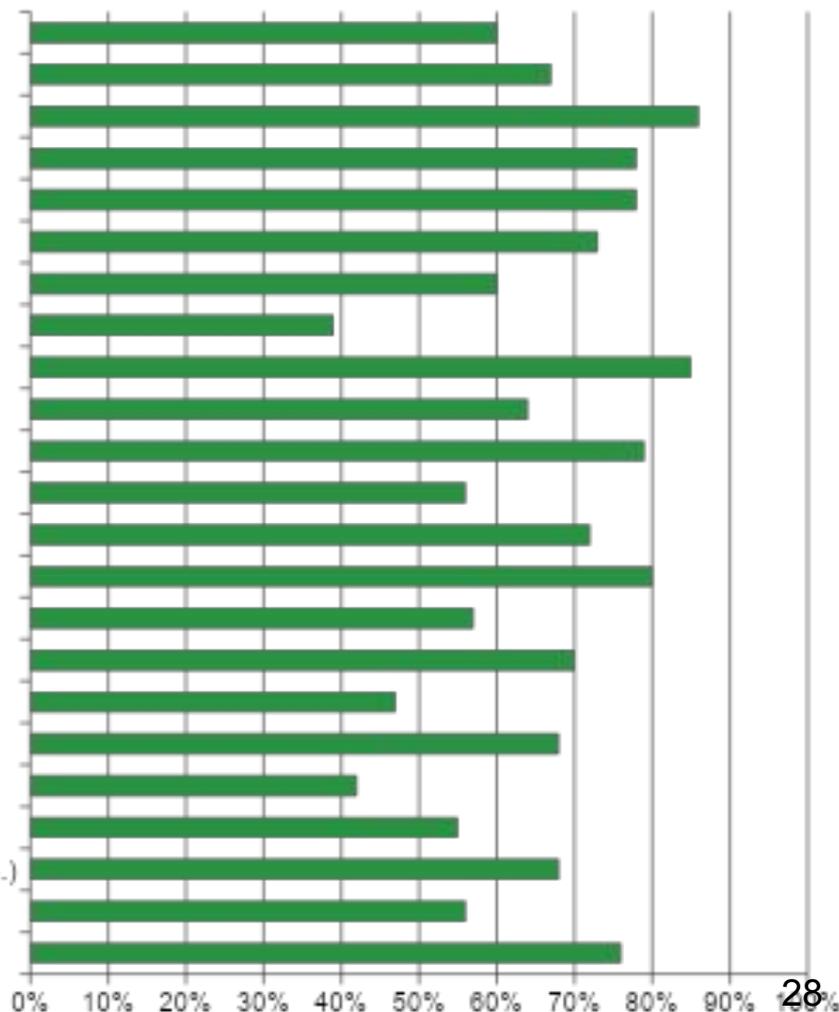
и базами СМИ и аналитическими системами

тьями:- государственных органов; коммерческих структур, НКО

атрат

различных видов (маркетинговые, социологические, медиа- и др.)

вания целей



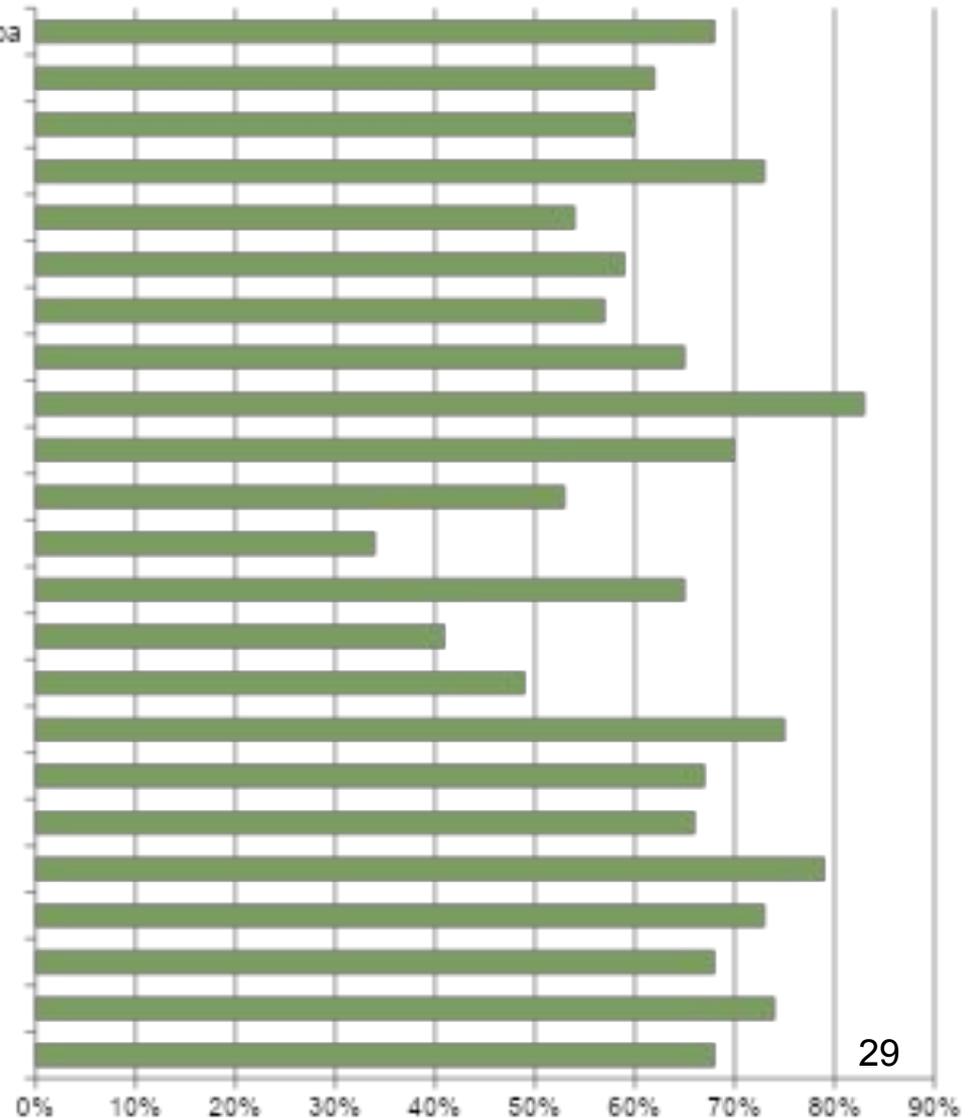
Самообследование отрасли: проектное управление

и современных технических средств коммуникации и связи, компьютера
информации

и услуг
связей с общественностью
оргов

ния

вливание на проект



Полная версия документа находится

www.raso.ru

<https://www.facebook.com/groups/prprofstandart/>

http://www.slideshare.net/raso_pr/ss-39639096

http://www.slideshare.net/raso_pr/ss-39639333

