

Приложение № 40  
к приказу Заместителя Председателя  
Правления Национальной палаты  
предпринимателей  
Республики Казахстан «Атамекен»  
от 26.12.2019г. №262

**Профессиональный стандарт: «Продвижение туристского продукта»**

**Глоссарий**

В настоящем профессиональном стандарте применяются следующие термины и определения:

**Маркетинг в туризме** – это система непрерывного согласования предлагаемых услуг с услугами, которые пользуются на рынке и которые туристическое предприятие способно предложить с прибылью для себя и более эффективно, чем это делают конкуренты. Целью маркетинга в туризме является сбор, анализ и отчет о результатах и о последующем использовании исследования.

**Продвижение турпродукта** – это комплекс мер, направленных на реализацию турпродукта.

**Туристский продукт** – это совокупность вещественных и невещественных потребительских стоимостей, необходимых для полного удовлетворения потребностей туристов, возникших во время путешествия.

**1. Паспорт Профессионального стандарта**

Название Профессионального стандарта:	Продвижение туристского продукта	
Номер Профессионального стандарта:		
Названия секции, раздела, группы, класса и подкласса согласно ОКЭД:	N - Деятельность в области административного и вспомогательного обслуживания 79 Деятельность туроператоров, турагентов и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма 79.1 Деятельность туристских агентств и операторов 79.12 Деятельность туристских операторов 79.12.0 Деятельность туристских операторов	
Краткое описание Профессионального стандарта:	Комплекс мер, направленных на продвижение туристского продукта, включающие рекламу, участие в специализированных выставках, ярмарках, организацию информационных центров, издание каталогов, буклетов и др.	

**2. Карточки профессий**

Перечень карточек профессий:	Руководитель отдела маркетинга и рекламы в туристском предприятии	7-й уровень ОРК
	Специалист по рекламе и маркетингу в туристском предприятии	4-й уровень ОРК
	Специалист по работе с турагентствами	4-й уровень ОРК

**КАРТОЧКА ПРОФЕССИИ: «РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА МАРКЕТИНГА И РЕКЛАМЫ В ТУРИСТСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ»**

Код:	-
Код группы:	-

Профессия:	Руководитель отдела маркетинга и рекламы в туристской организации	
Другие возможные наименования профессии:	1231-0-001 Директор коммерческий 1231-0-002 Заведующий отделом (по маркетингу и сбыту продукции) 1231-0-003 Мастер по сбыту 1231-0-004 Начальник отдела (по маркетингу и сбыту продукции) 1231-0-005 Рекламный арт-директор 1231-0-006 Руководитель службы маркетинга 1231-0-007 Управляющий (в подразделениях (службах) по маркетингу и сбыту продукции)	
Квалификационный уровень по ОРК:	7	
Основная цель деятельности	Планирование, управление и координация продаж и маркетинговой деятельности в туристском предприятии	
Трудовые функции:	Обязательные трудовые функции:	1. Координация работы отдела 2. Разработка маркетинговой политики 3. Организация изучения рынка
Трудовая функция 1: Координация работы отдела	<b>Задача 1:</b> <b>Организация работы отдела</b>	<b>Умения:</b>
		1. Организация работы сотрудников. 2. Проведение деловых переговоров. 3. Анализ отчета рынка и проведенных исследований и опросов. 4. Постановка задач и осуществление контроля их выполнения. 5. Проведение переговоров с контрагентами с учетом их национальных особенностей. 6. Осуществление оценки финансово-экономического состояния и емкости рынка. 7. Получение необходимой информации из отчетов по проведенным социологическим и маркетинговым исследованиям. 8. Работа с большим количеством информации в условиях многозадачности. 9. Ведение документации и отчетности в рамках выполнения работ. 10. Соблюдение регламента, стандартов и нормативно-технической документации, используемой в деятельности туристских организаций.
		<b>Знания:</b>

		<ol style="list-style-type: none"><li>1. Нормативно-правовые акты Республики Казахстан, регулирующие туристскую деятельность.</li><li>2. Особенности туризма, географии, истории, архитектуры, религии, достопримечательностей, социально-экономического и политического устройства стран.</li><li>3. Нормативные правовые акты в странах, на базе которых создается турпродукт и оказываются туристские услуги.</li><li>4. Основы маркетинга и рекламы.</li><li>5. Методические материалы по организации рекламы и маркетинга.</li><li>6. Основные факторы для осуществления расчета финансово-экономического состояния и емкости рынка.</li><li>7. Порядок разработки договоров и контрактов на организацию и проведение рекламных кампаний.</li><li>8. Этика делового общения.</li><li>9. Основы социологии, общей и специальной психологии.</li><li>10. Методы определения платежеспособного спроса и порядок разработки перспективных и текущих планов рекламы и реализации.</li><li>11. Особенности, характеристики и потребительские свойства турпродукта и оказываемых услуг, их отличие от представленных аналогов на рынке, преимущества и недостатки.</li><li>12. Передовые технологии и приемы проведения рекламных кампаний.</li><li>13. Методы изучения рыночной конъюнктуры и разработки прогнозов потребности.</li><li>14. Организации маркетингового и рекламного дела.</li><li>15. Методы изучения мотивации и отношения клиентов к реализуемым турпродуктам и услугам.</li><li>16. Условия реализации и предоставления турпродукта и услуг.</li></ol>
--	--	--

		<p>17. Способы и методы работы со средствами массовой информации.</p> <p>18. Основы организации постпродажного обслуживания.</p> <p>19. Правила оформления рекламной документации.</p> <p>20. Правила и основы проектной работы.</p> <p>21. Основы технологии организации труда и управления.</p> <p>22. Знание функциональной структуры организации.</p> <p>23. Знание ПК и базовых программ Microsoft Office.</p> <p>24. Правила и нормы охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты.</p>
<p>Трудовая функция 2: Разработка маркетинговой политики</p>	<p><b>Задача 1:</b> <b>Организация разработки стратегии проведения рекламных мероприятий в средствах массовой информации с помощью различного вида рекламы</b></p>	<p><b>Умения:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ отчета рынка и проведенных исследований и опросов.</li> <li>2. Проведение переговоров с контрагентами с учетом их национальных особенностей.</li> <li>3. Осуществление оценки финансово-экономического состояния и емкости рынка.</li> <li>4. Получение необходимой информации из отчетов по проведенным социологическим и маркетинговым исследованиям.</li> <li>5. Работа с большим количеством информации в условиях многозадачности.</li> </ol> <p><b>Знания:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Нормативно-правовые акты Республики Казахстан, регулирующие туристскую деятельность.</li> <li>2. Особенности туризма, географии, истории, архитектуры, религии, достопримечательностей, социально-экономического и политического устройства стран.</li> <li>3. Нормативные правовые акты в странах, на базе которых создается турпродукт и оказываются туристские услуги.</li> <li>4. Основы маркетинга и рекламы.</li> <li>5. Методические материалы по</li> </ol>

		<p>организации рекламы и маркетинга.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>6. Основные факторы для осуществления расчета финансово-экономического состояния и емкости рынка.</li><li>7. Порядок разработки договоров и контрактов на организацию и проведение рекламных кампаний.</li><li>8. Этика делового общения.</li><li>9. Основы социологии, общей и специальной психологии.</li><li>10. Методы определения платежеспособного спроса и порядок разработки перспективных и текущих планов рекламы и реализации.</li><li>11. Особенности, характеристики и потребительские свойства турпродукта и оказываемых услуг, их отличие от представленных аналогов на рынке, преимущества и недостатки.</li><li>12. Передовые технологии и приемы проведения рекламных кампаний.</li><li>13. Методы изучения рыночной конъюнктуры и разработки прогнозов потребности.</li><li>14. Организации маркетингового и рекламного дела.</li><li>15. Методы изучения мотивации и отношения клиентов к реализуемым турпродуктам и услугам.</li><li>16. Условия реализации и предоставления турпродукта и услуг.</li><li>17. Способы и методы работы со средствами массовой информации.</li><li>18. Основы организации постпродажного обслуживания.</li><li>19. Правила оформления рекламной документации.</li><li>20. Правила и основы проектной работы.</li><li>21. Основы технологии организации труда и управления.</li><li>22. Знание функциональной структуры организации.</li><li>23. Знание ПК и базовых программ Microsoft Office.</li><li>24. Правила и нормы охраны труда,</li></ol>
--	--	--

		техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты.
Трудовая функция 3: Организация изучения рынка	<b>Задача 1: Организация изучения рынков деятельности организации, в том числе сбор данных из средств массовой информации, от различных предприятий и организаций</b>	<b>Умения:</b>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ отчета рынка и проведенных исследований и опросов</li> <li>2. Проведение переговоров с контрагентами с учетом их национальных особенностей</li> <li>3. Осуществление оценки финансово-экономического состояния и емкости рынка</li> <li>4. Получение необходимой информации из отчетов по проведенным социологическим и маркетинговым исследованиям</li> <li>5. Работа с большим количеством информации в условиях многозадачности.</li> </ol>
		<b>Знания:</b>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Нормативно-правовые акты Республики Казахстан, регулирующие туристскую деятельность.</li> <li>2. Особенности туризма, географии, истории, архитектуры, религии, достопримечательностей, социально-экономического и политического устройства стран.</li> <li>3. Нормативные правовые акты в странах, на базе которых создается турпродукт и оказываются туристские услуги.</li> <li>4. Основы маркетинга и рекламы.</li> <li>5. Методические материалы по организации рекламы и маркетинга.</li> <li>6. Основные факторы для осуществления расчета финансово-экономического состояния и емкости рынка.</li> <li>7. Порядок разработки договоров и контрактов на организацию и проведение рекламных кампаний.</li> <li>8. Этика делового общения.</li> <li>9. Основы социологии, общей и специальной психологии.</li> <li>10. Методы определения платежеспособного спроса и порядок разработки перспективных и текущих планов рекламы и</li> </ol>

		<p>реализации.</p> <p>11. Особенности, характеристики и потребительские свойства турпродукта и оказываемых услуг, их отличие от представленных аналогов на рынке, преимущества и недостатки.</p> <p>12. Передовые технологии и приемы проведения рекламных кампаний.</p> <p>13. Методы изучения рыночной конъюнктуры и разработки прогнозов потребности.</p> <p>14. Организации маркетингового и рекламного дела.</p> <p>15. Методы изучения мотивации и отношения клиентов к реализуемым турпродуктам и услугам.</p>	
Требования к личностным компетенциям	<p>Высокая стрессоустойчивость</p> <p>Коммуникабельность</p> <p>Желание работать с людьми</p> <p>Лидерство</p>		
Связь с другими профессиями в рамках ОРК	7	Заместитель первого руководителя туристского предприятия	
	4	Специалист по рекламе и маркетингу в туристском предприятии	
	4	Специалист по работе с турагентствами	
Связь с ЕТКС или КС или другими справочниками профессий	<p>КС, утвержденный приказом Министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстан от 21 мая 2012 года № 201-Ө-М</p>		Заместитель директора по связям с общественностью
Связь с системой образования и квалификации	<p>Уровень образования: Магистратура или высшее образование с опытом работы в отрасли (7М или 5В уровень МСКО)</p>		<p>Специальность: Маркетинг</p> <p>Квалификация: Магистр или бакалавр</p>
<b>КАРТОЧКА ПРОФЕССИИ: «СПЕЦИАЛИСТ ПО РЕКЛАМЕ И МАРКЕТИНГУ В ТУРИСТСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ»</b>			
Код:	-		
Код группы:	-		
Профессия:	Специалист по рекламе и маркетингу в туристской организации		
Другие возможные наименования профессии:	<p>2431-1-001 Аналитик маркетинговых кампаний</p> <p>2431-1-002 Аналитик-маркетолог</p> <p>2431-1-003 Консультант по маркетингу</p> <p>2431-1-004 Маркетолог</p> <p>2431-1-006 Специалист по прогнозам рынка</p> <p>2431-1-007 Специалист по ценовому маркетинговому</p>		

	исследованию 2431-1-008 Спортивный маркетолог 2431-1-009 Телемаркетолог	
Квалификационный уровень по ОРК:	4	
Основная цель деятельности	Осуществление маркетинговой деятельности в туристском предприятии	
Трудовые функции:	Обязательные трудовые функции:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработка маркетингового плана по продвижению турпродукта</li> <li>2. Анализ эффективности маркетинговых мероприятий</li> </ol>
Трудовая функция 1: Разработка маркетингового плана по продвижению турпродукта	<b>Задача 1: Разработка и проведение мероприятий по продвижению турпродукта/услуг и повышения уровня лояльности к туристской организации</b>	<b>Умения:</b>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Мониторинг и анализ продаж турпродукта.</li> <li>2. Внесение предложений для увеличения продаж.</li> <li>3. Распространение рекламной продукции о деятельности компании.</li> <li>4. Изучение рекламной продукции на рынке туристских услуг, в т.ч. конкурентов.</li> <li>5. Участие в рекламных акциях компании.</li> </ol>
		<b>Знания:</b>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основы маркетинга и рекламы.</li> <li>2. Методические материалы по организации рекламы и маркетинга.</li> <li>3. Этика делового общения</li> <li>4. Основы социологии, общей и специальной психологии.</li> <li>5. Особенности, характеристики и потребительские свойства турпродукта и оказываемых услуг, их отличие от представленных аналогов на рынке, преимущества и недостатки.</li> <li>6. Передовые технологии и приемы проведения рекламных кампаний.</li> <li>7. Методы изучения рыночной конъюнктуры и разработки прогнозов потребности</li> <li>8. Организации маркетингового и рекламного дела.</li> <li>9. Методы изучения мотивации и отношения клиентов к реализуемым турпродуктам и услугам.</li> <li>10. Условия реализации и предоставления турпродукта и услуг.</li> </ol>



		<p>11. Способы и методы работы со средствами массовой информации.</p> <p>12. Эффективные техники продвижения услуг на рынке.</p> <p>13. Основы эффективного общения.</p>
Трудовая функция 2: Анализ эффективности маркетинговых мероприятий	<b>Задача 1:</b> <b>Анализ эффективности проведения маркетинговых мероприятий</b>	<b>Умения:</b>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Оценка эффективности маркетинговых мероприятий.</li> <li>2. Определение потенциальных клиентов.</li> <li>3. Коммуникативные умения (убеждать, вести успешные переговоры, представлять продукт).</li> <li>4. Поиск, отбор и эффективное использование информации.</li> <li>5. Аналитические умения.</li> <li>6. Презентационные умения.</li> </ol>
		<b>Знания:</b>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Законодательные и иные нормативные правовые акты РК, регламентирующие предпринимательскую, коммерческую и рекламную деятельность.</li> <li>2. Основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса.</li> <li>3. Конъюнктура рынка.</li> <li>4. Теория и практика менеджмента, передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламного дела.</li> <li>5. Формы и методы ведения рекламных кампаний.</li> <li>6. Перспективы инновационной и инвестиционной деятельности.</li> <li>7. Современные средства сбора и анализа информации.</li> </ol>
Требования к личностным компетенциям	Коммуникабельность Желание работать с людьми	
Связь с другими профессиями в рамках ОРК	7	Руководитель отдела маркетинга и рекламы в туристской организации
	4	Специалист по работе с турагентствами
Связь с ЕТКС или КС или другими справочниками профессий	КС, утвержденный приказом Министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстан от 21 мая	Менеджер по рекламе

	2012 года № 201-ө-м		
Связь с системой образования и квалификации	Уровень образования: ТиПО (4 уровень МСКО)	Специальность: 0511000 - Туризм (по отраслям)	Квалификация: 051104 3 - Менеджер
<b>КАРТОЧКА ПРОФЕССИИ: «СПЕЦИАЛИСТ ПО РАБОТЕ С ТУРАГЕНТСТВАМИ»</b>			
Код:	-		
Код группы:	-		
Профессия:	Специалист по работе с турагентствами		
Другие возможные наименования профессии:	4221-0-008 Агент по туризму 4221-0-017 Туристический оператор		
Квалификационный уровень по ОРК:	4		
Основная цель деятельности	Осуществление взаимодействия с турагентствами с целью продвижения туристского продукта		
Трудовые функции:	Обязательные трудовые функции:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Взаимодействие с турагентскими компаниями</li> <li>2. Маркетинговая поддержка продаж туристского продукта</li> </ol>	
Трудовая функция 1: Взаимодействие с турагентскими компаниями	<b>Задача 1:</b> <b>Информировать турагентства обо всех аспектах работы компании, особенностях реализации турпродукта, специальных акциях и мероприятиях способами, применяемыми в организации, а также по вопросам сотрудничества и взаимодействия, работы с заявками</b>	<b>Умения:</b>	
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ведение приема обращений в туристскую организацию от турагентств по различным каналам связи, в том числе с использованием специализированных систем/программного обеспечения, используемого в организации.</li> <li>2. Информирование турагентства обо всех аспектах работы компании, особенностях реализации турпродукта, специальных акциях и мероприятиях способами, применяемыми в организации.</li> <li>3. Работа в условиях мультизадачности.</li> <li>4. Взаимодействие с другими отделами туристской организации с целью получения необходимой информация.</li> <li>5. Работа в команде.</li> <li>6. Осуществление первичного сбора и анализа информации для решения нестандартных / конфликтных ситуаций с турагентствами.</li> <li>7. Соблюдение регламента, стандарта и нормативно-технической документации, используемой в деятельности туристских агентств и</li> </ol>	

		<p>туроператоров.</p> <p><b>Знания:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Нормативно-правовые акты Республики Казахстан, регулирующие туристскую деятельность.</li> <li>2. Ассортимент и особенности продукта и/или услуг туристской организации.</li> <li>3. Правила ведения телефонных переговоров.</li> <li>4. Правила делового этикета.</li> <li>5. Правила деловой переписки.</li> <li>6. Основы риторики.</li> <li>7. Стандарты и правила работы в туристской организации.</li> <li>8. Стандарты и правила работы турагентств с туристской организацией.</li> <li>9. Содержание договора между туристской организацией и турагентствами.</li> <li>10. Требования финансовой дисциплины организации.</li> <li>11. Правила использования оборудования, используемого в работе по консультативной поддержке турагентств, обращающихся в туристские организации.</li> <li>12. Правила работы в специализированных системах/программном обеспечении туристской организации.</li> <li>13. Знание ПК и базовых программ Microsoft Office</li> <li>14. Правила и нормы охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты.</li> </ol>
Трудовая функция 2: Маркетинговая поддержка продаж туристского продукта	<b>Задача 1: Продвижение туристского продукта турагентам</b>	<p><b>Умения:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сокращение трудозатрат, связанных с поиском необходимой информации.</li> <li>2. Обеспечение «готовности к продажам» турагентов.</li> <li>3. Интеграция маркетинга и продаж (объединение усилий и распределение ответственности).</li> </ol>

		4. Построение агентской сети. 5. Проведение обучающих вебинаров по туристским продуктам. 6. Проведение выездных презентаций туристских продуктов.	
		<b>Знания:</b> 1. Основы маркетинга и рекламы. 2. Методические материалы по организации рекламы и маркетинга. 3. Этика делового общения 4. Основы социологии, общей и специальной психологии. 5. Передовые технологии и приемы проведения рекламных кампаний. 6. Методы изучения мотивации и отношения клиентов к реализуемым турпродуктам и услугам. 7. Условия реализации и предоставления турпродукта и услуг. 8. Эффективные техники продвижения услуг на рынке. 9. Основы эффективного общения.	
Требования к личностным компетенциям	Коммуникабельность, поставленная речь, желание работать с людьми, стрессоустойчивость.		
Связь с другими профессиями в рамках ОРК	7	Руководитель отдела маркетинга и рекламы в туристской организации	
	4	Специалист по рекламе и маркетингу в туристской организации	
Связь с ЕТКС или КС или другими справочниками профессий	КС, утвержденный приказом Министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстан от 21 мая 2012 года № 201-ө-м		Менеджер
Связь с системой образования и квалификации	Уровень образования: ТиПО (4 уровень МСКО)	Специальность: 0511000 - Туризм (по отраслям)	Квалификация: 051104 3 - Менеджер
<b>3. Технические данные Профессионального стандарта</b>			
Разработано:	<b>Организация:</b> Объединения юридических лиц «Казахстанская туристская ассоциация» <b>Исполнитель/ руководитель проекта:</b> Шайкенова Р.Р. <b>Контактные данные исполнителя:</b> kta@kaztour-association.com +7 727 293 83 70		

<p>Экспертиза предоставлена:</p>	<p><b>1. Организация:</b> ТОО «Туран Азия LLP»  <b>Эксперт:</b> Касенханова Г.К.  <b>Контактные данные:</b> <a href="mailto:outgoing1@turanasia.kz">outgoing1@turanasia.kz</a> , 8 (727) 2669595, 2663691</p> <p><b>2. Организация:</b> ТОО «GLOBAL AIR»  <b>Эксперт:</b> Гульден Оспанова  <b>Контактные данные:</b> <a href="mailto:almaty@globalair-kz.com">almaty@globalair-kz.com</a> , 8 (727) 258 44 44</p> <p><b>3. Организация:</b> ТОО МТК «Complete Service»  <b>Эксперт:</b> Сарсенбаев А.Б.  <b>Контактные данные:</b> <a href="mailto:tour@complete.kz">tour@complete.kz</a> , 8 (727) 390 70 70</p> <p><b>4. Организация:</b> ТОО «Туристический центр «Золотой караван»  <b>Эксперт:</b> Веймер А.Ф.  <b>Контактные данные:</b> <a href="mailto:karavankz@mail.ru">karavankz@mail.ru</a> , 8 (7262) 56 83 77</p> <p><b>5. Организация:</b> ТОО «Premium Travel Company»  <b>Эксперт:</b> Хохленко Е.А.  <b>Контактные данные:</b> <a href="mailto:info@premiumtravel.kz">info@premiumtravel.kz</a> , 8 (727) 267 36 37</p>
<p>Номер версии и год выпуска:</p>	<p>Версия 1, 2019 год</p>
<p>Дата ориентировочного пересмотра:</p>	<p>2022</p>