|  |
| --- |
| Приложение № 7к приказу Заместителя Председателя Правления Национальной палаты предпринимателейРеспублики Казахстан «Атамекен»от 18.12.2019 № 255 |
| **Профессиональный стандарт** **«Внутренние коммуникации»** |
| **Глоссарий:**В настоящем профессиональном стандарте применяются следующие термины и определения:**Управление человеческими ресурсами** – подход в **управлении** персоналом, при котором сотрудники рассматриваются как достояние компании в конкурентной борьбе, как человеческий потенциал, который необходимо мотивировать и развивать, чтобы достичь стратегических целей организации.**Диалог –** в узком смысле двухсторонний обмен информацией между людьми как публично, так и посредством масс-медиа. В более широком понимании – горизонтальная передача информации, в процессе которой коммуникатор и реципиент принимают равноправное участие**Эффективные коммуникации** – обмен информацией, на основе которого руководитель получает возможность принятия эффективных решений и доводит до сотрудников принятые решения.**Воздействие и влияние –** способность предпринимать разнообразные действия с целью убедить, повлиять, оказать воздействие или произвести на других определенное впечатление, чтобы добиться согласия и поддержки своих предложений. **Клиентоориентированность –** способность и желание помочь клиенту, выявить его потребности и удовлетворить его запросы, готовность предоставить клиенту желаемое обслуживание, принять личную ответственность за немедленное решение проблем клиента, не занимая при этом оборонительных позиций, делать больше, чем от него ожидает клиент.**Аналитическое мышление** – способность рассматривать ситуации, явления и последствия, выделяя структурируя и систематизируя их составные части, сопоставляя различные факторы; способность к рациональной расстановке приоритетов; способность к определению временных взаимосвязей и последовательностей, причинно-следственных связей.**Понимание бизнеса** – понимание специфики работы компании, ее конкурентных преимуществ, позиций на рынке и стратегических приоритетов. Понимание внутренних бизнес-процессов, своей роли в их реализации отношений для оказания услуг по разрешению трудового спора.**Гибкость –** способность адаптироваться и эффективно работать в различных ситуациях, с разными людьми или группами, способность понимать и принимать во внимание различные, в том числе противоположные мнения, адаптацию собственного подхода в соответствии с требованиями изменившейся ситуации, способность инициировать или с готовностью воспринимать изменения в своей организации или в своей работе. **Ориентация на результат** – стремление соответствовать установленным стандартам или превосходить их, способность создавать собственные критерии качества для измерения результатов, повышать показатели эффективности своей работы, ставить перед собой амбициозные цели, решать сложные задачи, стремление к самосовершенствованию – умение находить способы выполнения задач лучше, проще, быстрее и качественнее, устраняя бюрократические преграды;**Мотивация** – совокупность процедур и действий, нацеленных на побуждение работников к достижению желаемых организационных / бизнес результатов.**Лучшие практики** – самые эффективные подходы к достижению поставленных целей, признаваемые всеми участниками рынка / отрасли.**Заинтересованные стороны –** так или иначе относящиеся к ситуации стороны (окружающие), способные повлиять на ее исход.**Трансляция результатов** – передача результатов.**Консалтинг (консультирование)** – деятельность по консультированию руководителей, управленцев по широкому кругу вопросов в сфере финансовой, коммерческой, юридической, технологической, технической, [экспертной](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%82) деятельностей. Цель консалтинга – помочь системе управления ([менеджменту](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82)) в достижении заявленных целей.**Информационный повод** – неординарное, интересное событие, которое может заинтересовать публику и СМИ. **Мониторинг** – система сбора информации, регулярного наблюдения, оценки и прогноза, специально организованное систематическое наблюдение за состоянием каких-либо объектов, система наблюдения и контроля над любыми социальными процессами, вызывающими исследовательский интерес.**Коммуникационная стратегия (или коммуникационная политика)** – часть [маркетинговой стратегии](http://marketopedia.ru/33-marketingovaya-strategiya.html), представляющая собой долгосрочный план построения и осуществления маркетинговых коммуникаций компании для обеспечения достижения стратегических маркетинговых и вышестоящих общекорпоративных целей. |
| 1. **Паспорт профессионального стандарта**
 |

|  |  |
| --- | --- |
| Название профессионального стандарта | Внутренние коммуникации |
| Номер профессионального стандарта | - |
| Название секции, раздела, группы, класса и подкласса, согласно ОКЭД | М. Профессиональная, научная и техническая деятельность70. Деятельность головных компаний; консультирование по вопросам управления70.2 Деятельность по консультированию по вопросам управления70.22 Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и прочее консультирование по вопросам управления70.22.1 Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления |
| Краткое описание профессионального стандарта | Анализ, формирование и мониторинг эффективной системы внутриорганизационного информационного взаимодействия  |
| 1. **Карточки профессий**
 |
| Перечень карточек профессий: | Менеджер по внутренним коммуникациям | 6 уровень ОРК |
| **Карточка профессии:****«МЕНЕДЖЕР ПО ВНУТРЕННИМ КОММУНИКАЦИЯМ»** |
| Код: |  - |
| Код группы: |  - |
| Профессия: | Менеджер по внутренним коммуникациям |
| Другие возможные наименования профессии: | - |
| Квалификационный уровень по ОРК: | 6 |
| Основная цель деятельности | Анализ, формирование и мониторинг эффективной системы внутриорганизационного информационного взаимодействия |
| Трудовые функции: | Обязательные трудовые функции: | 1. Диагностика модели внутриорганизационных коммуникаций
2. Разработка коммуникационной стратегии
3. Формирование и поддержка информационных каналов внутриорганизационных коммуникаций
 |
| Дополнительные трудовые функции: | - |
| **Трудовая функция 1:**Диагностика и формирование модели внутриорганизационных коммуникаций | **Задача 1:**Организация исследований процесса внутриорганизационных коммуникаций  | **Умения:** |
| 1. Определение целевой группы и источников для сбора информации
2. Определение методов проведения исследования
3. Организация и проведение интервью, опросов, фокус-групп
4. Анализ полученной информации
5. Сбор бенчмарка по международным трендам развития внутриорганизационных коммуникаций
6. Исследование внешних факторов, влияющих на формирование модели внутриорганизационных коммуникаций
 |
| **Знания:** |
| 1. Технологии поиска информации
2. Тренды развития внутренних коммуникаций, международных практик
3. Метод конкурентного анализа
4. Методы качественного и количественного анализа социологических исследований
5. Ведущие цифровые инструменты и платформы в области HR
6. Основы маркетинга в социальных платформах
7. Методология исследования вовлеченности персонала
 |
| **Задача 2:** Формирование модели внутриорганизационных коммуникаций | **Умения:** |
| 1. Анализ организационной структуры и кроссфункционального взаимодействия в ее рамках
2. Участие в формировании базовых корпоративных ценностей и стандартов организационного поведения
3. Интеграция актуальных информационных каналов и бизнес-процессов организации
4. Описание текущей модели внутриорганизационных коммуникаций
5. Разработка целевой модели внутриорганизационных коммуникаций
 |
| **Знания:** |
| 1. Миссия, видение, ценности, принципы организации
2. Принципы и методы целеполагания
3. Тренды развития внутренних коммуникаций, международных практик
4. Методы формулирования тезисов, ключевых посылов
5. Основы организационного поведения, управления изменениями, управления рисками
6. Основные инструменты PR и маркетинга
7. Социальные сети и их характеристики
8. Методы создания информационных поводов
 |
| **Трудовая функция 2:**Разработка стратегии внутриорганизационного информационного взаимодействия  | **Задача 1:**Формирование единого внутреннего информационного поля и внутренних целевых аудиторий | **Умения:** |
| 1. Участие в определении миссии и ценностей организации
2. Определение принципов и приоритетных направлений развития внутренних коммуникаций с учетом стратегии развития организации и имеющихся ресурсов
3. Структурирование внутриорганизационных информационных потоков с учетом внутренних целевых аудиторий
4. Разработка и согласование правил создания и функционирования внутриорганизационных информационных каналов
5. Разработка и согласование правил деловой переписки при использовании внутренних информационных каналов
6. Работа с информационными системами
7. Содействие и поддержка автоматизации внутриорганизационных информационных потоков (с учетом обратной связи пользователей), подготовка спецификации
8. Обеспечение качественного информационного обмена по внутренним информационным каналам
9. Разработка и согласование единых стандартов внутриорганизационных коммуникаций
 |
| **Знания:** |
| 1. Миссия, видение, ценности, принципы организации
2. Принципы и методы целеполагания
3. Тренды развития внутренних коммуникаций, международных практик
4. Методы формулирования тезисов, ключевых посылов
5. Основы организационного поведения, управления изменениями, управления рисками
 |
| **Задача 2:**Разработка внутренних документов, регулирующих процессы внутриорганизационных коммуникаций  | **Умения**: |
| 1. Разработка и согласование политики/стратегии/правил и принципов, определяющих поведение участников внутриорганизационных коммуникаций
2. Структурирование внутриорганизационных информационных потоков
3. Разработка правил создания и функционирования внутриорганизационных информационных каналов
4. Разработка и согласование правил деловой переписки при использовании внутренних информационных каналов
5. Содействие автоматизации внутриорганизационных информационных потоков
6. Обеспечение качественного информационного обмена по внутренним информационным каналам
7. Разработка и согласование единых стандартов внутриорганизационных коммуникаций
 |
| **Знания:** |
| 1. Миссия, видение, ценности, принципы организации
2. Принципы и методы целеполагания
3. Тренды развития внутренних коммуникаций, международных практик
4. Методы формулирования тезисов, ключевых посылов
5. Основные технологии анализа информационного поля
6. Тренды развития внутренних коммуникаций, международных практик
7. Типовые коммуникационные стратегии (для кризисных ситуаций)
 |
| **Задача 3:**Определение качественных и количественных показателей коммуникационной стратегии | **Умения:** |
| 1. Разработка критериев эффективности реализации коммуникационной стратегии
2. Анализ критериев и метрик по эффективности коммуникационной стратегии
3. Формирование каналов обратной связи и обеспечение их качественного функционирования
4. Взаимодействие с участниками внутриорганизационных коммуникаций и стейкхолдерами по вопросам реализации коммуникационной стратегии
5. Консультирование по вопросам коммуникационной стратегии
 |
| **Знания:** |
| 1. Миссия, видение, ценности, принципы организации
2. Тренды развития внутренних коммуникаций, международных практик
3. Основы проектного управления
4. Основы организационного поведения, управления изменениями, управления рисками
5. Типы информационных каналов
 |
| **Трудовая функция 3:**Формирование и поддержка информационных каналов внутриорганизационных коммуникаций | **Задача 1:**Анализ коммуникационных разрывов | **Умения:** |
| 1. Анализ и выявление противоречий между существующими и утвержденными стандартами поведения и каналов коммуникации
2. Выявление факторов, влияющих на возникновение коммуникационных разрывов
3. Управление информационными ожиданиями
4. Обеспечение регулярного информационного обмена на всех уровнях по горизонтали и вертикали
5. Разработка плана корректирующих мероприятий, направленных на преодоление коммуникационных разрывов
6. Проведение регулярного обучения и инфо-сессий по методам эффективного функционирования внутриорганизационных коммуникаций
7. Проведение адаптационного обучения по вопросам функционирования системы внутриорганизационных коммуникаций
8. Планирование и бюджетирование мероприятий
 |
| **Знания:** |
| 1. Организационное поведение и социология труда
2. Миссия, видение, ценности, принципы организации
3. Принципы и методы целеполагания
4. Тренды развития внутренних коммуникаций, международных практик
5. Методы формулирования тезисов, ключевых посылов
6. Основные технологии анализа информационного поля
7. Тренды развития внутренних коммуникаций, международных практик
8. Типовые коммуникационные стратегии (для кризисных ситуаций)
 |
| **Задача** **2:** Определение целевых параметров контента информационных каналов  | **Умения**: |
| 1. Формулировка целей и задач контента
2. Сегментирование целевых аудиторий
3. Поиск, систематизация и обработка информации для формирования контента информационных каналов
4. Обеспечение информационного обмена на всех уровнях
5. Обработка информации в соответствии целевыми сегментами аудитории
6. Распределение информации по сегментам целевой аудитории
7. Разработка и визуализация контента информационных каналов
8. Обеспечение готовности руководства и работников открытому диалогу
 |
| **Знания:** |
| 1. Основы маркетинга, PR (паблик релейшнс)
2. Основы организационного поведения
3. Маркетинг в социальных платформах
4. Принципы и методы целеполагания
5. Тренды развития внутренних коммуникаций, международных практик
6. Методы формулирования тезисов, ключевых посылов;
7. Основные технологии анализа информационного поля
8. Типовые коммуникационные стратегии (для кризисных ситуаций)
 |
| Требования к личностным компетенциям | Оказание влиянияКлиентоориентированностьАналитическое мышлениеПонимание бизнесаОриентация на результат ГибкостьЭффективные коммуникации |
| Связь с другими профессиями в рамках ОРК | 5 | Вспомогательный профессиональный персонал по управлению человеческими ресурсами |
| 6 | Менеджер по управлению корпоративной культуре  |
| 6 | Менеджер по управлению изменениями  |
| 6 | Менеджер по управлению HR брендом |
| 6 | Менеджер по HR-цифровизации |
| 6 | HR-дженералист  |
| 6 | Аналитик бизнес и трудовых процессов |
| 6 | Консультант по менеджменту |
| 7 | HR бизнес-партнер |
| 8 | Директор по управлению персоналом |
| Связь с ЕТКС, КС или другими справочниками профессий | - | - |
| Связь с системой образования и квалификации | Уровень образования:высшее | Специальность:- | Квалификация:- |
| 1. **Технические характеристики Профессионального стандарта**
 |
| Разработано: | **Организация:** ОО «Ассоциация HR (ЭйчАр) – менеджеров»;**Исполнитель/руководитель проектов:** Джакупова Д./Кайсенова Г.**Контактные данные исполнителя:** dana.jakupova@talantiz.com, +7 777 777 3213 |
| Экспертиза предоставлена: | **Организация:** BCPD AIFC**Эксперт:** Асия Карибай**Контактные данные:** a.karibay@aifc.kz**Организация:** ЧУ «Центр социального взаимодействия и коммуникаций» при АО «Самрук-Казына»**Эксперт:** Искендирова Сандугаш**Контактные данные:** +7 775 999 3953,sandugash.iskendir@gmail.com |
| Номер версии и год выпуска: | Версия 1, 2019 год |
| Дата ориентировочного пересмотра: | 2022 год |