

КЛАССИФИКАТОР КОММУНИКАЦИОННЫХ ИНДУСТРИЙ

(по виду деятельности)

В рамках деятельности Комитета по формированию классификатора коммуникаций Координационного совета коммуникационной индустрии при Общественной палате Российской Федерации был сформирован и принят следующий классификатор.

Классификатор описывает структуру коммуникационной индустрии на уровне 7-ми классов:

- Рекламные коммуникации / Реклама
- Маркетинговые коммуникации / Маркетинговые услуги
- Событийные коммуникации / Мероприятия / Event
- Корпоративные и общественные коммуникации / Связи с общественностью
- Политические коммуникации / Политическое консультирование
- Коммуникационные исследования и аналитика / Исследования и аналитика
- Цифровые коммуникации / Digital

Под **классом** понимается отдельный вид коммуникационной деятельности, когда ресурсы (оборудование, рабочая сила, технологии, сырьё, материалы, энергия, информационные ресурсы) объединяются в производственный процесс, имеющий целью производство продукции (предоставление услуг).

Подклассы, выделенные звездочкой, - это направления, под которые предположительно не будут разрабатываться ОКВЭД.

Класс: Рекламные коммуникации / Реклама

Содержание класса:

Рекламный аудит; планирование и проведение рекламных кампаний; создание креативных решений; разработка визуальной и текстовой частей рекламной продукции; производство (production).

Медиапланирование, медиабаинг, размещение рекламы.

Брендинг, включая разработку, формирование, управление развитием бренда; разработку визуальной идентичности и семантики бренда; разработку фирменного стиля в соответствии с концепцией бренда; создание брендбука (brandbook).

Наименование подкласса	Содержание подкласса
Планирование и проведение рекламных кампаний – Исследования медиапотребления	Включают: анализ конкурентов, анализ целевой аудитории, анализ медиапотребления, анализ связи маркетинговых и медиапараметров. Содержание процесса: аналитическое сопровождение коммуникационных рекомендаций на базе индустриальных и заказных исследований Результат: аналитические данные, являющиеся базой для процесса планирования
Планирование и проведение рекламных кампаний - Переговоры с медиапартнерами	Получение оптимальных ценовых условий, определение основных параметров сделки, ответственности сторон в исполнении сделки, параметров допустимых отклонений от условий сделки (гибкость в сроках изменений, отказа, оплаты и т.п.) Результат: условия контракта (обязательства клиента, обязательства подрядчиков)
Планирование и проведение рекламных кампаний - Создание креативных решений (Разработка идеи комплексной мультимедийной рекламной кампании)	Услуга по созданию творческих идей и концепций для продвижения товаров и/или услуг клиента с использованием всех необходимых инструментов для коммуникации с целевой аудиторией товара и/или услуг клиента одновременно в нескольких традиционных и/или других медиаканалах.
Планирование и проведение рекламных кампаний - Создание креативных решений (Разработка идеи рекламной кампании в диджитал-среде)	Услуга по созданию творческих идей и концепций для продвижения товаров и/или услуг клиента в диджитал среде с использованием всех необходимых диджитал инструментов для коммуникации с целевой аудиторией товара и/или услуг клиента в интерактивных медиа средах
Планирование и проведение рекламных кампаний - Создание креативных решений (Разработка идеи рекламной кампании для промоактиваций, ивентов и т.п.)	Услуга по созданию творческих концепций для комплекса активностей, направленных на стимулирование покупательской способности аудитории и повышение узнаваемости продукта или сервиса в определенный (ограниченный) период времени. Различают активности для trade и consumer промо. Либо по созданию творческих концепций для комплекса маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение продукта или сервиса путем создания ярких, запоминающихся событий для целевой аудитории. События могут быть онлайн и оффлайн.
Производство (production)	Создание разных видов медиаконтента: <ul style="list-style-type: none"> • фильмов; • видеороликов; • презентаций; • ТВ- и радиопрограмм; • Аудиозаписей • Изготовление web и mobile решений

Медиаразмещение в носителях (телевидение, радио, печатные СМИ, наружная реклама, интернет)	Резервирование рекламных мест и объемов, размещение заказа в носителях, подтверждение размещения, контроль размещения, работа в рекламных кабинетах и тактическое сопровождение программатических размещений, верификация видимости, анти фрод контроль и контроль безопасности контекста размещений (Brand safety).
Стратегическое медиапланирование	Создание медиастратегии вкл. рекомендации по эффективным медиаканалам в соответствии с коммуникационными задачами.
Тактическое медиапланирование	Определение основных параметров кампании (каналы, издания, форматы, частота, охват, особенности размещения в течение дня, мультискрин и кросс девайсное планирование, кроссплатформенные подходы в части построения эффективного охвата с управляемой частотой, выстраивание маркетинговых воронок на имеющемся инвентаре и проч.).
Брендинг / Branding	Разработка, формирование, управление развитием бренда; разработка визуальной идентичности и семантики бренда; разработка фирменного стиля в соответствии с концепцией бренда; создание брендбука (brand book)
Рекламный консалтинг*	Разработка стратегий в области рекламы

Класс: Маркетинговые коммуникации / Маркетинговые услуги

Содержание класса:

Интерактивное взаимодействие между брендом и потребителем, включая директ-маркетинг / direct marketing (телемаркетинг, почтовые рассылки, SMS-рассылки, маркетинг баз данных); взаимодействие с конечным потребителем в местах продаж; механики по стимулированию сбыта / consumer promotion; взаимодействие с участниками дистрибуторской цепочки, реализация программ лояльности / trade marketing / merchandising; система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM), Взаимодействие с конечным потребителем вне мест продаж/ (experiential marketing/маркетинг впечатлений), Sport marketing, Интегрированные маркетинговые коммуникации, Digital-маркетинг, Маркетинговый консалтинг, Спонсорство / Sponsorship, Маркетинговые проекты направленные на лидеров мнений.

Наименование подкласса	Содержание подкласса
Директ-маркетинг (direct marketing): телемаркетинг, почтовые рассылки, SMS-рассылки, маркетинг баз данных	Вид продвижения, который дает возможность прямого контакта с целевой аудиторией, а именно телемаркетинг (телефонный обзвон для формирования базы данных рассылки), почтовые рассылки, рассылки по электронной почте, SMS-рассылки.
Взаимодействие с конечными потребителем и покупателем в местах продаж; механики по стимулированию сбыта/ (consumer promotion)/ Шоппер маркетинг	Разработка и проведение рекламных акций для конечного потребителя в местах продаж и в местах скопления целевой аудитории (в магазинах, кинотеатрах, ресторанах и т.д.). Используются следующие инструменты: презентация бренда/продукта/услуги, оформление различными форматами POS материалов; программы лояльности, направленные на конечного потребителя, дегустация, раздача образцов, проведение конкурсов и розыгрышей, специализированные проекты нестандартного формата.
Взаимодействие с конечным потребителем вне мест продаж/ (experiential marketing/маркетинг впечатлений)	Разработка и проведение рекламных кампаний вне мест продаж (например, в торговых центрах, аэропортах, парках, такси или отдельная аренда площадки под проект и т.д), в которых создается новый опыт взаимодействия потребителя и бренда. Используются инструменты: презентация бренда/продукта/услуги в непривычной для потребителя ситуации и/или форме; создание бренд-зон/бренд-пространств/нестандартных бренд-носителей, а также кросс-маркетинг.
Взаимодействие с участниками дистрибуторской цепочки, реализация программ лояльности / (trade marketing) / merchandising	Мотивационные программы для персонала торговой точки, дистрибуторов и/или всей товаропроводящей цепочки; мерчандайзинг (комплекс мероприятий, связанных с размещением продукта и рекламных материалов в местах продаж); аудит торговых точек (комплекс мероприятий, нацеленных на получение и анализ любого типа открытой информации из розничных торговых точек).
Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM)	Маркетинг баз данных (составление базы данных целевых аудиторий по определенным запросам для конкретных кампаний).
Sport marketing	Продвижение спорта и киберспорта в любых его проявлениях, так и продвижении товаров и услуг на платформе спорта. В спортивном маркетинге можно выделить 3 основных направления: 1. продвижение и реклама спортивных активов (клубов, лиг, арен, спортивных организаций, атлетов, социальных проектов, направленных на продвижение спорта и активного образа жизни и т.д.)

	<p>2. использование спортивных активов и/ или спортивных тематик в продвижении товаров и услуг любой категории</p> <p>оценка стоимости/ эффективности спонсорских сделок и их заключение.</p>
Интегрированные маркетинговые коммуникации	Взаимодействие всех форм комплекса коммуникаций, при котором каждая форма должна быть интегрирована с другими инструментами маркетинга и подкреплена ими для достижения максимальной экономической эффективности.
Маркетинговый консалтинг*	Разработка маркетинговых стратегий, креативных концепций, контентных стратегий (интерактивные презентации, видео материалы и т.п.).
Спонсорство / Sponsorship и Партнерство/ Partnership	Спонсорская или партнерская интеграция бренда. Продвижение бренда / продукта / услуги в рамках формирования спонсорского актива (например, с фестивалями, спортивным, образовательными, досуговыми и др. институциями).
Маркетинговые проекты, направленные на лидеров мнений	Продвижение продукта / бренда / имиджа всей компании через лидеров мнений (например, блогеры, бармены, селебрити, парикмахеры и другие любые возможные лидеры мнений в соответствующем сегменте ЦА). Используются инструменты: презентация бренда/продукта/услуги в непривычной для потребителя ситуации и/или форме; создание бренд-зон / бренд-пространств / нестандартных бренд-носителей, а также кросс-маркетинг.

Класс: Событийные коммуникации / Мероприятия/ Event

Содержание класса:

Планирование, разработка концепции событий; реализация, информационное сопровождение событий (деловые, корпоративные, конгрессно-выставочные мероприятия, ярмарки, фестивали, спортивные, социокультурные мероприятия)

Наименование подкласса	Содержание подкласса
Корпоративные коммуникационные мероприятия /Live communication	Мероприятия для сотрудников и партнеров: корпоративные праздники, мотивационные, командообразующие проекты, обучающие мероприятия, корпоративные церемонии, конкурсы и премии. Мероприятия для потребителей: презентации продуктов и услуг, пресс-конференции, маркетинговые, благотворительные и КСО проекты, road-show, фестивали, концерты, спонсорские активации
Выставочные мероприятия	Выставки, ярмарки
Деловые мероприятия	Конгрессы, форумы, конференции, круглые столы, форсайт-сессии, фасилитационные сессии, семинары, бизнес-игры
Спортивные мероприятия	Спортивные мероприятия, церемонии открытия/закрытия спортивных соревнований.
Социокультурные мероприятия	Проекты, организованные для широкой аудитории, носящие социальный, культурный и/или массовый характер. Фестивали, шоу, постановки, ярмарки и иные мероприятия в социальной сфере и/или культуры, искусства.

Класс: Корпоративные и общественные коммуникации / Связи с общественностью

Содержание класса:

Коммуникационная поддержка бизнеса, государственных и общественных программ; консультирование по вопросам репутации и коммуникации с внутренними и внешними аудиториями; GR

Наименование подкласса	Содержание подкласса
Антикризисные коммуникации / Crisis Communications	Мониторинг кризисных ситуаций; разработка и реализация антикризисных программ; коммуникационное сопровождение судебных процессов (litigation)
Внутрикорпоративные коммуникации / Internal Communications	Формирование корпоративной культуры, корпоративной идентичности сотрудников; развитие бренда работодателя (HR-бренда); организация коммуникативного взаимодействия между сотрудниками, подразделениями; создание и управление корпоративными медиа, интранет-порталами
Корпоративные коммуникации / Corporate Communications	Формирование положительного имиджа компании в бизнес-среде; формирование репутации руководителей; коммуникационное сопровождение изменений (change communications); управление репутацией
Медиакоммуникации / Media Communications	Коммуникации со средствами массовой информации (СМИ); формирование отношений с журналистским сообществом; подготовка материалов для СМИ; организация мероприятий для прессы
Международные коммуникации / International Communications	Коммуникационное сопровождение российских компаний на зарубежных рынках; коммуникационная поддержка международного сотрудничества
Финансовые коммуникации и связи с инвесторами (IR) / Financial Communications and IR	Взаимодействие с инвесторами; коммуникационное сопровождение финансовых сделок
Коммуникационный консалтинг / Communications Consulting*	Консультирование руководителей организаций по вопросам репутации и коммуникации с внутренними и внешними аудиториями Разработка стратегий в области связей с общественностью
Корпоративная социальная ответственность (КСО) и социальные коммуникации / Corporate Social Responsibility (CSR)	Коммуникационная поддержка программ корпоративной социальной ответственности; продвижение благотворительных программ и инициатив в области устойчивого развития; коммуникационное сопровождение деятельности общественных объединений и некоммерческих организаций (НКО)
Продвижение территорий / Territory Branding	Коммуникации, направленные на общественное, инвестиционное, туристическое, экспортное, образовательное и иное продвижение территорий различного уровня: городов, регионов, государств

Класс: Политические коммуникации / Политическое консультирование**Содержание класса:**

Организация и проведение политических исследований; планирование, контроль и управление политическими коммуникациями с избирателями; формирование репутации политических партий, объединений и лидеров; политический PR и политическая реклама

Наименование подкласса	Содержание подкласса
Коммуникации с избирателями	Планирование, контроль и управление политическими коммуникациями с избирателями и другими участниками политических процессов
Репутация политических партий, объединений и лидеров	Формирование репутации политических партий, объединений и лидеров
Политтехнологии	Политические PR, реклама и технологии
Коммуникации с органами власти (GR) / Government Relations (GR)	Коммуникации с органами государственной власти и органами местного самоуправления
Политический консалтинг*	Разработка стратегий политических коммуникаций

Класс: Коммуникационные исследования и аналитика / Исследования и аналитика

Содержание класса:

Количественные и качественные исследования общественных и потребительских предпочтений; репутационный, коммуникационный и медиааудит; мониторинг и анализ информационного поля и социальных медиа

Наименование подкласса	Содержание подкласса
Исследования общественного мнения	Количественные и качественные исследования, включая фокус-группы, глубинные интервью, онлайн и офлайн опросы. Политические исследования
Маркетинговые исследования	Исследование объемы рынка, спроса и предложения
Репутационный аудит	Исследование репутации бренда, компаний, персон и организаций
Мониторинг СМИ и медиааналитика	Исследования персон, компаний, брендов и организаций методом контент-анализа на базе данных СМИ и социальных медиа

Класс: Цифровые коммуникации / Digital***Содержание класса:***

Планирование, организация и управление коммуникациями в цифровой среде, включая социальные медиа, а также технологии в коммуникациях

Наименование подкласса	Содержание подкласса
Веб и мобильная разработка (Web и mobile разработка)	Процесс создания веб-сайта, веб-приложения или мобильного приложения. Основными этапами процесса являются проектирование пути пользователя и юзабилити (UX-дизайн), веб-дизайн (UI-дизайн), верстка страниц, программирование на стороне клиента (frontend) и сервера (backend), конфигурирование веб-сервера и тестирование.
Большие данные и машинное обучение	Методы обработки структурированных и неструктурированных данных огромных объемов и значительного многообразия, поступающих и обрабатываемых из различных источников со значительной скоростью. В данный подкласс входят алгоритмы машинного обучения (глубокое обучение, обработка естественного языка, компьютерное зрение). Направление существует на стыке математики и программирования.
Продвижение в digital-среде	Постановка целей и разработка стратегии продвижения в интернете; выделение целевых групп и каналов доставки сообщений, включая веб-сайты и их поисковую оптимизацию, социальные сети, мессенджеры; поддержка и развитие пабликов в социальных сетях / каналов в мессенджерах; интеграции с пабликами, блогерами и лидерами общественного мнения; настройка и ведение таргетированных рекламных кампаний; постановка KPI и оценка эффективности продвижения
CommsTech	Технологии в коммуникациях (VR — виртуальная реальность, AR — дополненная реальность, голосовые ассистенты, чатботы, нейросети). Использование технологических платформ для создания нового либо более релевантного пользовательского коммуникативного опыта.
Digital-консалтинг	Консультирование компаний, с целью оказать содействие в цифровизации и цифровой трансформации. Разработка digital-стратегий.
GameDev	Разработка игр