

## Должностная инструкция начальника отдела маркетинга организации

### Общие положения

- 1.1. Начальник отдела маркетинга организации (предприятия) относится к категории руководителей, назначается на должность и увольняется с нее приказом директора предприятия по представлению [должность лица, представляющего].
- 1.2. На должность начальника отдела маркетинга назначается лицо, имеющее высшее профессиональное (экономическое или инженерно-экономическое) образование и стаж работы по специальности в области маркетинга не менее [значение] лет.
- 1.3. Начальник отдела маркетинга подчиняется [директору предприятия, заместителю директора по коммерческим вопросам, иному должностному лицу].
- 1.4. В своей деятельности начальник отдела маркетинга руководствуется:
  - законодательными и нормативными актами по организации маркетинга;
  - методическими материалами, касающимися соответствующих вопросов его деятельности;
  - уставом предприятия;
  - правилами трудового распорядка;
  - приказами и распоряжениями директора предприятия (непосредственного руководителя);
  - настоящей должностной инструкцией.
- 1.7. Начальник отдела маркетинга должен знать:
  - законодательные и нормативные правовые акты, методические материалы по организации маркетинга и оценке финансово-экономического состояния и емкости рынка;
  - методы определения платежеспособности спроса на выпускаемую продукцию и порядок разработки перспективных и текущих планов производства и сбыта продукции;
  - основные технологические и конструктивные особенности, характеристики и потребительские свойства производимой продукции, ее отличие от отечественных и зарубежных аналогов, преимущества и недостатки;
  - методы изучения рыночной конъюнктуры и разработки прогнозов потребности в выпускаемой продукции;
  - экономику производства;
  - организацию рекламного дела;
  - методы изучения мотивации отношения потребителей к выпускаемой продукции;
  - условия поставки, хранения и транспортировки продукции;
  - способы и методы работы с дилерами, средствами массовой информации;
  - организацию ремонтного обслуживания;
  - порядок рассмотрения и подготовки ответов на претензии потребителей;
  - правила оформления сбытовой и рекламной документации;
  - стандарты и технические условия на продукцию предприятия;
  - основы технологии, организации производства, труда и управления;
  - организацию учета и составления отчетности о выполнении планов сбыта и реализации продукции;
  - основные вопросы трудового законодательства;
  - правила и нормы охраны труда, производственной санитарии и противопожарной защиты.
- 1.6. Во время отсутствия начальника отдела маркетинга его обязанности выполняет в установленном порядке назначаемый заместитель, несущий полную ответственность за их своевременное и надлежащее исполнение.

### Функции

На начальника отдела маркетинга возлагаются следующие функции:

- 2.1. Руководство отделом маркетинга.
- 2.2. Участие в разработке маркетинговой политики предприятия.

- 2.3. Научно-методическое обеспечение вопросов маркетинга.
- 2.4. Координация деятельности функциональных подразделений по сбору и анализу коммерческо-экономической информации.
- 2.5. Организация работы по повышению квалификации работников отдела маркетинга.
- 2.6. Принятие мер по обеспечению здоровых и безопасных условий труда на предприятии.

### **Должностные обязанности**

Для выполнения возложенных на него функций начальник отдела маркетинга обязан:

- 3.1. Осуществлять разработку маркетинговой политики на предприятии на основе анализа потребительских свойств производимой продукции и прогнозирования потребительского спроса и рыночной конъюнктуры.
- 3.2. Обеспечивать участие отдела в составлении перспективных и текущих планов производства и реализации продукции, определении новых рынков сбыта и новых потребителей продукции.
- 3.3. Руководить проведением исследований основных факторов, формирующих динамику потребительского спроса на продукцию предприятия, соотношение спроса и предложения на аналогичные виды продукции, технических и иных потребительских качеств конкурирующей продукции.
- 3.4. Координировать деятельность всех функциональных подразделений по сбору и анализу коммерческо-экономической информации, созданию банка данных по маркетингу продукции предприятия (заявки на поставку, договоры на производство, наличие запасов, емкость рынка и т. п.).
- 3.5. Организовывать изучение мнения потребителей о выпускаемой предприятием продукции, его влияние на сбыт продукции и подготовку предложений по повышению ее конкурентоспособности и качества.
- 3.6. Осуществлять контроль за своевременным устранением недостатков, указанных в поступающих от потребителей претензиях, мотивацией определенного отношения потребителей к продукции предприятия.
- 3.7. Организовывать разработку стратегии проведения рекламных мероприятий в средствах массовой информации с помощью наружной, световой, электронной, почтовой рекламы, рекламы на транспорте, участие в отраслевых выставках, ярмарках, выставках-продажах для информирования потенциальных покупателей и расширения рынков сбыта.
- 3.8. Готовить предложения по формированию фирменного стиля предприятия и фирменного оформления рекламной продукции.
- 3.9. Осуществлять методическое руководство дилерской службой и ее обеспечение всей необходимой технической и рекламной документацией.
- 3.10. Участвовать совместно с другими отделами в разработке предложений и рекомендаций по изменению технических, экономических и других характеристик продукции с целью улучшения ее потребительских качеств и стимулирования сбыта.
- 3.11. Обеспечивать руководство работой сервисных центров по гарантийному обслуживанию и ремонту продукции предприятия, готовить предложения по технически обоснованному планированию и производству запасных частей (по количеству и номенклатуре).
- 3.12. Участвовать в надзоре за правильностью хранения, транспортировки и использования продукции.
- 3.13. Руководить работниками отдела
- 3.14. (заполнить).

### **Права**

Начальник отдела маркетинга имеет право:

- 4.1. Знакомиться с проектами решений руководства предприятия, касающимися деятельности маркетинга.
- 4.2. Вносить на рассмотрение руководства предложения по улучшению деятельности отдела.
- 4.3. Подписывать и визировать документы в пределах своей компетенции.
- 4.4. Осуществлять взаимодействие с руководителями всех служб, получать информацию и документы, необходимые для выполнения своих должностных обязанностей.
- 4.5. Вносить на рассмотрение директора предприятия представления о назначении, перемещении, увольнении работников отдела маркетинга, предложения об их поощрении или наложении на них взысканий.
- 4.6. Требовать от руководства предприятия оказания содействия в исполнении своих должностных обязанностей и прав.
- 4.7. (заполнить).

### **Ответственность**

Начальник отдела маркетинга несет ответственность:

- 5.1. За неисполнение (ненадлежащее исполнение) своих должностных обязанностей, предусмотренных настоящей должностной инструкцией, в пределах, определенных трудовым законодательством Российской Федерации.
- 5.2. За совершенные в процессе осуществления своей деятельности правонарушения - в пределах, определенных административным, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации.
- 5.3. За причинение материального ущерба - в пределах, определенных трудовым, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации.