Должностная инструкция начальника отдела маркетинга

1. Общие положения

1. Настоящая должностная инструкция определяет должностные обязанности, права и ответственность начальника отдела маркетинга.
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 5 лет.
3. 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 и рекламации 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; основы трудового законодательства; правила и нормы охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты.
4. Начальник отдела маркетинга назначается на должность и освобождается от должности приказом руководителя учреждения (предприятия, организации) в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.
5. Начальник отдела маркетинга непосредственно подчиняется руководителю учреждения (предприятия, организации) или его заместителю.

2. Должностные обязанности

Осуществляет разработку маркетинговой политики на предприятии на основе анализа потребительских свойств производимой продукции и прогнозирования потребительского спроса и рыночной конъюнктуры.
Руководит 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.
Обеспечивает участие отдела в составлении перспективных и текущих планов производства и реализации продукции, определении новых рынков сбыта и новых потребителей продукции.
Координирует 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.).
Организует изучение мнения потребителей о выпускаемой предприятием продукции, его влияния на сбыт продукции и подготовку предложений по повышению ее конкурентоспособности и качества.

Осуществляет контроль за своевременным устранением недостатков, указанных в поступающих от потребителей рекламациях и претензиях, мотивацией определенного отношения потребителей к продукции предприятия.
Организует 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.
Готовит предложения по формированию фирменного стиля предприятия и фирменного оформления рекламной продукции.
Осуществляет методическое руководство дилерской службой и ее обеспечение всей необходимой технической и рекламной документацией.
Участвует 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.
Обеспечивает руководство работой сервисных центров по гарантийному обслуживанию и ремонту продукции предприятия, готовит предложения по технически обоснованному планированию и производству запасных частей (по количеству и номенклатуре).
Осуществляет надзор за правильностью хранения, транспортировки и использования продукции. Руководит работниками отдела.

3. Права

Начальник отдела маркетинга имеет право:
1. отдавать распоряжения, обязательные для исполнения подчиненными ему работниками;
2. участвовать в подборе и расстановке кадров по своей деятельности;
3. вносить предложения руководству по поощрению и наложению взысканий на работников предприятия по своей деятельности;
4. вносить предложения по развитию и совершенствованию деятельности предприятия;
5. запрашивать у руководства, получать и пользоваться информационными материалами и нормативно-правовыми документами, необходимыми для исполнения своих должностных обязанностей;
6. принимать участие в конференциях и совещаниях, на которых рассматриваются вопросы, связанные с его работой;
7. проходить в установленном порядке аттестацию с правом на получение соответствующей квалификационной категории;
8. повышать свою квалификацию.
Начальник отдела маркетинга пользуется всеми трудовыми правами в соответствии с Трудовым кодексом Российской Федерации.

4. Ответственность

Начальник отдела маркетинга несет ответственность за:
1. осуществление возложенных на него должностных обязанностей;
2. организацию своей работы, своевременное и квалифицированное выполнение приказов, распоряжений и поручений вышестоящего руководства, нормативно-правовых актов по своей деятельности;
3. рациональное и эффективное использование материальных, финансовых и кадровых ресурсов;
4. соблюдение правил внутреннего распорядка, санитарно-противоэпидемического режима, противопожарной безопасности и техники безопасности;
5. ведение документации, предусмотренной должностными обязанностями;

6. предоставление в установленном порядке статистической и иной информации по своей деятельности;
7. обеспечение соблюдения трудовой и исполнительской дисциплины и выполнения функциональных обязанностей подчиненных ему работников;
8. готовность к работе в условиях чрезвычайных ситуаций.
За нарушение законодательных и нормативных актов начальник отдела маркетинга может быть привлечен в соответствии с действующим законодательством в зависимости от тяжести проступка к дисциплинарной, материальной, административной и уголовной ответственности.