Должностная инструкция маркетолога

Общие положения

1. Маркетолог принадлежит к категории «специалисты».   
2. На должность маркетолога назначается лицо, имеющее высшее образование по специальности «Маркетинг» и опыт аналогичной работы не менее одного года.   
3. Назначение или освобождение от должности маркетолога осуществляется приказом генерального директора организации либо лицом его заменяющим.   
4. В период отсутствия маркетолога его права, ответственность, функциональные обязанности возлагаются на другое должностное лицо, назначенное в установленном порядке.   
5. Маркетолог непосредственно подчиняется генеральному директору организации.   
6. Маркетолог руководствуется в своей деятельности:

* приказами, распоряжениями руководства организации;
* законодательными актами РФ;
* правилами внутреннего трудового распорядка, иными руководящими актами организации;
* данной должностной инструкцией;
* уставом организации.

7. Маркетолог должен знать:

* принципы организации рекламных кампаний;
* способы изучения рыночного спроса и предложения;
* подходы к прогнозированию рыночных процессов;
* нормативные правовые акты, способы оценки экономического состояния рынка, методические материалы по организации маркетинга;
* способы изучения мотивации потребителей, их отношения к продукции, производителям;
* основы ценообразования;
* конструктивные, технологические характеристики, эксплуатационные свойства продукции, ее отличия от аналогов, недостатки, преимущества;
* правила взаимодействия со средствами массовой информации (СМИ);
* способы учета и составления отчетности о выполнении планов реализации продукции;
* способы расчета основных финансовых показателей деятельности организации;
* основы трудового законодательства;
* средства коммуникации, автоматизации учета, вычислений;
* владеть аналитическими программами
* основные программные продукты для работы в т.ч. CRM
* условия поставки, транспортировки, хранения продукции;
* правила внутреннего трудового распорядка;
* нормы охраны труда, противопожарной защиты;
* нормы делового общения, этикета.

Должностные обязанности маркетолога

Маркетолог выполняет следующие должностные обязанности:   
  
1. Готовит стратегию продвижения товаров и услуг компании по результатам маркетинговых исследований.   
2. Исследует главные факторы, которые влияют на изменение потребительского спроса на товары и услуги, отношение предложения и спроса на аналогичные виды товаров.   
3. Прогнозирует перспективы развития сегмента рынка, возможности компании по выходу на определенные сегменты рынка и деятельности в них.   
4. Оценивает бюджет на исследование рынка, продвижение товаров и услуг.   
5. Производит целевое расходование финансовых средств на маркетинговую деятельность.   
6. Устанавливает, классифицирует приоритетные группы потребителей товаров и услуг для определения целевой аудитории на рынке сбыта.   
7. Определяет приоритетные каналы сбыта и их характеристики, разрабатывает подходы к их созданию и использованию.   
8. Готовит рекомендации по созданию дистрибьюторской сети.   
9. Готовит мероприятия по передаче информации о товарах потребителям. Придает товарам индивидуальные характеристики и описания.   
10. Устанавливает необходимый ассортимент товаров в местах сбыта.   
11. Налаживает сбор сведений об удовлетворенности товарами и услугами, о рекламациях, претензиях, жалобах на товары.   
12. Разрабатывает формы, методы ликвидации недостатков, которые изложены в претензиях и жалобах.   
13. Определяет меры по стимулированию продаж.   
14. Налаживает коммуникации с участниками рынка посредством рекламы, службы информации.   
15. Готовит стратегии рекламных кампаний, позиционирования товаров, услуг.   
16. Исследует результативность маркетинговой деятельности компании.   
17. Наблюдает, анализирует маркетинговые кампании конкурентов, вносит изменения в собственные маркетинговые программы.   
18. Разрабатывает меры по созданию фирменного стиля компании и оформления рекламной продукции. 

Права маркетолога

Маркетолог имеет право:   
  
1. Подписывать документы в пределах своей компетенции.   
2. Представлять интересы организации в установленном порядке.   
3. Получать необходимую информацию для выполнения своих должностных обязанностей.   
4. Требовать от руководства организации создания нормальных условий для исполнения своих полномочий, сохранности материальных ценностей, документов.   
5. Выдвигать предложения в адрес руководства, которые относятся к деятельности организации.   
6. Принимать самостоятельные решения в рамках своих должностных обязанностей.   
7. Обращаться к специалистам по вопросам, которые выходят за пределы компетенции маркетолога.   
8. Получать сведения о решениях руководства организации, которые касаются деятельности отдела маркетинга.   
9. Не выполнять свои должностные обязанности при появлении опасности для жизни или здоровья.   
10. Вступать в коммуникацию с сотрудниками структурных подразделений организации по рабочим вопросам.   
11. Информировать непосредственного руководителя о выявленных недостатках в деятельности организации. Выдвигать предложения по их устранению.   
12. Предъявлять в адрес руководства предложения по улучшению своей работы и деятельности организации. 

Ответственность

Маркетолог несет ответственность за:   
  
1. Неправомерное обращение с коммерческой тайной, разглашение личных сведений работников, конфиденциальной информации.   
2. Нанесение ущерба организации, ее сотрудникам, контрагентам, государству.   
3. Качество ведения отчетной документации.   
4. Несанкционированное руководством представление интересов организации.   
5. Нарушение норм этикета, делового общения.   
6. Нарушение требований противопожарной защиты, норм техники безопасности, положений трудовой дисциплины, внутреннего трудового распорядка.   
7. Ненадлежащее исполнение своих должностных обязанностей.   
8. Нарушение положений руководящих документов организации.   
9. Предоставление руководству, клиентам заведомо недостоверных сведений.   
10. Последствия самостоятельных действий и решений.   
11. Не целевое расходование бюджетов.