# **Должностная инструкция**

# **Директора по маркетингу.**

1. **Общие положения**
   1. Назначение на должность **Директора по маркетингу** и освобождение от нее, а также изменение условий трудового договора производится приказом Генерального директора или лица, уполномоченного Генеральным директором, по представлению Руководителя отдела продаж.
   2. **Директор по маркетингу** подчиняется Генеральному директору.
   3. **Директора по маркетингу** замещает во время отсутствия сотрудник, назначенный распоряжением Генерального директора.
   4. В своей деятельности **Директор по маркетингу** руководствуется:
      1. Нормативными актами РФ, а также нормативными актами, регламентирующими деятельность общества и выполняемую работу по данной должностной инструкции;
      2. Правилами внутреннего трудового распорядка Общества;
      3. Приказами и распоряжениями Генерального директора Общества;
      4. Распоряжениями непосредственного руководителя;
      5. Настоящей должностной инструкцией;
      6. Инструкциями по охране труда и пожарной безопасности.
   5. **Директор по маркетингу** должен знать:
      1. Структуру Департамента продаж и Общества;
      2. Правила работы с компьютером и эксплуатации офисной техники;
      3. Федеральные законы и подзаконные акты, регламентирующие ведение предпринимательской и коммерческой деятельности, в том числе законодательство субъектов Российской Федерации, муниципальных образований;
      4. Основы ценообразования и маркетинга;
      5. Основы рыночной экономики, конъюнктуру рынка, особенности и специфику рынка;
      6. Основы предпринимательства и ведения бизнеса, правила и принципы продаж;
      7. Основы налогообложения;
      8. Ассортимент, характеристику и назначение реализуемых услуг;
      9. Основы технологического процесса Общества;
      10. Психологию, этику делового общения, правила установления деловых контактов и ведения телефонных переговоров;
      11. Порядок разработки бизнес-планов, коммерческих соглашений, договоров.
2. **Задачи**
   1. Разработка маркетинговой политики Компании на основании анализа рынка и прогнозирования потребительского спроса;
   2. Разработка и согласование предложений по повышению конкурентоспособности Компании;
   3. Разработка мероприятий, направленных на оценку уровня удовлетворённости сервисом, а также обработка данной информации для подготовки мероприятий по её улучшению;
   4. Прогноз и согласование бюджета на рекламную деятельность;
   5. Анализ эффективности проведения рекламных кампаний;
3. **Функциональные обязанности**
   1. Разработка маркетинговой политики Компании на основании анализа рынка и прогнозирования потребительского спроса;
   2. Разработка и согласование предложений по повышению конкурентоспособности Компании;
   3. Разработка мероприятий, направленных на оценку уровня удовлетворённости сервисом, а также обработка данной информации для подготовки мероприятий по её улучшению;
   4. Прогноз и согласование бюджета на рекламную деятельность;
   5. Анализ эффективности проведения рекламных кампаний;
   6. Разработка и согласование предложений по повышению конкурентноспособности продукта и Компании;
   7. Разработка мероприятий, направленных на оценку уровня удовлетворённости сервисом, а также обработка данной информации для подготовки мероприятий по её улучшению;
   8. Разработка концепции фирменного стиля компании. Контроль соблюдения всеми подразделениями;
   9. Проведение отраслевого анализа рынка (тренды, клиенты, популярные направления);
   10. Мониторинг и оценка конкурентной среды (новости, акции, услуги, прайсы);
   11. Анализ и прайс-мониторинг текущих и новых услуг Компании и рынка;
   12. Формирование и анализ предложений по маркетинговым акциям;
   13. Предоставление предложений по улучшению и автоматизации процессов и отчётности Компании;
   14. Проведение своевременной и качественной аналитической и другой отчётности в установленной Компанией форме;
   15. Соблюдение норм корпоративного стиля, деловой этики, корректного и доброжелательного стиля общения с коллегами и клиентами;
   16. Выполнение прочих задач, связанных с привлечением, развитием и возвращением клиентов, поставленных непосредственным руководителем.
   17. Оказание своевременной и качественной поддержки смежным подразделениям в случае такой необходимости;
4. **Ответственность**

**Директор по маркетингу** несет ответственность:

* 1. За ненадлежащее исполнение или неисполнение своих должностных обязанностей, предусмотренных настоящей должностной инструкцией - в пределах, определенных действующим трудовым законодательством Российской Федерации;
  2. За невыполнение ежемесячных личных планов продаж и других плановых показателей, установленных руководством;
  3. За поддержание и увеличение лояльности клиентов компании;
  4. За причинение ущерба имиджу и деловой репутации компании, повлекшее прекращение сотрудничества по инициативе клиентов;
  5. За подачу некорректной (не соответствующей действительности) информации клиентам, вовлекшей в результате его в заблуждение (услуги компании, сроки доставки, технология работы, порядок взаимодействия);
  6. Организовать подписку на любую социальную сеть [new-commerce.ru](file:///\\skif-nfs01\profiles\korobeynikov\Desktop\new-commerce.ru)
  7. За прекращение сотрудничества клиентом по причинам, зависящим от некорректных действий сотрудника;
  8. За правонарушения, совершенные в процессе осуществления своей деятельности - в пределах, определенных действующим административным, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации;
  9. За причинение материального ущерба - в пределах, определенных действующим трудовым и гражданским законодательством Российской Федерации;
  10. За невыполнение приказов, распоряжений непосредственного руководителя;
  11. За неправомерные действия с документами и информацией о деятельности Общества.
  12. За нарушение морально-этических норм поведения.
  13. За нарушение правил внутреннего трудового распорядка.
  14. За нарушение требований по охране труда и технике безопасности.
  15. За несоблюдение регламентов, положений, инструкций, правил, приказов, распоряжений, утвержденных в Обществе и всех внутренних нормативных документов и локальных актов, утвержденных руководством Общества.

1. **Права**

**Директор по маркетингу** имеет право:

* 1. Знакомиться с проектами решений руководства предприятия, касающимися его деятельности;
  2. Запрашивать у непосредственного руководителя информацию и документы, необходимые для выполнения его должностных обязанностей;
  3. Вносить на рассмотрение руководства предложения по совершенствованию работы связанной с предусмотренными настоящей инструкцией обязанностями;
  4. В пределах своей компетенции сообщать своему непосредственному руководителю обо всех выявленных в процессе своей деятельности недостатках и вносить предложения по их устранению;
  5. Привлекать отдельных специалистов структурных подразделений (с разрешения коммерческого директора, при необходимости – генерального директора) к решению задач, возложенных на него;
  6. Требовать от руководства предприятия оказания содействия в исполнении своих должностных обязанностей и прав;
  7. Требовать от непосредственного руководителя создания необходимых условий для работы;
  8. Отказаться от работ, при выполнении которых он может получить травму или нарушить правила инструкции по охране труда и пожарной безопасности, и производственной санитарии;
  9. Вносить свои предложения по совершенствованию работ, по повышению безопасности производства и улучшению условий труда.

1. **Обязанности по охране труда**

В целях уменьшения риска возникновения ситуаций, связанных с угрозой жизни и здоровью людей, и принятия своевременных мер по их предупреждению **Директор по маркетингу** обязуется:

* 1. Проходить обучение по охране труда и доврачебной медицинской помощи пострадавшим;
  2. Проходить инструктажи по охране труда и пожарной безопасности;
  3. Знать и соблюдать в работе инструкции по охране труда и пожарной безопасности;
  4. Уметь оказывать доврачебную помощь пострадавшим в случае получения травмы, ожогов, поражения электрическим током, отравлении, потери сознания.

1. **Взаимоотношения по должности**
   1. **Директор по маркетингу** взаимодействует со всеми структурными подразделениями Общества в рамках своей компетенции, определенной должностной инструкцией.