УТВЕРЖДАЮ
Генеральный директор
Фамилия И.О. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
«\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_ г.

**Должностная инструкция маркетолога
(Должностная инструкция менеджера по маркетингу)**

**1. Общие положения**

1.1. Маркетолог относится к категории специалистов.
1.2. Маркетолог назначается на должность и освобождается от нее приказом генерального директора.
1.3. Маркетолог подчиняется непосредственно генеральному директору.
1.4. На должность маркетолога назначается лицо, отвечающее следующим требованиям: высшее профессиональное образование по специальности «Маркетинг» или высшее профессиональное образование и дополнительную подготовку по специальности, стаж работы в соответствующей области не менее года.
1.5. На время отсутствия маркетолога его права и обязанности переходят к другому должностному лицу, о чем объявляется в приказе по организации.
1.6. Маркетолог должен знать:
- основы маркетинга, его принципы, задачи и методы маркетинговых исследований;
- основные технологические и конструктивные особенности, характеристики и потребительские свойства реализуемых товаров;
- методы изучения рыночной конъюнктуры и разработки прогнозов потребности в реализуемых товарах;
- методы изучения мотивации отношения потребителей к товарам;
- основы менеджмента и бюджетирования.
1.7. Маркетолог руководствуется в своей деятельности:
- законодательными актами РФ;
- Уставом организации, Правилами внутреннего трудового распорядка, другими нормативными актами компании;
- приказами и распоряжениями руководства;
- настоящей должностной инструкцией.

**2. Должностные обязанности маркетолога**

Маркетолог выполняет следующие должностные обязанности:
2.1. Выполняет работу по исследованию основных факторов, влияющих на динамику потребительского спроса на товары, соотношение спроса и предложения на аналогичные виды товаров.
2.2. На основе результатов маркетинговых исследований разрабатывает общую стратегию маркетинга компании.
2.3. Разрабатывает бюджет маркетинга и распоряжается выделенными финансовыми средствами.
2.4. Проводит категоризацию и выявляет приоритетные группы потенциальных потребителей для разработки мероприятий, способствующих расширению рынка продаж товаров.
2.5. Оценивает перспективы развития рынка, перспективы компании по освоению и завоеванию того или иного сегмента рынка; разрабатывает стратегию выхода на рынок.
2.6. Определяет требуемый ассортимент товаров, ценовую политику на товары.
2.7. Разрабатывает предложения по индивидуализации товаров для передачи информации производителям или самостоятельному приданию товарам индивидуализирующих характеристик (упаковка, пр.).
2.8. Определяет каналы товарораспределения — их типы, характеристики, политику создания и использования; разрабатывает концепции создания дилерской и дистрибьюторской сетей.
2.9. Организует сбор информации от потребителей об удовлетворенности товарами, претензиях и жалобах на товары; определяет формы и способы устранения недостатков в поступающих от потребителей претензиях и жалобах.
2.10. Поддерживает связь с рынком с помощью рекламы, службы информации для информирования потребителей и продвижения товаров; организует разработку стратегии рекламных мероприятий.
2.11. Разрабатывает меры по стимулированию (как активному — через систему скидок, поощрений и т.д., так и пассивному — через качество и дизайн товара, имиджевую политику) продаж.
2.12. Готовит предложения по формированию фирменного стиля предприятия и фирменного оформления рекламной продукции.
2.13. Анализирует эффективность проведения маркетинговых мероприятий; наблюдает за маркетинговыми кампаниями конкурентов, анализирует их, вносит коррективы в собственные маркетинговые мероприятия.

**3. Права маркетолога**

Маркетолог имеет право:
3.1. Представлять интересы предприятия во взаимоотношениях с государственными органами, органами местного самоуправления, сторонними организациями по вопросам маркетинга продаж товаров.
3.2. Запрашивать от структурных подразделений предприятия информацию и документы, необходимые для выполнения его должностных обязанностей.
3.3. Взаимодействовать с руководителями всех структурных подразделений по вопросам маркетинга.
3.4. Подписывать и визировать документы в пределах своей компетенции.
3.5. Вносить на рассмотрение руководства предложения по совершенствованию работы, связанной с предусмотренными настоящей инструкцией обязанностями.
3.6. Требовать от руководства торгового предприятия обеспечения организационно-технических условий и оформления установленных документов, необходимых для исполнения должностных обязанностей.

**4. Ответственность маркетолога**

Маркетолог несет ответственность:
4.1. За невыполнение и/или несвоевременное, халатное выполнение своих должностных обязанностей.
4.2. За несоблюдение действующих инструкций, приказов и распоряжений по сохранению коммерческой тайны и конфиденциальной информации.
4.3. За нарушение правил внутреннего трудового распорядка, трудовой дисциплины, правил техники безопасности и противопожарной безопасности.

Заместитель директора \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_