

Должностная инструкция директора по маркетингу

1. Основные положения

1. Директора по маркетингу нанимает и увольняет генеральный директор фирмы.
2. Директор по маркетингу подчиняется руководителю фирмы.
3. В случае временного отсутствия директора по маркетингу (командировка, заболевание и пр.) закрепленные за ним обязанности на определенный срок переходят к его заместителю.
4. Кандидат на данную позицию обязан соответствовать следующим критериям:
 - высшее профильное образование;
 - уровень владения деловым английским не ниже B2;
 - опыт работы в области маркетинга от пяти лет.
5. Директор по маркетингу должен разбираться в:
 - действующих нормах и законах, касающихся маркетинговой деятельности фирмы;
 - текущей рыночной ситуации в сфере деятельности фирмы и перспективах её изменения;
 - правилах и методах анализа маркетинговой деятельности;
 - принципах мерчандайзинга;
 - технологических и иных особенностях реализуемых товаров;
 - основах ценообразования на покупаемые и реализуемые товары;
 - правилах взаимодействия с основными контрагентами фирмы;
 - принципах делопроизводства;
 - алгоритмах продвижения товаров через разнообразные каналы;
 - основах маркетингового планирования и бюджетирования;
 - принципах рекламы и PR-продвижения;
 - основах работы со СМИ, онлайн-ресурсами и социальными сетями;
 - успешных практиках и тенденциях маркетинга в стране и мире;
 - правилах работы с соответствующим программным обеспечением;
 - теоретических основах экономики, маркетинга, менеджмента.
6. Директор по маркетингу руководствуется:
 - действующей нормативно-правовой базой;
 - внутренней документацией;
 - положениями этой инструкции.

2. Функции

Директор по маркетингу отвечает за следующие вопросы:

1. Организацию маркетинговой деятельности фирмы.
2. Внесение рекомендаций главе фирмы по кадровым перемещениям в сфере своей ответственности.
3. Ведение аналитической деятельности по маркетинговому направлению.
4. Организацию маркетингового планирования.
5. Разработку предложений по маркетинговому бюджету.
6. Проведение встреч с партнерами фирмы, представителями СМИ, социальных сетей по вопросам, относящимся к маркетинговой деятельности.

7. Организацию документооборота в сфере маркетинга.
8. Продвижение товаров и услуг с использованием необходимых инструментов на основе изучения актуальных рыночных тенденций.
9. Координацию деятельности сотрудников и подразделений фирмы в области маркетинга.
10. Выстраивание долгосрочных отношений с ключевыми клиентами.
11. Подготовку предложений по параметрам реализуемых товаров, относящихся к маркетингу (стиль, сервис, цены и пр.).
12. Текущий контроль за корректностью проведения рекламных и маркетинговых мероприятий.

3. Ответственность

Директор по маркетингу несет ответственность за:

1. Ущерб, понесенный фирмой по его вине, — в размерах, прописанных в трудовом законодательстве.
2. Разглашение конфиденциальных сведений — в соответствии с внутренними правилами и нормами действующего законодательства.
3. Правонарушения, совершенные при исполнении должностных обязанностей, — в соответствии с принципами трудового, административного, уголовного права.
4. Невыполнение своих должностных функций — в соответствии с параметрами трудового законодательства.

4. Права

Директор по маркетингу имеет следующие права:

1. Принимать решения по кадровым вопросам в сфере маркетинга.
2. Предлагать мероприятия по улучшению ситуации в области своей ответственности.
3. Осуществлять текущее руководство подчиненными сотрудниками.
4. Требовать от служащих фирмы доступа к данным, нужным для выполнения своих обязанностей.
5. Участвовать в выработке маркетинговой политики фирмы.
6. Представлять фирму при взаимодействии с партнерами в пределах своей компетенции.
7. Визировать документы в границах установленной компетенции.
8. Требовать от руководства поддержания условий, нужных для эффективного выполнения своих функций.
9. Знакомиться с проектами решений, затрагивающих аспекты маркетинговой деятельности.

5. Условия труда

1. Директору по маркетингу в рабочее время предоставляется служебный автомобиль.
2. Работодатель оплачивает директору по маркетингу его затраты на сотовую связь, транспорт, а также представительские расходы, в соответствии с правилами фирмы, закрепленными в соответствующей документации.
3. Работодатель обеспечивает директору по маркетингу доступ к необходимым в его деятельности информационным ресурсам.

4. По итогам года директору по маркетингу выплачивается дополнительное вознаграждение, по мере достижения плановых показателей (KPI), утвержденных в соответствующих документах фирмы.