Источник:
https://belforma.net/бланки/Должностная_инструкция/Должностная_инструкция_заведующему_отделом_маркетинга_и_рекламы
с возможностью скачать типовой бланк в формате PDF (Adobe Reader).

Должностная инструкция заведующему отделом маркетинга и рекламы

Наименование организации	УТВЕРЖДАЮ
ДОЛЖНОСТНАЯ	Наименование должности
ИНСТРУКЦИЯ	руководителя организации
_____ N _____	Подпись Расшифровка подписи
Место составления	Дата
ЗАВЕДУЮЩЕМУ ОТДЕЛОММАРКЕТИНГА И РЕКЛАМЫ	

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Заведующий отделом маркетинга и рекламы относится к категории руководителей, принимается на работу и увольняется с работы приказом _____.

2. На должность заведующего отделом маркетинга и рекламы назначается лицо, имеющее высшее образование и стаж работы в области маркетинга и рекламы не менее 5 лет.

3. В своей деятельности заведующий отделом маркетинга и рекламы руководствуется:

- нормативными документами по вопросам выполняемой работы;

- методическими материалами, касающимися соответствующих вопросов;

- уставом организации;

- правилами трудового распорядка;

- приказами и указаниями руководителя организации (непосредственного руководителя);

- настоящей должностной инструкцией.

4. Заведующий отделом маркетинга и рекламы должен знать:

- нормативные правовые акты, другие руководящие и методические материалы, регламентирующие предпринимательскую, коммерческую и рекламную деятельности;

- методы определения покупательского спроса на издательско-полиграфическую продукцию и порядок разработки перспективных и текущих планов производства и сбыта;

- основные потребительские свойства собственной и аналогичной конкурирующей издательско-полиграфической продукции;

- порядок заключения договоров и соглашений, контрактов с отечественными и зарубежными торгующими организациями;

- конъюнктуру полиграфического и книжного рынков;

- методы разработки прогнозов спроса на выпускаемую издательско-полиграфическую продукцию;

- экономику, планирование и организацию редакционно-издательского процесса;

- организацию рекламного дела;

- методы изучения мотивации отношения потребителей к выпускаемой издательско-полиграфической продукции;

- условия поставки, хранения и транспортировки издательско-полиграфической продукции;

- способы и методы работы с дилерами, средствами массовой информации;

- порядок рассмотрения и подготовки ответов на претензии;

- стандарты на издательско-полиграфическую продукцию;

- основы технологии, организации производства, труда и управления в полиграфии;

- организацию учета и составления отчетности о выполнении планов сбыта и реализации издательско-полиграфической продукции;

- основы технологии производства, структуру управления организацией;

- средства вычислительной техники, коммуникаций и связи;

- основы организации труда, формы и методы работы с персоналом;

- стандарты делопроизводства (классификацию документов, порядок их оформления, регистрации, прохождения, хранения и др.);

- основы трудового и гражданского законодательства;

- правила и нормы охраны труда и пожарной безопасности для издательств и полиграфических производств.

5. Во время отсутствия заведующего отделом маркетинга и рекламы его обязанности выполняет в установленном порядке назначаемый заместитель, несущий полную ответственность за их надлежащее исполнение.

2. ДОЛЖНОСТНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ

6. Для выполнения возложенных на него функций заведующий отделом маркетинга и рекламы обязан:

6.1. Осуществлять разработку маркетинговой политики организации на основе прогнозирования потребительского спроса населения, анализа потребительских свойств и качеств собственной выпускаемой издательско-полиграфической продукции и аналогичной конкурирующей продукции.

6.2. Готовить проекты договоров с торговыми организациями на распространение книжных изданий, вести постоянный контроль за выполнением ими обязательств в соответствии с заключенными договорами.

6.3. Обеспечивать участие отдела в составлении перспективных и текущих планов выпуска издательско-полиграфической продукции, определении рынков ее сбыта и новых потребителей.

6.4. Координировать деятельность всех функциональных подразделений издательства по сбору и анализу коммерческо-экономической информации, созданию банка данных по маркетингу издательско-полиграфической продукции (заявки на поставку, договоры на производство, наличие запасов готовой продукции, емкость рынка и т.п.).

6.5. Организовывать изучение мнения потребителей о выпускаемой издательско-полиграфической продукции, анализировать его влияние на сбыт продукции, готовить предложения по повышению ее конкурентоспособности и качества.

6.6. Осуществлять контроль за своевременным реагированием на поступающие от потребителей рекламации и претензии.

6.7. Организовывать разработку стратегии проведения рекламных мероприятий в средствах массовой

информации с помощью печатной, электронной, почтовой рекламы, участие в отраслевых выставках, ярмарках, в целях пропаганды и популяризации книжных изданий, расширения рынков их сбыта.

6.8. Готовить предложения по формированию фирменного стиля организации и фирменного оформления рекламной продукции.

6.9. Осуществлять методическое руководство дилерской службой и ее обеспечение всеми необходимыми рекламными материалами и документацией.

6.10. Участвовать совместно с другими отделами в разработке предложений и рекомендаций по изменению экономических и других характеристик продукции с целью улучшения ее потребительских свойств и стимулирования сбыта.

6.11. Осуществлять руководство подчиненными сотрудниками, давать им указания, обязательные для исполнения.

6.12. Подготавливать установленную отчетность.

6.13. Контролировать соблюдение правил и норм охраны труда, пожарной безопасности.

6.14. При несчастном случае на производстве, организовывать первую помощь потерпевшему, сообщать о происшедшем несчастном случае непосредственному руководителю, проводить другие мероприятия, предусмотренные Правилами расследования и учета несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний.

6.15. Осуществлять самоконтроль соблюдения требований охраны труда.

3. ПРАВА

7. Заведующий отделом маркетинга и рекламы имеет право:

7.1. Знакомиться с проектами решений руководства организации, касающимися деятельности отдела.

7.2. Вносить на рассмотрение руководства предложения по совершенствованию работы, связанной с обязанностями, предусмотренными настоящей инструкцией.

7.3. Требовать от руководства организации оказания содействия в исполнении своих должностных обязанностей и прав.

7.4. Подписывать и визировать документы в пределах своей компетенции.

7.5. Требовать от руководства организации оказания содействия в исполнении своих должностных обязанностей и прав.

7.6. Принимать участие в обсуждении вопросов охраны труда, выносимых на рассмотрение собраний (конференций) трудового коллектива (профсоюзной организации).

7.7. _____.

4. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ (СВЯЗИ ПО ДОЛЖНОСТИ)

8. Заведующий отделом маркетинга и рекламы подчиняется _____ _____.

9. Заведующий отделом маркетинга и рекламы взаимодействует по вопросам, входящим в его компетенцию, с работниками следующих структурных подразделений организации:

- с _____:

получает:

_____;

представляет:

_____;

- с _____:

получает:

_____;

представляет:

_____.

5. ОЦЕНКА РАБОТЫ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

10. Работу заведующего отделом маркетинга и рекламы оценивает непосредственный руководитель (иное должностное лицо).

11. Заведующий отделом маркетинга и рекламы несет ответственность:

11.1. За неисполнение (ненадлежащее исполнение) своих должностных обязанностей, предусмотренных настоящей должностной инструкцией, - в пределах, определенных действующим трудовым законодательством Республики Беларусь.

11.2. За совершенные в процессе осуществления своей деятельности правонарушения - в пределах, определенных действующим административным, уголовным и гражданским законодательством

Республики Беларусь.

11.3. За причинение материального ущерба - в пределах, определенных действующим трудовым, уголовным и гражданским законодательством Республики Беларусь.

Наименование должности руководителя структурного подразделения	_____	_____
	Подпись	Расшифровка подписи
Визы		
С инструкцией ознакомлен	_____	_____
	Подпись	Расшифровка подписи
		_____
		Дата

КОММЕНТАРИЙ

Должностная инструкция разработана в соответствии с Квалификационным справочником должности служащих периодической печати, утвержденным постановлением Министерства труда Республики Беларусь от 31.08.2000 N 120

Данная инструкция является примерной. Она может применяться как основа при разработке соответствующей инструкции работника с учетом специфики деятельности организации.