

Приложение № 2 к приказу
ФГБОУ ВО Арктический ГАТУ
От __ 2020 года №__

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ФГБОУ ВО Арктический ГАТУ
_____ И.И. Слепцов
_____ 2020 г.

**Должностные инструкции
начальника Отдела маркетинга**

1. Общие положения

- 1.1. Начальник Отдела маркетинга относится к категории руководителей
- 1.2. Для работы начальником отдела маркетинга принимается лицо:
 - 1) Имеющее высшее образование – магистратура или специалитет;
 - 2) Имеющее опыт работы не менее трех лет в области маркетинговой деятельности;
- 1.3. Начальник отдела маркетинга должен знать:
 - 1) Правовые акты в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг) ;
 - 2) Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития;
 - 3) Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов;
 - 4) Методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации;
 - 5) Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность;

- 6) Инструменты маркетингового ценообразования;
- 7) Законодательство Российской Федерации, стандарты, этические принципы, регулирующие цены и ценовую политику организаций;
- 8) Методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг на уровне ценовых стратегий;
- 9) Методы проведения маркетинговых исследований в области распределения (дистрибуции) и продаж;
- 10) Подходы и формированию сбытовой политики Университета;
- 11) Инструменты маркетинговых коммуникаций;
- 12) Состав процесса стратегического и оперативного планирования;
- 13) Законодательство Российской Федерации в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность и коммуникационную политику Университета;

1.4. Начальник отдела маркетинга должен уметь:

- 1) Определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг Университета;
- 2) Проводить оценку стоимости товаров Университета;
- 3) Разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги) ;
- 4) Рассчитывать цены на товары (услуги) Университета;
- 5) Разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования;
- 6) Сравнивать рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги) ;
- 7) Проводить маркетинговые исследования по ценам;
- 8) Проводить аудит ценовой политики организации;
- 9) Работать с информацией и базами данных по системе распределения;
- 10) Выполнять маркетинговые действия по выбору каналов распределения (дистрибуции) ;
- 11) Создавать каналы распределения (дистрибуции) в Университете;
- 12) Оценивать результативность каналов распределения (дистрибуции) ;
- 13) Проводить оценку сбытовой политики Университета;
- 14) Управлять продажами товаров и услуг;
- 15) Формировать имидж и деловую репутацию Университета;
- 16) Продвигать товары (услуги) Университета на рынок;

1.5. Начальник Отдела маркетинга в своей деятельности руководствуется настоящей должностной инструкцией.

- 1.6. Начальник отдела маркетинга подчиняется непосредственно ректору и проректору по административно-хозяйственной работе Университета.

2. Трудовые функции

- 2.1. Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга:
- 2.1.1. Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг).
- 2.1.2. Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации.
- 2.1.3. Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации.
- 2.1.4. Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации.

3. Должностные обязанности

- 3.1. Начальник отдела маркетинга исполняет следующие обязанности:
- 3.1.1. В рамках трудовой функции, указанной в п.2.1.1. настоящей должностной инструкции:
- 1) Разрабатывает и реализует программы по поступлению и увеличению внебюджетных средств в Университет;
 - 2) Осуществляет разработку и реализацию комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг) ;
 - 3) Реализует и совершенствует ассортиментную политику Университета;
 - 4) Проводит коммуникационные (рекламные) кампании в области товаров (услуг);
 - 5) Реализует программы повышения потребительской лояльности к товарам (услугам) Университета;
 - 6) Подготавливает рекомендации для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг).
- 3.1.2. В рамках трудовой функции, указанной в п. 2.1.2. настоящей должностной инструкции:
- 1) Разрабатывает ценовую политику в Университете;
 - 2) Создает и реализует стратегию формирования цен на товары (услуги) Университета;
 - 3) Разрабатывает конкурентные ценовые стратегии;

- 4) Проводит последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации;
 - 5) Внедряет систему стимулирования продаж товаров (услуг) Университета;
 - 6) Совершенствует политику ценообразования в Университете.
- 3.1.3. В рамках трудовой функции, указанной в п. 2.1.3. настоящей должностной инструкции:
- 1) Формирует средства и каналы распределения (дистрибуции) для взаимодействия с поставщиками, инвесторами и иными партнёрами Университета;
 - 2) Разрабатывает комплексную систему распределения (дистрибуции) в Университете;
 - 3) Разрабатывает сбытовую политику Университета.
- 3.1.4. В рамках трудовой функции, указанной в п. 2.1.3. настоящей должностной инструкции:
- 1) Разрабатывает системы маркетинговых коммуникаций в Университете;
 - 2) Формирует каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг;
 - 3) Формирует имидж и деловую репутацию Университета;
 - 4) Разрабатывает и проводит рекламные акции по стимулированию продаж;
 - 5) Работает с инструментами прямого маркетинга;
 - 6) Подготавливает рекомендации по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений;
 - 7) Работа с дебиторщиками.

4. Права

- 4.1. Начальник Отдела маркетинга имеет право:
- 4.1.1. Подписывать и визировать документы в пределах своей компетенции..
 - 4.1.2. Запрашивать у непосредственного руководителя разъяснения и уточнения по данным поручениям, выданным заданиям.
 - 4.1.3. Запрашивать по поручению непосредственного руководителя и получать от других сотрудников Университета необходимую информацию, документы, необходимые для исполнения поручения.

- 4.1.4. Знакомиться с проектами решений руководства, касающихся выполняемой им функции, документами, определяющими его права и обязанности по занимаемой должности, критерии оценки качества исполнения своих трудовых функций.
- 4.1.5. Требовать прекращения (приостановления) работ (в случае нарушений, несоблюдения установленных требований и т.д.), соблюдения установленных норм, правил, инструкций: давать указания по исправлению недостатков и устранению нарушений.
- 4.1.6. Вносить на рассмотрение своего непосредственного руководителя предложения по организации труда в рамках своих трудовых функций.
- 4.1.7. Участвовать в обсуждении вопросов, касающихся исполняемых должностных обязанностей.

5. Ответственность

5.1. Начальник Отдела маркетинга привлекается к ответственности:

- 1) За ненадлежащее исполнение или неисполнение своих должностных обязанностей, предусмотренных настоящей должностной инструкцией, в порядке, установленном действующим трудовым законодательством Российской Федерации, законодательством о бухгалтерском учете
- 2) Правонарушения и преступления, совершенные в процессе своей деятельности, в порядке, установленном действующим административным, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации
- 3) За причинение материального ущерба, в порядке, установленном трудовым, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации.
- 4) Должностная инструкция разработана в соответствии с Трудовым кодексом Российской Федерации.