**Должностная инструкция менеджера по маркетингу**

**1. Общие положения**

Менеджер по маркетингу (далее - "Маркетолог") является ключевым специалистом в области маркетинга, отвечающим за разработку и реализацию стратегий и тактик, направленных на увеличение продаж, улучшение имиджа и укрепление бренда компании. Данная должностная инструкция устанавливает обязанности, права и ответственность Маркетолога, а также ключевые компетенции и личные качества, необходимые для успешного выполнения профессиональных задач.

**2. Цели и задачи должности**

Целью работы Маркетолога является создание и внедрение эффективных маркетинговых стратегий, способствующих достижению бизнес-целей компании. Задачи включают анализ рынка, разработку рекламных кампаний, оптимизацию бюджета и коммуникацию с другими отделами.

**3. Функциональные обязанности**

Маркетолог осуществляет следующие функциональные обязанности:

Анализирует динамику продаж, управляет прогнозами и проводит оценку эффективности маркетинговых мероприятий. Ведет мониторинг и управление рекламным бюджетом, постоянно ищет возможности для увеличения рентабельности. Устанавливает приоритеты и осуществляет выбор наиболее адекватных решений для реализации проектов.

Развивает и совершенствует свои профессиональные компетенции в современном маркетинге, брендинге, продажах, экономике и психологии потребителей. Использует полученные знания для разработки эффективных стратегий и рекомендаций.

Формирует инициативы, ставит перед собой цели и разрабатывает пути их достижения. Отвечает за принятие решений и высказывание своего мнения, включая открытое обсуждение вопросов с коллегами и руководством.

Стремится к результативности, проявляет настойчивость в достижении целей и соблюдает сроки выполнения задач. Поддерживает высокий уровень креативности и предлагает альтернативные подходы к решению маркетинговых задач.

Развивает навыки коммуникации, включая грамотное письменное и устное изложение информации, эффективное межличностное взаимодействие и навыки публичных выступлений. Участвует в проведении презентаций и совещаний, устанавливает контакт с аудиторией.

Принимает гибкий подход к работе, открывает себя для новых технологий и методов. Способен адаптироваться к изменяющимся условиям и при необходимости пересматривать свои планы.

Стремится к саморазвитию, изучает новые тренды и новости в сфере маркетинга и смежных областях, применяет полученные знания для повышения эффективности работы.

**4. Ключевые компетенции**

Менеджер по маркетингу должен обладать следующими ключевыми компетенциями:

**Аналитические способности**  
Маркетолог обязан анализировать свои действия и результаты, управлять проектами, выявлять тренды и учитывать их влияние на бизнес. Это включает в себя детальное изучение данных о продажах и поведении клиентов.

**Профессиональная компетентность**  
Знание актуальных методов и технологий в области маркетинга, основ экономики и психологии позволяет ему лучше понимать потребности рынка и потребителей.

**Инициативность**  
Способность самостоятельно ставить задачи и генерировать идеи для улучшения бизнес-процессов.

**Ответственность**  
Готовность брать на себя обязательства, принимать решения и отвечать за результаты своей работы.

**Результативность**  
Настойчивость в поиске решений и выполнение задач в срок.

**Креативность**  
Способность предлагать нестандартные решения и генерировать новые идеи для продвижения продуктов и услуг.

**Качество коммуникации**  
Эффективное донесение своих мыслей как в письменной, так и в устной форме, а также умение налаживать контакты с коллегами и клиентами.

**Гибкость в работе**  
Способность адаптироваться к изменяющимся условиям и применять новые методы работы.

**Саморазвитие и эрудированность**  
Постоянное стремление к саморазвитию и расширению профессиональных знаний через обучение и участие в мероприятиях.

**5. Права и ответственность**

Маркетолог имеет право:

* инициировать и предлагать идеи для улучшения маркетинговых стратегий;
* участвовать в формировании маркетингового бюджета;
* представлять компанию на внешних мероприятиях и презентациях;
* получать необходимые ресурсы и поддержку от руководства.

Маркетолог несет ответственность:

* за своевременное выполнение задач и проектов;
* за качество предложенных решений и их соответствие стратегическим целям компании;
* за соблюдение установленных бюджетов и сроков.

**6. Заключительные положения**

Должностная инструкция может быть изменена и дополнена в зависимости от изменений в структуре компании и требований к специалистам в области маркетинга. Маркетолог должен быть готов к постоянному обучению и саморазвитию, чтобы соответствовать современным требованиям и эффективно справляться со своими обязанностями.

Данная инструкция охватывает основные аспекты работы менеджера по маркетингу, направленные на обеспечение качественного выполнения своих обязанностей и достижение целей компании. По мере изменения внешних и внутренних факторов, требования и обязанности могут корректироваться для повышения их актуальности и эффективности.

**Таблица ключевых компетенций менеджера по маркетингу**

| **Компетенция** | **Описание** |
| --- | --- |
| Аналитические способности | Анализ продаж, управление прогнозами, выбор оптимальных решений |
| Профессиональная компетентность | Знание современных методов, экономики и психологии потребителей |
| Инициативность | Способность самостоятельно ставить задачи и видеть возможности |
| Ответственность | Готовность брать на себя обязательства и принимать решения |
| Результативность | Настойчивость и амбициозность в достижении поставленных целей |
| Креативность | Способность предлагать новые идеи и нестандартные решения |
| Качество коммуникации | Эффективная письменная и устная коммуникация |
| Гибкость в работе | Адаптация к новым условиям и технологиям |
| Саморазвитие и эрудированность | Пожизненное обучение и расширение профессиональных знаний |

Эта должностная инструкция служит основой для работы менеджера по маркетингу и определяет его основные роли и обязанности в компании, обеспечивая успех в достижении бизнес-целей.