
(наименование организации, ее
организационно- правовая форма)

Утверждаю
(Фамилия, инициалы)

(директор; иное лицо, уполномоченное
утверждать должностную инструкцию)
00.00.201_г.
М.П.

ДОЛЖНОСТНАЯ ИНСТРУКЦИЯ БРЕНД-МЕНЕДЖЕРА

(наименование учреждения)

00.00.201_г. №00

1. Общие положения

1.1. Данная должностная инструкция устанавливает права, ответственность и должностные обязанности **Бренд - менеджера** _____ (далее – «предприятие»).

Название учреждения

1.2. На должность бренд-менеджера принимается лицо высшим или средним профессиональным (экономическим) образованием, дополнительной подготовкой по менеджменту и маркетингу и стажем работы в области торгового менеджмента и маркетинга не менее ___ лет.

1.3. Бренд - менеджер должен знать:

- нормативные правовые документы, которые регламентируют осуществление предпринимательской и коммерческой деятельности;
- законы;
- методы ценообразования, его стратегию и тактику;
- основы маркетинга (концепцию маркетинга, основы управления маркетингом, способы и направления исследования рынка);
- рыночную экономику, основы ведения бизнеса;
- предпринимательство;
- конъюнктуру рынка;
- ассортимент, характеристику, классификацию и назначение товаров;
- закономерности развития рынка и формирования спроса на товары;
- теорию менеджмента, макро— и микроэкономики, делового администрирования;
- основы рекламы, формы и методы ведения рекламных кампаний;
- основы и принципы PR-технологий;
- психологию и принципы продаж;
- особенности бренда, технологию производства;
- порядок разработки бизнес-планов и коммерческих условий соглашений, договоров;
- структуру управления предприятием;
- методы обработки информации с применением современных технических средств коммуникации и связи, компьютера;
- торговое и патентное законодательство;
- этику делового общения;
- правила установления деловых контактов;
- основы социологии и психологии;
- иностраный язык.

1.4. Бренд – менеджер назначается на должность и освобождается от нее по приказу руководителя предприятия по представлению (коммерческого директора или иного

должностного лица).

1.5. Бренд-менеджер находится в подчинении у коммерческого директора, руководителя отдела маркетинга; иного должностного лица.

1.6. В период отсутствия бренд-менеджера (отпуск, болезнь, пр.) его обязанности возлагаются на лицо, назначенное в установленном порядке, которое приобретает соответствующие права и несет ответственность за недолжное выполнение возложенных на него обязанностей.

2. Должностные обязанности

Бренд – менеджер обязан:

2.1. Проводить анализ рынка и определять целевые потребительские сегменты рынка для предложения продукта.

2.2. Разрабатывать стратегию продвижения продукта на рынок, учитывая предложения подразделений рекламы и маркетинга по проведению рекламных выставок, кампаний, презентаций и прочих PR-акций.

2.3. Изучать особенности продвигаемого продукта.

2.4. Проводить анализ требований потребителей к тому или иному продукту согласно результатам маркетинговых исследований.

2.5. Организовать проведение презентаций продукта потенциальным потребителям, различных тематических семинаров (консультирование по потребительским свойствам и качествам продукта).

2.6. Разрабатывать ценовую политику по продукту.

2.7. Определять условия продажи товаров (системы скидок и льгот разным группам покупателей).

2.8. Составлять прогнозы объемов продаж.

2.9. Рассчитывать бюджет по продукту, производить расчет ожидаемой прибыли и рентабельности с момента внедрения продукта на рынок.

2.10. Координировать мерчандайзинг продукта.

2.11. Наблюдать за положением продукта на рынке (ходом продаж продукта, спросе на него).

2.12. Определять и проводить анализ отношения потребителей к продукту.

2.13. Определять возможность убытков для предприятия на первых этапах продвижения продукта и разрабатывать предложения по их минимизации, начиная с **создания новых** сбытовых подразделений заканчивая реконструкцией имеющихся каналов сбыта.

2.14. Организовать договорную работу в подразделении, занимающимся продуктом, вести учет платежных операций, анализировать оперативные данные об итогах продаж.

2.15. Выявлять неудовлетворительные параметры продукта, требования покупателей к продукту (которые еще не учтены в продукте) и сообщать о них технологическим, конструкторским и производственным подразделениям для корректировки продукта и придания ему новых потребительских свойств.

2.16. Координировать и контролировать работу подчиненных работников.

2.17. Подготавливать отчеты руководству предприятия о проделанной работе.

2.18. Выполнять другие смежные обязанности по продвижению и продаже продукта.

2.19. Отслеживать ценовую политику и спрос на бренды конкурентов.

2.20. Определять позиции продукта относительно аналогичных или схожих продуктов конкурентов.

3. Права

Бренд-менеджер вправе:

3.1. Запрашивать лично или по поручению непосредственного руководителя от специалистов и руководителей подразделений предприятия документы и информацию, которые необходимы для выполнения его должностных обязанностей.

3.2. Знакомиться с документами, которые определяют обязанности и права по занимаемой должности, критерии оценки качества выполнения должностных обязанностей.

3.3. Предлагать на рассмотрение руководства идеи, направленные на усовершенствование работы, связанной с предусмотренными данной инструкцией обязанностями.

3.4. Самостоятельно определять способы и формы продвижения бренда и установления деловых связей с потребителями.

3.5. Визировать и подписывать документы в пределах своей компетенции.

3.6. Требовать от руководства предприятия обеспечения организационно-технических условий и оформления установленных документов, необходимых для выполнения должностных обязанностей.

4. Ответственность

Бренд-менеджер ответственен за:

4.1. Правовые нарушения, совершенные в процессе своей деятельности в установленных действующим уголовным, административным и гражданским законодательством Российской Федерации рамках.

4.2. Недолжное выполнение или невыполнение своих должностных обязанностей, которые предусмотрены настоящей должностной инструкцией в установленных действующим трудовым законодательством Российской Федерации рамках.

4.3. Нанесение материального вреда предприятию в установленных действующим гражданским и трудовым законодательством Российской Федерации рамках.

Руководитель структурного подразделения:

(подпись)

(фамилия, инициалы)

00.00.201_г.

С инструкцией ознакомлен,
один экземпляр получил:

(подпись)

(фамилия, инициалы)

00.00.20__г.