Утверждаю

(Фамилия, инициалы)

(наименование организации, ее

организационно- правовая форма) (директор; иное лицо, уполномоченное утверждать должностную инструкцию)

00.00.201\_г.

м.п.

[**ДОЛЖНОСТНАЯ ИНСТРУКЦИЯ**](http://www.kaus-group.ru/) **БРЕНД-МЕНЕДЖЕРА**

-------------------------------------------------------------------

(наименование учреждения) 00.00.201\_г. №00

# Общие положения

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

Название учреждения

* 1. 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.
	2. 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;

-иностранный язык.

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

должностного лица).

* 1. Бренд-менеджер находится в подчинении у коммерческого директора, руководителя отдела маркетинга; иного должностного лица.
	2. 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.

# Должностные обязанности

Бренд – менеджер обязан:

* 1. Проводить анализ рынка и определять целевые потребительские сегменты рынка для предложения продукта.
	2. Разрабатывать стратегию продвижения продукта на рынок, учитывая предложения подразделений рекламы и маркетинга по проведению рекламных выставок, кампаний, презентаций и прочих PR-акций.
	3. Изучать особенности продвигаемого продукта.
	4. Проводить анализ требований потребителей к тому или иному продукту согласно результатам маркетинговых исследований.
	5. Организовать проведение презентаций продукта потенциальным потребителям, различных тематических семинаров (консультирование по потребительским свойствам и качествам продукта).
	6. Разрабатывать ценовую политику по продукту.
	7. Определять условия продажи товаров (системы скидок и льгот разным группам покупателей).
	8. Составлять прогнозы объемов продаж.
	9. Рассчитывать бюджет по продукту, производить расчет ожидаемой прибыли и рентабельности с момента внедрения продукта на рынок.
	10. Координировать мерчандайзинг продукта.
	11. Наблюдать за положением продукта на рынке (ходом продаж продукта, спросе на него).
	12. Определять и проводить анализ отношения потребителей к продукту.
	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.
	14. Организовать договорную работу в подразделении, занимающимся продуктом, вести учет платежных операций, анализировать оперативные данные об итогах продаж.
	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.
	16. Координировать и контролировать работу подчиненных работников.
	17. Подготавливать отчеты руководству предприятия о проделанной работе.
	18. Выполнять другие смежные обязанности по продвижению и продаже продукта.
	19. Отслеживать ценовую политику и спрос на бренды конкурентов.
	20. Определять позиции продукта относительно аналогичных или схожих продуктов конкурентов.

# Права

Бренд-менеджер вправе:

* 1. Запрашивать лично или по поручению непосредственного руководителя от специалистов и руководителей подразделений предприятия документы и информацию, которые необходимы для выполнения его должностных обязанностей.
	2. Знакомиться с документами, которые определяют обязанности и права по занимаемой должности, критерии оценки качества выполнения должностных обязанностей.
	3. Предлагать на рассмотрение руководства идеи, направленные на усовершенствование работы, связанной с предусмотренными данной инструкцией обязанностями.
	4. Самостоятельно определять способы и формы продвижения бренда и установления деловых связей с потребителями.
	5. Визировать и подписывать документы в пределах своей компетенции.
	6. Требовать от руководства предприятия обеспечения организационно-технических условий и оформления установленных документов, необходимых для выполнения должностных обязанностей.

# Ответственность

Бренд-менеджер ответственен за:

* 1. Правовые нарушения, совершенные в процессе своей деятельности в установленных действующим уголовным, административным и гражданским законодательством Российской Федерации рамках.
	2. Недолжное выполнение или невыполнение своих должностных обязанностей, которые предусмотрены настоящей должностной инструкцией в установленных действующим трудовым законодательством Российской Федерации рамках.
	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.