

Specialist Marketing

I. Identificarea postului

1. Numele și prenumele titularului:

2. Denumirea postului: Specialist Marketing

[Dacă în organigrama dvs. denumirea postului diferă de cea din COR, va trebui să menționați în fișă și denumirea din COR.]

3. Poziția în COR / Cod: 243103

[În cazul în care denumirea postului din firma dvs. nu se regăsește în COR, va trebui să treceți codul din COR pentru denumirea cea mai apropiată din punct de vedere al sarcinilor și responsabilităților.]

4. Departamentul / locația: Departamentul Marketing

[Repartizarea se va face conform mărimii, specificului și organigramei firmei.]

5. Nivelul postului:

- a. Conducere / coordonare: Nu este cazul
- b. Execuție: Specialist

6. Relațiile:

a. Ierarhice (control, îndrumare, posturi supervizate):

- se subordonează: Managerului de Marketing
- are în subordine: Nu este cazul

b. Funcționale (colaborare, pe orizontală): Cu Departamentele Comunicare, Relații Publice și Vânzări

c. Reprezentare (colaborare, consultanță): Cu firme de sondare a pieței, clienți etc.

[Pentru punctele a, b și c se va ține cont de mărimea, specificul și organigrama firmei.]

II. Descrierea postului

1. Scopul general al postului

Realizarea de studii de marketing care evaluează poziția brandului companiei în piață.

[În funcție de mărimea, specificul și organigrama firmei scopul poate diferi. Scopul postului se va regăsi detaliat în obiectul contractului definit în CIM semnat de părți.]

2. Obiectivele postului

- Urmărirea evoluției brandului companiei în acord cu politicile de marketing ale firmei.
- Urmărirea evoluției lansării noilor produse / servicii pe piață.
- Implementarea planului de marketing stabilit la nivelul întregii firme.

[În funcție de mărimea, specificul și organigrama firmei obiectivele pot diferi.]

3. Descrierea sarcinilor / atribuțiilor / activităților postului

- Contribuie la implementarea planului de marketing stabilit la nivelul întregii companii.
- Asigură implementarea politicii de marketing.
- Participă la realizarea auditurilor de marketing (interne și externe).
- Proiectează chestionare pentru studiul pieței.
- Realizează studii și elaborează propuneri privind lansarea de noi produse / servicii, stoparea vânzării anumitor produse / servicii sau dezvoltarea unor noi linii de afaceri.
- Elaborează și actualizează site-urile de internet ale companiei.

- Coordonează acțiuni de publicitate / advertising, prin mijloace ATL (*above the line*) sau BTL (*below the line*), în colaborare cu Departamentul Relații Publice.
- Elaborează și actualizează cataloagele și materialele de prezentare ale companiei (tipărite sau în format electronic), în colaborare cu Departamentul Relații Publice.
- Dezvoltă politici de fidelizare a clienților existenți.
- Culege, prin studii de piață, informații despre brandurile companiei.
- Contribuie la realizarea campaniilor de promovare a noilor produse / servicii lansate.
- Urmărește rezultatele campaniilor de promovare.
- Întocmește rapoarte pe care le prezintă periodic Managerului de Marketing.
- Execută orice alte dispoziții date de superiorul ierarhic direct sau de supraordonații acestuia în realizarea strategiilor pe termen scurt ale companiei în limitele respectării temeiului legal.

[În funcție de mărimea, specificul și organigrama firmei sarcinile / atribuțiile / activitățile pot diferi.]

4. Descrierea responsabilităților postului

a) Privind relațiile interpersonale / comunicarea

- Menține relații profesionale cu toți partenerii interni și externi (agenții de publicitate, firme de sondare de piață etc.).
- Răspunde de corectitudinea informațiilor furnizate către toate departamentele din firmă.
- Are o atitudine politicoasă atât față de colegi cât și față de persoanele din exterior cu care vine în contact în cadrul firmei.

b) Față de echipamentul din dotare

- Respectă procedurile interne legate de utilizarea echipamentului și a aparaturii din dotarea departamentului.
- Răspunde de informarea imediată a persoanelor responsabile privind orice defecțiune în funcționare a echipamentului cu care își desfășoară activitatea.

c) În raport cu obiectivele postului

- Se preocupă în permanență de creșterea gradului de profesionalism cu care își îndeplinește sarcinile.
- Respectă obiectivele propuse, în acord cu strategia companiei.
- Răspunde de confidențialitatea datelor din studiile de piață și ale concurenței.

d) Privind securitatea și sănătatea muncii

- Respectă normele privind Securitatea și Sănătatea în Muncă și PSI.

e) Privind regulamentele / procedurile de lucru

- Respectă metodologia de marketing adoptată în cadrul firmei.
- Respectă Regulamentul Intern și Regulamentul de Organizare și Funcționare.
- Respectă procedurile de lucru generale specifice firmei.
- Respectă și aplică actele normative în vigoare și Contractul Colectiv de Muncă aplicabil.

f) Protecția datelor cu caracter personal

- Să respecte cu strictețe procedurile interne referitoare la protecția datelor cu caracter personal, precum și procedurile privind securitatea informatică;
- Să păstreze în condiții de strictețe parolele și mijloacele tehnice de acces la datele cu caracter personal pe care le prelucrează în virtutea atribuțiilor sale de serviciu;
- Nu va divulga nimănui și nu va permite nimănui să ia cunoștință de parolele și mijloacele tehnice de acces în sistemele informatice pe care le utilizează în desfășurarea atribuțiilor de serviciu;
- Nu va copia pe suport fizic niciun fel de date cu caracter personal disponibile în sistemele informatice ale societății, cu excepția situațiilor în care această activitate se regăsește în atribuțiile sale de serviciu sau a fost autorizată de către superiorul său ierarhic;

- Să interzică în mod efectiv și să împiedice accesul oricărui alt salariat la canalele de accesare a datelor personale disponibile pe computerul societății cu ajutorul căruia își desfășoară activitatea;
- Să manipuleze datele cu caracter personal stocate pe suport fizic la care are acces în virtutea atribuțiilor sale cu cea mai mare precauție, atât în ce privește conservarea suporturilor, cât și în ce privește depunerea lor în locurile și în condițiile stabilite în procedurile de lucru;
- Nu va divulga nimănui datele cu caracter personal la care are acces, atât în mod nemijlocit, cât și, eventual, în mod mediat, cu excepția situațiilor în care comunicarea datelor cu caracter personal se regăsește în atribuțiile sale de serviciu sau a fost autorizată de către superiorul său ierarhic;
- Nu va transmite pe suport informatic și nici pe un altfel de suport date cu caracter personal către sisteme informatice care nu se află sub controlul societății sau care sunt accesibile în afara societății, inclusiv stick-uri USB, HDD, discuri rigide, căsuțe de e-mail, foldere accesibile via FTP sau orice alt mijloc tehnic;
- Respectarea de către salariat a tuturor obligațiilor referitoare la protecția datelor cu caracter personal prevăzute în regulamentul intern, fișa postului și instrucțiunile directe ale superiorilor ierarhici este foarte importantă pentru societate, nerespectarea lor este sancționată potrivit regulamentului intern.

[În funcție de mărimea, specificul și organigrama firmei responsabilitățile postului pot diferi.]

Atenție! Răspunderea juridică generată de nerespectarea obligațiilor stabilite prin prezenta se va stabili în conformitate cu prevederile legislației în vigoare precum și în baza procedurilor reglementate în Regulamentul Intern al firmei.]

5. Condițiile postului de lucru

- a. **Programul de lucru** 8 ore și suplimentar când este cazul.

[Se va asigura corelarea acestor dispoziții cu acelea ale clauzei specifice din CIM, precum și cu prevederile din anexele la RI / CCM la nivel de unitate referitoare la alternanța turelor, dacă este cazul, respectiv la programul de lucru inegal.]

b. Condițiile materiale

- **Ambientale** Nu lucrează în condiții ambientale deosebite.
- **Deplasări** Deplasări frecvente, participări la evenimente în afara firmei, în localitate, în țară și în străinătate.
- **Spațiu** Își desfășoară activitatea în cadrul Departamentului Marketing.
- **condiții suplimentare (fac parte din categoria de beneficii)** Telefon mobil, PC sau laptop.

- c. **Condiții de formare profesională** Participă la diverse traininguri, workshopuri, seminarii, congrese de specialitate etc.

- d. **Buget** Nu este cazul.

[Condițiile de la punctele a, b, c și d se decid la nivelul fiecărei firme în funcție de condițiile specifice și de posibilități, precum și de nevoile pentru postul respectiv în firmă.]

6. Gradul de autonomie

- a. **Autoritate asupra altor posturi**

[Se referă la alte posturi decât cele aflate în subordinea directă. Autoritatea se stabilește în fiecare firmă de către conducere, pentru fiecare post în parte - în funcție de mărimea, specificul și organigrama firmei.]

b. Delegare (înlocuitori, sarcini delegate)

- **înlocuiește pe** Un alt Specialist de Marketing sau pe Managerul de Marketing, cu responsabilități și sarcini limitate.
- **este înlocuit de** Un alt Specialist de Marketing sau de Managerul de Marketing.

[De obicei, fiecare firmă stabilește și menționează numele persoanei înlocuitoare, cu precizarea responsabilităților și a sarcinilor pe perioada delegării.]

7. Indicatori de performanță

- Creșterea numărului de clienți cu ...% în decurs de
- Creșterea vânzărilor unui produs nou cu ...% în decurs de ...

[În funcție de specificul firmei, pot fi utilizați indicatori diferiți, cu valori diferite, în limitele responsabilităților și performanțelor cerute de post.]

8. Perioada de evaluare a performanțelor

Bianual

[Se stabilește în funcție de sistemul de evaluare din fiecare firmă.]

9. Evoluții posibile

Poate avansa pe poziția de Manager Marketing.

[Se stabilește în funcție de sistemul de planificare a carierei din fiecare firmă.]

III. Specificațiile postului

1. Nivelul de studii

Studii superioare în domeniul marketing, sociologie sau economie.

[Nivelul de studii pentru fiecare post diferă în funcție de specificul și mărimea firmei, precum și de nevoile pentru postul respectiv în firmă.]

2. Calificarea / specializarea necesară

- Cursuri de perfecționare în domeniul specific de activitate al firmei.
- Limbi străine: engleză, franceză, preferabil nivel avansat.
- Operare PC: Word, Excel, PowerPoint, programe de baze de date.

[În funcție de specificul și mărimea firmei, precum și de nevoile pentru postul respectiv în firmă se pot solicita și alte calificări / specializări.]

3. Competențele postului (pachet de competențe)

- cunoștințe solide în domeniul pieței produsului / produselor firmei;
- cunoștințe de psihologie și sociologie;
- cunoașterea instrumentelor de sondare a pieței;
- corectitudine, receptivitate, orientare către nou, flexibilitate și creativitate;
- bun echilibru emoțional, constanță în atitudini și manifestări;
- atitudine pozitivă;
- capacitate de a redacta lucrări și rapoarte clare și corecte.

[În funcție de specificul și mărimea firmei, precum și de nevoile pentru postul respectiv în firmă se pot solicita și alte competențe.]

4. Experiența de lucru necesară (vechimea în specialitatea cerută de post)

Minimum 1 an experiență într-o poziție similară.

[Experiența de lucru necesară se stabilește de fiecare firmă, în funcție de nevoile specifice pentru postul respectiv.]

Data,

Numele și semnătura titularului postului,

Numele și semnătura superiorului ierarhic,

A P R O B A T

Director General