

\_\_\_\_\_  
(наименование организации)

## ДОЛЖНОСТНАЯ ИНСТРУКЦИЯ

00.00.0000

№ 000

**СТМ-менеджера  
(PL-Manager)**

УТВЕРЖДАЮ

\_\_\_\_\_  
(наименование должности)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(инициалы, фамилия)

00.00.0000

### I. Общие положения

1.1. СТМ-менеджер относится к категории руководителей.

1.2. На должность СТМ-менеджера принимается лицо, имеющее высшее \_\_\_\_\_

(экономическое /

\_\_\_\_\_  
инженерно-экономическое / др.)

образование, стаж работы по специальности не менее 3 лет,

на руководящих должностях в сфере торговли не менее \_\_\_\_\_ лет, стаж работы на аналогичных

должностях, связанных с производством и продвижением товаров, не менее \_\_\_\_\_ лет,

прошедшее дополнительную подготовку в области маркетинга и сбыта.

1.3. СТМ-менеджер должен знать:

– нормы Гражданского кодекса Российской Федерации, Федерального закона от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (далее – Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности») к заключению и исполнению договоров о приобретении товаров (купли-продажи, комиссии, агентирования, др.), Закона Российской Федерации от 7 февраля 1992 года № 2300-1 «О защите прав потребителей», Федерального закона от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции», федеральных законов об обороте отдельных видов товаров, других федеральных законов и иных нормативных правовых актов, устанавливающих требования к осуществлению торговой деятельности и производству товаров;

– основы законодательства об охране прав на результаты интеллектуальной деятельности, средства индивидуализации;

– технические регламенты, национальные стандарты, технические условия на товары, основные свойства и качественные характеристики товаров;

– основные положения санитарных правил и нормативов (гигиенические, санитарно-эпидемиологические требования) к производству и обороту отдельных видов товаров;

– правила разработки номенклатуры производимых товаров и ассортимента реализуемых товаров;

– основы технологии производства товаров;

– основы товароведения;

– методы учета товаров, расчета потребности в них;

– правила ценообразования;

– порядок заключения и исполнения коммерческих договоров;

– производственные и торговые мощности предприятия;

- специализацию подразделений предприятия и функциональные связи между ними;
- формы учетных документов и порядок составления отчетности;
- основы налогообложения;
- основы менеджмента, маркетинга;
- формы и методы ведения рекламных кампаний;
- организацию оперативного учета хода производства;
- принципы разработки планов производственно-торговой деятельности, основы стратегического планирования;
- организацию материально-технического и транспортного обеспечения производства товаров, продажи товаров;
- порядок разработки нормативов оборотных средств, норм расхода и запасов товарно-материальных ценностей;
- экономику, организацию производства, труда и управления;
- средства вычислительной техники, коммуникаций и связи;
- основы трудового законодательства;
- Правила внутреннего трудового распорядка;
- правила и нормы охраны труда;
- правила пожарной безопасности;

– \_\_\_\_\_ (виды, наименования и реквизиты других актов и документов)

1.4. СТМ-менеджер в своей деятельности руководствуется:

– \_\_\_\_\_ (уставом / положением / др.)

– настоящей должностной инструкцией;

– \_\_\_\_\_ (наименования и реквизиты актов и документов, непосредственно связанных с трудовой деятельностью СТМ-директора)

1.5. СТМ-менеджер подчиняется \_\_\_\_\_ (наименование должности руководителя предприятия)

1.6. В период отсутствия СТМ-менеджера (отпуска, болезни, пр.) его обязанности исполняет(ют) его заместитель(и) или иной работник в соответствии с \_\_\_\_\_ (приказом / распоряжением / др.)

который приобретает соответствующие права и несет ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязанностей, возложенных на него в связи с замещением.

1.7. \_\_\_\_\_

## II. Функции

2.1. Организация производства товаров под собственной торговой маркой (товарным знаком) торгового предприятия (далее – «собственная торговая марка»).

2.2. Организация продажи товаров, произведенных под собственной торговой маркой.

## III. Должностные обязанности

СТМ-менеджер исполняет следующие обязанности:

3.1. Организует и координирует проведение маркетинговых исследований с целью определения товаров, целесообразных к производству под собственной торговой маркой торгового предприятия.

3.2. На основе результатов маркетинговых исследований, расчета рентабельности производства отдельных видов товаров под собственной торговой маркой разрабатывает бизнес-планы, предложения по стратегии производства товаров под собственной торговой маркой (освоение собственного производства, производство на условиях коммерческой концессии (фран-

чайзинга), др.), проект номенклатуры товаров, предложения по ценовой политике в отношении товаров под собственной торговой маркой.

3.3. Обеспечивает оформление и получение лицензий, иных разрешительных и легализующих документов, необходимых для производства товаров под собственной торговой маркой (при организации собственного производства).

3.4. Подготавливает предложения по отбору производителей (поставщиков) сырья, полуфабрикатов, товаров.

3.5. Осуществляет поиск производителей (поставщиков) сырья, полуфабрикатов, упаковки, торгово-технологического оборудования, необходимых для производства товаров; производителей, заинтересованных в производстве товаров под торговой маркой торгового предприятия на условиях коммерческой концессии (франчайзинга), лицензий, др.; разрабатывает схемы стимулирования интереса производителей на производство товаров под собственной торговой маркой торгового предприятия.

3.6. Разрабатывает проекты условий договоров купли-продажи, договоров коммерческой концессии (франчайзинга), лицензионных договоров, др. с учетом норм Гражданского кодекса Российской Федерации, Федерального закона от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», иных нормативных правовых актов, технические задания.

3.7. Проводит предварительные переговоры с контрагентами, устанавливает деловые связи, организует обмен необходимой информацией.

3.8. Организует проведение оценки (экспертизы, осмотра, тестирования, других оценочных и экспертных мероприятий) производственных мощностей производителей, используемых технологий, производимых товаров, применяемой упаковки.

3.9. Принимает участие в разработке дизайна упаковки товаров под собственной торговой маркой.

3.10. Подготавливает к заключению и подписанию коммерческие договоры, обеспечивает их полное и своевременное исполнение договоров контрагентами, торговым предприятием.

3.11. Принимает участие в контроле качества производимых товаров под собственной маркой, анализирует результаты контроля качества, проводимого \_\_\_\_\_.  
 (наименование подразделения по контролю качества)

3.12. Обеспечивает оформление (получение) документов, подтверждающих соответствие товаров установленным требованиям.

3.13. Разрабатывает нормативы запаса товаров в местах хранения (складах, кладовых, др.), в торговом зале (торговых залах) торгового объекта (торговых объектов), осуществляет анализ и контроль объемов и остатков товаров, находящихся в местах хранения, на торговом объекте (торговых объектах), в торговом зале (торговых залах), организует бесперебойное обеспечение торговых объектов необходимым количеством товаров.

3.14. Принимает участие в разработке технологий продажи товаров под собственной маркой на торговом объекте (торговых объектах) торгового предприятия, в разработке и проведении рекламных кампаний, маркетинговых мероприятий с целью продвижения товаров на рынок, формирования положительного имиджа собственной торговой марки торгового предприятия, выведения на рынок новых товаров, оценивает эффективность указанных кампаний и мероприятий.

3.15. Разрабатывает планы и прогнозы продаж товаров под собственной торговой маркой, производит расчеты доходности производства и продажи товаров под собственной торговой маркой, координирует проведение маркетинговых исследований рынка товаров, производимых под собственными торговыми марками торговых предприятий, потребительского спроса на аналогичные товары, производимые под собственными торговыми марками других торговых

предприятий, научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ в области производства и продажи товаров.

3.16. Разрабатывает предложения по повышению качества и конкурентоспособности товаров, экономного и эффективного использования материальных, финансовых и трудовых ресурсов.

3.17. Осуществляет мониторинг продаж товаров под собственной торговой маркой, разрабатывает предложения по внесению изменений в условия договоров (купли-продажи, коммерческой концессии (франчайзинга), лицензионных, других), в стратегию производства и продвижения отдельных видов товаров, совершенствования качества товаров, др.

3.18. Организует работу по ведению учета и отчетности по производству и продаже товаров под собственной маркой.

3.19. Подготавливает для непосредственного руководителя аналитические отчеты доклады, справки.

3.20. Подписывает \_\_\_\_\_  
(товарно-сопроводительные документы / акты / др.)

3.21. Визирует \_\_\_\_\_  
(заклучения / акты / др.)

3.22. Осуществляет подбор и расстановку работников СТМ-отдела, мотивацию их профессионального развития, оценку и стимулирование качества труда, повышения эффективности и производительности труда.

3.23. \_\_\_\_\_  
(другие обязанности)

#### IV. Права

СТМ-менеджер имеет право:

4.1. Участвовать в обсуждении проектов решений руководства торгового предприятия, касающихся деятельности торгового предприятия.

4.2. Запрашивать и получать от структурных подразделений необходимую информацию, документы, проводить проверки качества и своевременности исполнения поручений.

4.3. По согласованию с непосредственным руководителем привлекать к решению задач, стоящих перед СТМ-отделом, работников других подразделений торгового предприятия, внешних консультантов и экспертов.

4.4. Требовать прекращения (приостановления) работ (в случае нарушений, несоблюдения установленных требований и т.д.), соблюдения установленных норм; давать указания по исправлению недостатков и устранению нарушений.

4.5. Участвовать в обсуждении вопросов, касающихся исполняемых им должностных обязанностей.

4.6. Требовать от руководства торгового предприятия оказания содействия при исполнении своих должностных обязанностей и прав.

4.7. Вносить в установленном Правилами внутреннего трудового распорядка порядке представления (предложения) о переводах работников \_\_\_\_\_,  
(наименование подразделения)

о поощрении отличившихся работников, о применении дисциплинарных взысканий к работникам, совершившим дисциплинарные проступки.

4.8. \_\_\_\_\_  
(другие права)

#### V. Ответственность

5.1. СТМ-менеджер привлекается к ответственности:

– за ненадлежащее исполнение или неисполнение своих должностных обязанностей, предусмотренных настоящей должностной инструкцией, – в порядке, установленном трудовым законодательством Российской Федерации;

– за совершение в процессе своей деятельности правонарушений, – в порядке, установленном административным, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации;

– за \_\_\_\_\_.

5.2. СТМ-менеджер несет персональную ответственность за последствия принятого им необоснованного решения, повлекшего за собой нарушение сохранности имущества, неправомерное его использование или иной ущерб торговому предприятию, в порядке, установленном трудовым и гражданским законодательством Российской Федерации.

5.3. \_\_\_\_\_.

## VI. Заключительные положения

6.1. Настоящая должностная инструкция разработана во исполнение приказа от \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г. № \_\_\_\_\_, на основе квалификационных характеристик должностей

«Менеджер», «Начальник производственного отдела» (Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих, утвержденный постановлением Минтруда России от 21 августа 1998 г. № 37), \_\_\_\_\_,

(реквизиты иных актов и документов)

с учетом специфики организации производства товаров и осуществления торговой деятельности, норм Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

6.2. Ознакомление работника с настоящей должностной инструкцией осуществляется при приеме на работу (до подписания трудового договора).

Факт ознакомления работника с настоящей должностной инструкцией подтверждается

\_\_\_\_\_ (росписью в листе ознакомления, являющемся неотъемлемой частью настоящей инструкции / в журнале ознакомления

\_\_\_\_\_ с должностными инструкциями / в экземпляре должностной инструкции, хранящемся у работодателя / др.)