

F I S A P O S T U L U I

1. **Postul:** subinginer cu probleme de marketing.

2. **Poziția:**

3. **Compartimentul :** marketing.

4. **Cerințe:**

4.1. **Studii :** superioare

4.2. **Alte cerințe specifice:** Pregătire multilaterală în cunoașterea tehnologiei și caracteristicilor produselor specifice societății comerciale.

Cunoașterea condițiilor de calitate a produselor.
Noțiuni de marketing. Caracteristicile produselor și ambalajelor (mod de depozitare transport).

4.3. **Cunoștințe:** - Tehnica comercializării produselor pe piață, noțiuni de formare a prețurilor, studiul pieții și legislația în vigoare privind economia de piață

- Documentarea asupra prețurilor pieții și a condițiilor de comercializare a produselor similare, practicate de concurență.

- Cunoașterea politicii economice și a strategiei de dezvoltare a societății comerciale.

- Cunoștințe în organizarea și realizarea reclamei comerciale, studiul pieții pentru produsele oferite spre vânzare.

4.4. **Aptitudini:** Memorie foarte bună, capacitate de concentrare peste medie, abilitate în relațiile cu partenerii, diplomație.

- inventivitate și creativitate.

- preocupări artistice și imaginație.

- exprimare coerentă, diplomație în relațiile cu oamenii.

- orientare și spirit de prezență prin alegerea celor mai bune soluții în timpul cel mai scurt.

4.5. **Atitudini.** - Receptivitatea față de tot ce apare nou pe piață produselor specifice societății.

- discreție în activitatea de prospectare a pieții și atașament față de societatea comercială.

- obiectivitate în aprecierea tuturor problemelor care apar în activitatea sa și în relațiile cu colaboratorii.

- sesizarea aspectelor negative care apar pe piață referitor la produs, marcă, preț.

- spirit critic, realist, obiectiv.

5. **Relații:**

5.1. **Ierarhice** este subordonat directorului comercial.

5.2. Funcționale:

a). **Interne:** are relații de serviciu cu toate compartimentele funcționale

b). **Externe:** cu firme, societăți particulare și de stat.

6. Atribuții:

- Organizează studiul pieții și folosirea tehnicilor de marketing care să conducă la prospectarea tehnico-comercială și la promovarea vânzărilor de produse ale societății.
- Participă la prospectarea pieții în vederea cunoașterii necesarului de consum și perspectivele în viitorul apropiat.
- Pregătește materiale documentare din punct de vedere al eficienței economice în vederea programării producției în funcție de sortimentele solicitate pe piață.
- Prezintă oferte pentru desfacerea produselor realizate de societate.
- Urmărește diversificarea continuă a produselor și îmbunătățirea fondului de marfă pe piață în funcție de cereri.
- Face propuneri de cuprindere în programele de fabricație a produselor solicitate de clienți.
- Propune în programul de cercetare a proiectării și reproiectării unor produse solicitate pe piață, ce au parametrii superiori tehnico-economici.
- Elaborează calcule și studii de prognoză în domeniul desfacerii produselor actuale și cele care se pregătesc a fi lansate pe piață.
- Studiază piața, stabilind produsele pentru care există cerere, fiabilitate garantată, evoluția prețurilor.
- Studiază politica fiscală și condițiile contractuale specifice solicitate, după caz.
- Studiază clienții și ofertele făcute de aceștia pentru a fi realizate rapid în cadrul societății.
- Participă la concurență cu produsele realizate.
- Urmărește vânzarea numai a produselor fiabile pentru a nu pierde clienții.
- Cunoaște în fiecare moment, starea tehnică și posibilitatea de execuție a aceluși produse sau produse similare de alți furnizori, sesizând situația preventiv, pentru a nu pierde piețele de desfacere și clienții.
- Face în permanență publicitate la produsele realizate de societate întocmește prospecte și albume, participă și organizează expoziții cu produsele pe care le realizează societatea și cu care ocazie tatonază piața încheind contracte ferme cu factorii potențiali.
- Intocmește programul de reclamă, publicitate și ofertă urmărind realizarea tuturor obiectivelor.
- Redactează material publicitar și reclame pentru produsele realizate de societate.
- Este la curent cu prețurile la produsele specifice societății și prețurile practicate de concurență la produsele similare.
- Pe linia politicii de preț participă la analiză și negocierea prețului pe baza costurilor de producție, a prețurilor produselor înrudite a capacității și interesului de cumpărare a consumatorului.
- Evaluează metodele de vânzare existente și propune altele noi, eficiența publicității și selecționează canalele de mass-media pentru publicitate.

În domeniul operațional îndeplinește atribuțiile de sincronizator și modelator al operațiilor de marketing de pe piață cu problemele interne, transport, încărcare, descărcare, urmărire pe parcurs până la beneficiar.

Propune soluții pentru creșterea volumului de desfacere prin folosirea eficientă a magazinelor aparținătoare societății noastre și captarea de noi beneficiari la unitățile din județ.

Studiază și propune soluții eficiente de lucru între magazinele de prezentare și unitățile de producție din județ prin stabilirea; **unui**

- sistem eficient de emisie și transmitere a comenzilor de către centrele de desfacere și realizarea acestora cu asigurarea prospețimii de către unitățile de producție, precum și a transportului în timp util la magazine.

Poate primi și alte sarcini, din partea conducerii societății comerciale legate de activitatea sa.

7. Limite de competență.

Consultă directorul comercial în activitatea ce o desfășoară.

Organizează expoziții făcând reclame produselor ce urmează a fi comercializate.

8. Responsabilități.

Răspunde de prognoza desfacerii produselor prin protejerea pieței în condițiile liberei concurențe.

Răspunde de atragerea clienților și dezvoltă interesul acestora pentru produsele societății.

Răspunde de respectarea programului de lucru și de disciplina muncii
Răspunde de eficiența și calitatea lucrărilor și studiilor efectuate



DIRECTOR COMERCIAL,
Ing. Izsak Andrei

Luată la cunoștință,
sing. Cloanța Florin