# 最新市场部管理制度大纲(三篇)

来源：网络 作者：紫陌红尘 更新时间：2024-07-18

*在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。市场部管理制度大纲篇一1、市场部...*

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

**市场部管理制度大纲篇一**

1、市场部人员牢固树立公司、部门与个人之间利益相一致的观念。

2、市场部人员必须对公司负责，严守公司机密，严格遵守公司各项规章制度。

3、严格考勤制度，每日外出须先到公司报到。如由于工作原因不能到公司签到，须在前一天下班前报公司行政，逾期不补。

4、上班时必须穿戴整洁，女职员不许穿拖鞋。

5、因陪客户等工作需要在餐厅用餐，须提前报批，凭书面用餐单用餐，不许先做后报。

6、如客户到公司，不许在会议室以外场所和客户沟通。

7、注意礼貌用语，接电话先说“您好，百鋢文化”。如无紧急事情不许在办公室打私人电话，接听私人电话时间不许超过三分钟。

8、每周五下午四点公司进行内部培训，所有人员不得迟到。

9、补休、事假必须提前报部门负责人审批，严禁先休后报，病假必须出示医生假条。

10、有事补休要将手上工作事宜交待给指定同事，重要活动期间不许补休。

11、完成公司或部门交办的其他工作。

二、资料管理内容

1、市场部在日常工作中，需要使用和接触的资料包括：宣传册、基本情况介绍、营销手册、传真、协议书、合同副本、客户档案、记事本、人员销售记事卡、各种报表、销售报告表等等。

2、资料可分为经营表格类，宣传资料类，协议、合同类，业务通信类，内部通知、启事、文件类，客户档案类，和其他。

3、客户档案内容包括：公司名称、地址、背景、生日、个人爱好、拜访次数、拜访结果、需求等。

4、公用资料、不涉及保守商业机密的资料，如内部报表、宣传册等，由销售人员领取、使用和保管;合同书、协议书等文件由行政部保管，本部门人员查阅在当天必须归还，不得带出办公室。

三、合同管理

1、施行合同领用登记手续，采用合同编号，市场部人员应严格遵守合同法，严肃公司的合同使用。未经公司许可，市场部人员不得利用公司合同或公司名誉开展与公司无关的业务，否则将追究其经济及法律责任。

2、每次业务签订之前必须先向公司汇报业务进程及具体情况。合同签订后将原件交公司存档。

**市场部管理制度大纲篇二**

市场部日常管理规范

一、日常管理内容

1、市场部人员牢固树立公司、部门与个人之间利益相一致的观念。

2、市场部人员必须对公司负责，严守公司机密，严格遵守公司各项规章制度。

3、严格考勤制度，每日外出须先到公司报到。如由于工作原因不能到公司签到，须在前一天下班前报公司行政，逾期不补。

4、上班时必须穿戴整洁，女职员不许穿拖鞋。

5、因陪客户等工作需要在餐厅用餐，须提前报批，凭书面用餐单用餐，不许先做后报。

6、如客户到公司，不许在会议室以外场所和客户沟通。

7、注意礼貌用语，接电话先说“您好，百鋢文化”。如无紧急事情不许在办公室打私人电话，接听私人电话时间不许超过三分钟。

8、每周五下午四点公司进行内部培训，所有人员不得迟到。

9、补休、事假必须提前报部门负责人审批，严禁先休后报，病假必须出示医生假条。

10、有事补休要将手上工作事宜交待给指定同事，重要活动期间不许补休。

11、完成公司或部门交办的其他工作。

二、资料管理内容

1、市场部在日常工作中，需要使用和接触的资料包括:宣传册、基本情况介绍、营销手册、传真、协议书、合同副本、客户档案、记事本、人员销售记事卡、各种报表、销售报告表等等。

2、资料可分为经营表格类，宣传资料类，协议、合同类，业务通信类，内部通知、启事、文件类，客户档案类，和其他。

3、客户档案内容包括:公司名称、地址、背景、生日、个人爱好、拜访次数、拜访结果、需求等。

4、公用资料、不涉及保守商业机密的资料，如内部报表、宣传册等，由销售人员领取、使用和保管;合同书、协议书等文件由行政部保管，本部门人员查阅在当天必须归还，不得带出办公室。

三、合同管理

1、施行合同领用登记手续，采用合同编号，市场部人员应严格遵守合同法，严肃公司的合同使用。未经公司许可，市场部人员不得利用公司合同或公司名誉开展与公司无关的业务，否则将追究其经济及法律责任。

2、每次业务签订之前必须先向公司汇报业务进程及具体情况。合同签订后将原件交公司存档。

**市场部管理制度大纲篇三**

总则

为提高市场部人员工作积极性、创造性、主观能动性，加强市场部人员的管理，建立和健全管理体系，健全各项工作流程，促进各项工作落到实处，特制定本制度。

一、市场部组织架构(略)

二、市场部各岗位职责描述

市场部经理岗位描述

(一)职务名称:市场部经理

(二)直接上级:营销总监

(三)直接下级:策划主管、平面设计师

(四)本职工作:参与公司营销重大决策，协助营销总监完成各项工作任务，并负责市场策划推广、培训管理工作

(五)直接责任:

1、协助营销总监并具体负责市场部全面工作。

2、负责品牌规划与管理。

3、负责产品规划与开发计划。

4、负责市场市场调查与实施。

5、负责新产品策划与推广。

6、负责新市场启动方案策划与实施指导。

7、负责年、季、月市场推广计划。

8、负责年、季、月宣传物料设计制作计划。

9、负责年度及阶段性营销计划。

10、负责公关活动计划与实施。

11、广告媒体计划与实施

12、完成上级领导安排的其他工作

(六)领导责任:

1、对本职能的工作质量和结果负责。

2、对宣传推广、市场策划的有效性负责。

(七)主要权力:

1、对各级营销人员有培训权、指导权。

2、在制度、文件或合同规定内，对不合理的活动申请有否决权。

3、对5000元以内的促销品、宣传品、赠品、试用装、道具等的配送申请有直接审批权权和否决权。

4、对各销售单位的业务工作有指导权、监督权、巡视权、检查权和建议处分权。

5、对间接下级有建议任免权。

策划主管岗位描述

(一)职务名称:策划主管

(二)直接上级:市场部经理

(三)直接下级:无

(四)职能范围:协助市场部经理，完成品牌管理、产品规划、年度规划、宣传品文案策划、促销活动的策划、各种信息的搜集整理分析、市场督导、广告媒体计划、档案管理等工作。

(五)直接责任:

1、负责产品规划工作

2、负责产品标签的整体设计工作，并指导平面设计师完成。

3、负责各类宣传、促销物品的策划、制作工作。

4、负责公司产品开发、宣传推广方式、行业营销模式发展、行业产品发展方向、行业政策法规等各类信息的搜集整理分析工作。

5、负责公司各项政策、促销活动执行的督导、检查工作。

6、根据需要，进行市场调查，收集信息并加以整理、分析、反馈。

7、负责新产品推广文案工作。

8、负责对同行类产品、宣传品及其他资料的收集、整理、分析。

9、负责档案资料的妥善保管。

(六)工作难点:各类文案的策划工作。

(七)工作禁忌:脱离市场、闭门造车、各项计划缺乏可执行性，文案文理不通、重要内容遗漏缺失。

(八)职业发展方向:市场部经理

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找