# 2024年商品部工作计划与目标 商品部工作计划主要围绕(8篇)

来源：网络 作者：九曲桥畔 更新时间：2024-06-20

*商品部工作计划商品工作计划一1、货期制订流程：(生产) (落单)2、信息传达流程：(执行)c、工作时间要求：1、制定产品上货期的完成时间：于新品的各个款式、颜色确定后的一周内完成。2、提供信息到产品推广部门的时间：与生产计划员定妥单款及单色...*

**商品部工作计划商品工作计划一**

1、货期制订流程：

(生产) (落单)

2、信息传达流程：

(执行)

c、工作时间要求：

1、制定产品上货期的完成时间：于新品的各个款式、颜色确定后的一周内完成。

2、提供信息到产品推广部门的时间：与生产计划员定妥单款及单色的数量的完成时间同步，且要求产品推广部门的相关宣传品必须于新品上市前到达总仓。

3、物流执行的审核监督及调整物流的执行时间：以不确定性和随时性贯穿于整个应季时期内的最旺销时间段。

4、要求生产部的.首单及二单出货时间：

b、二单出货期：在严格督促各相关分承包方备布的情况下，严格按照生产计划员的备布的生产订单执行(突发事件例外)。

4、及时跟进直属(包括上海直属店和西安直属店)进销存情况;

6、负责分析各专卖店、各区域市场的旬、月、年度的销售指标完成情况，以为今后制定销售计划或调整销售计划提供数据上的依据，分别计划部经理、商务部经理、总经理。

7、对新开店和关闭店铺的资料进行整理，其中包括新店的店铺资料，开业首批铺货量，开业后两个月的进货和销售情况;关闭店铺的店铺资料，近一年的月最高销售额，关闭前两个月的销售额，以及本季度的进货额。

**商品部工作计划商品工作计划二**

a、工作职责

2、 依据本年度的市场反馈情况和调查资料给设计部提供下一年度的款式开发方向。(要求时间：春夏季5月15日之前;秋冬季10月15日之前)

8、要加强对休闲服装的专业化知识的学习，提高自身的素养和技能水平——附加的一项重要要求。

b、工作流程：

1、产品生产计划制定流程：

(分单) (生产)

2、货期计划流程：

c、工作时间要求：

1、生产计划员对各季度产品生产计划的制订完成时间：

a、春季：上一年的六月底前;

b、夏季：上一年的八月底前;

c、秋季：当年度的二月20日前;

d、冬季：当年度的三月底前。

确定具体款式后，生产订单的出货时间栏按照物流计划员所制订的上货期来编制，从而确定新品货期顺序时间表并下达至开发部。

2、要求公司企业高层管理及相关部门的配合时间：

⑴、要求公司企业高层管理(总经理、副总经理)拍板时间：

a、年度公司销售指标额的确定时间：不迟于上一年的六月15日;

c、对每季产品生产计划的拍板时间：按照生产计划员所制订的不同季度的产品生产计划的完成时间顺延10天。

⑵、要求商务部信息的提供时间：反馈公司全系统内各片区的市场综合状况的每周销售会议的详细资料必须在“逢周三”提供于生产计划员。

⑶、要求计划部分析员信息的提供时间：与各分析资料的出台时间同步，须提供信息内容覆盖所有分析报告及表格。

⑷、要求设计部设计思路及样版的提供时间：季度 设计思路 样版

a、春季上一年的六月底前 上一年的9月1日前

b、夏季上一年的八月底前 上一年的9月10日前

c、秋季当年的二月20日前当年的4月1前

d、冬季当年的三月20日前当年的4月10日前

二、 物流计划： 计划部工作职责流程及分工

a、工作职责：

7、依据物流分布计划，负责对新开业店的货源进行组织。

**商品部工作计划商品工作计划三**

a、工作职责

2、 依据本年度的市场反馈情况和调查资料给设计部提供下一年度的款式开发方向。(要求时间：春夏季5月15日之前;秋冬季10月15日之前)

8、要加强对休闲服装的专业化知识的学习，提高自身的素养和技能水平——附加的一项重要要求。

b、工作流程：

1、产品生产计划制定流程：

(分单) (生产)

2、货期计划流程：

c、工作时间要求：

1、生产计划员对各季度产品生产计划的制订完成时间：

a、春季：上一年的六月底前;

b、夏季：上一年的八月底前;

c、秋季：当年度的二月20日前;

d、冬季：当年度的三月底前。

确定具体款式后，生产订单的出货时间栏按照物流计划员所制订的上货期来编制，从而确定新品货期顺序时间表并下达至开发部。

2、要求公司企业高层管理及相关部门的配合时间：

⑴、要求公司企业高层管理(总经理、副总经理)拍板时间：

a、年度公司销售指标额的确定时间：不迟于上一年的六月15日;

c、对每季产品生产计划的拍板时间：按照生产计划员所制订的不同季度的产品生产计划的完成时间顺延10天。

⑵、要求商务部信息的提供时间：反馈公司全系统内各片区的市场综合状况的每周销售会议的详细资料必须在“逢周三”提供于生产计划员。

⑶、要求计划部分析员信息的提供时间：与各分析资料的出台时间同步，须提供信息内容覆盖所有分析报告及表格。

⑷、要求设计部设计思路及样版的提供时间：季度 设计思路 样版

a、春季上一年的六月底前 上一年的9月1日前

b、夏季上一年的八月底前 上一年的9月10日前

c、秋季当年的二月20日前当年的4月1前

d、冬季当年的三月20日前当年的4月10日前

二、 物流计划： 计划部工作职责流程及分工

a、工作职责：

7、依据物流分布计划，负责对新开业店的货源进行组织。

b、工作流程：

1、货期制订流程：

(生产) (落单)

2、信息传达流程：

(执行)

c、工作时间要求：

1、制定产品上货期的完成时间：于新品的各个款式、颜色确定后的一周内完成。

2、提供信息到产品推广部门的时间：与生产计划员定妥单款及单色的数量的完成时间同步，且要求产品推广部门的相关宣传品必须于新品上市前到达总仓。

3、物流执行的审核监督及调整物流的执行时间：以不确定性和随时性贯穿于整个应季时期内的最旺销时间段。

4、要求生产部的首单及二单出货时间：

b、二单出货期：在严格督促各相关分承包方备布的情况下，严格按照生产计划员的备布的生产订单执行(突发事件例外)。

三、货品销售分析：

4、及时跟进直属(包括上海直属店和西安直属店)进销存情况;

6、负责分析各专卖店、各区域市场的旬、月、年度的销售指标完成情况，以为今后制定销售计划或调整销售计划提供数据上的依据，分别计划部经理、商务部经理、总经理。

7、对新开店和关闭店铺的资料进行整理，其中包括新店的店铺资料，开业首批铺货量，开业后两个月的进货和销售情况;关闭店铺的店铺资料，近一年的月最高销售额，关闭前两个月的销售额，以及本季度的进货额。

**商品部工作计划商品工作计划四**

一、熟悉公司新的规章制度和业务开展工作

公司在不断改革，订立了新的规定，特别在诉讼业务方面安排了专业法律事务人员协助。作为公司一名老业务人员，必须以身作责，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

1、在第一季度，以诉讼业务开拓为主。针对现有的老客户资源做诉讼业务开发，把可能有诉讼需求的客户全部开发一遍，有意向合作的客户安排法律事务专员见面洽谈。期间，至少促成两件诉讼业务，代理费用达8万元以上(每件4万元)。做诉讼业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

3、第三季度的“十一”“中秋”双节，带来的无限商机，给后半年带来一个良好的并且，随着我对高端业务专业知识与综合能力的相对提高，对规模较大的企业符合了《中国驰名商标》或者《省商标》条件的客户，做一次有针对性的开发，有意向合作的客户可以安排业务经理见面洽谈，争取签订一件《省商标》，承办费用达万元以上。做驰名商标与商标业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等交办业务的进展情况。

4、第四季度就是年底了，这个时候要全力维护老客户交办的业务情况。首先，要逐步了解老客户中有潜力开发的客户资源，找出有漏洞的地方，有针对性的做可行性建议，力争为客户公司的知识产权保护做到面，代理费用每月至少达1万元以上。

二、制订学习计划

学习，对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。专业知识、综合能力、都是我要掌握的内容。知己知彼，方能百战不殆，在这方面还希望业务经理给与我支持。

三、增强责任感、增强服务意识、增强团队意识

积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我的能力减轻领导的压力。

**商品部工作计划商品工作计划五**

等环节控制中，以数据分析、商圈调查、市场调查为工具。通过

以顾客为中心，通过对商品按功能、毛其深化的数据分析，围绕

利贡献与商品组合进行分类，以提高销量，降低成本，提高竞争

同时，通过市场营销策划的工作，提高企业的社会化、力目的。

公益化的社会认知体现。以及企业在商圈的竞争力。

并执行到各个分店并监督门店的变价,价和审核

**商品部工作计划商品工作计划六**

工作计划是行政活动中使用范围很广的重要公文,也是应用写作的一个重头戏。机关、团体、企事业单位的各级机构，对一定时期的工作预先作出安排和打算时，都要制定工作计划，用到“工作计划”这种公文。下面是商品部年度工作计划，请参考！

一、生产计划：

a、工作职责

2、 依据本年度的市场反馈情况和调查资料给设计部提供下一年度的款式开发方向。（要求时间：春夏季5月15日之前；秋冬季10月15日之前）

8、要加强对休闲服装的专业化知识的学习，提高自身的素养和技能水平——附加的一项重要要求。

b、工作流程：

1、产品生产计划制定流程：

（分单） （生产）

2、货期计划流程：

c、工作时间要求：

1、生产计划员对各季度产品生产计划的制订完成时间：

a、春季：上一年的六月底前；

b、夏季：上一年的八月底前；

c、秋季：当年度的二月20日前；

d、冬季：当年度的三月底前。

确定具体款式后，生产订单的出货时间栏按照物流计划员所制订的上货期来编制，从而确定新品货期顺序时间表并下达至开发部。

2、要求公司企业高层管理及相关部门的配合时间：

⑴、要求公司企业高层管理(总经理、副总经理)拍板时间：

a、年度公司销售指标额的确定时间：不迟于上一年的六月15日；

c、对每季产品生产计划的拍板时间：按照生产计划员所制订的不同季度的产品生产计划的完成时间顺延10天。

⑵、要求商务部信息的提供时间：反馈公司全系统内各片区的市场综合状况的每周销售会议的详细资料必须在“逢周三”提供于生产计划员。

⑶、要求计划部分析员信息的提供时间：与各分析资料的出台时间同步，须提供信息内容覆盖所有分析报告及表格。

⑷、要求设计部设计思路及样版的提供时间：季度 设计思路 样版

a、春季上一年的六月底前 上一年的9月1日前

b、夏季上一年的八月底前 上一年的9月10日前

c、秋季当年的二月20日前当年的4月1前

d、冬季当年的三月20日前当年的4月10日前

二、 物流计划： 计划部工作职责流程及分工

a、工作职责：

7、依据物流分布计划，负责对新开业店的货源进行组织。

b、工作流程：

1、货期制订流程：

（生产）  （落单）

2、信息传达流程：

（执行）

c、工作时间要求：

1、制定产品上货期的完成时间：于新品的各个款式、颜色确定后的一周内完成。

2、提供信息到产品推广部门的时间：与生产计划员定妥单款及单色的数量的完成时间同步，且要求产品推广部门的相关宣传品必须于新品上市前到达总仓。

3、物流执行的审核监督及调整物流的执行时间：以不确定性和随时性贯穿于整个应季时期内的最旺销时间段。

4、要求生产部的首单及二单出货时间：

b、二单出货期：在严格督促各相关分承包方备布的情况下，严格按照生产计划员的备布的生产订单执行（突发事件例外）。

三、货品销售分析：

4、及时跟进直属（包括上海直属店和西安直属店）进销存情况；

6、负责分析各专卖店、各区域市场的旬、月、年度的销售指标完成情况，以为今后制定销售计划或调整销售计划提供数据上的依据，分别计划部经理、商务部经理、总经理。

7、对新开店和关闭店铺的资料进行整理，其中包括新店的店铺资料，开业首批铺货量，开业后两个月的进货和销售情况；关闭店铺的店铺资料，近一年的月最高销售额，关闭前两个月的销售额，以及本季度的进货额。

**商品部工作计划商品工作计划七**

一、加强宣传，切实加强党性教育。

在新的一年中，我们要认真回顾、总结我院党支部改革发展和党的建设业绩，宣传我院的先进事迹和先进典型，努力营造良好的院内氛围和内外部环境。我们一是：通过定期举办各类学习班、定期召开月会，全面落实区卫生局、海城街道党工委的路线、方针、政策，全面加强全体党员和职工的思想、组织、医德医风等党性教育，努力开创我院党务工作的新局面;二是：继续巩固和扩大“三个代表”学习教育活动，推动党支部的组织生活建设;三是：充分发挥院党支部的领导核心作用，积极吸收优秀青年入党、不断壮大支部队伍;四是：保持先进性教育成果，保证能以优良的工作作风、科学的工作方法、良好的工作机制，把扩大职工的工作进一步凝聚到全心全意为医院卫生院的再发展工作中去。

二、审时度势，注重新形势下的适应性和稳定性。

根据中央提出创建“和谐社会”的要求，确定医疗行业的公益性、非营利性的有关管理办法，同时由于我院加大力度让利群众，严格执行有关收费标准，在相当大的程度上制约了医院的直接的经济效益的收入。压缩了医疗的利润空间，为了保持优势，树立品牌，立于不败之地。我们院党支部要审时度势、把好利益关，引导医疗工作的正常、协调发展，特别是在政府的补偿机制还未到位之前，面对经营困境，我们将在保证集体不亏本的宗旨下，调整各个科室的分配比例，使广大职工的个人合理的基本收入不受太大的影响，不断提高医院的凝聚力、向心力、吸引力，保证人才队伍的稳定;同时增收节支、控制经营成本，“以服务、树口碑”，不断提高社会效益和经济效益的双丰收。

三、文明服务，不断提高服务质量。

四、树立典型、增强职工使命感。

总之，能否做好党支部工作，直接影响到医院日常工作的正常开展和实施。在新的一年中，让我们更加紧密地团结在以吴吟吟同志为中心的院党支部周围，以坚定、成熟、稳健的步伐，不断开拓、进取的精神风貌，为建设现代化的新海城中心卫生院而作出更大的贡献。

**商品部工作计划商品工作计划八**

4.建立健全货品出入库管理制度，严格货品出入库管理，保证帐、物相符。

5.新货倒仓后，分配到各家专卖店，保证各单店做到最大的产出

每月1号把仓库库存和店铺库存发给小庄

经销商如何才能有效铺货？

合理规划铺货线路图。经销商铺货前，之所以要合理规划铺货线路图，其目的不外乎以下几点：1、使铺货更经济。有了铺货线路图，可以使路线安排更合理、更科学，更加节省铺货时间和费用，从而达到降低铺货成本的目的。这里可以套用两个原则：一、线性原则。即能够安排在一条线路上的，就不要分开、分叉铺货。这样做的好处是往往可以一条直线地铺下去且能够按部就班地进行铺货。二、点性原则。即不能分布在一条线上的，就按照一定区域范围内销售网点的多少，本着就近的原则，将相近的网点聚拢或“圈”到一起进行铺货。这样以点为圆心、以合适距离为半径的铺货方式，往往可以节省时间和费用，从而步步为营，步步推进。

2、铺货不会有“漏网之鱼”。设计和规划了铺货路线图后，要能把所有的销售网点都填写上去。这样的话，铺货不仅一目了然，也不容易有漏掉的网点，以避免路线重复或二次“翻工”现象的出现。有了合理的铺货线路图，经销商可以对销售区域进行整体规划，从而不出自家门，照样可以运筹帷幄，铺货千里。

做好铺货前的准备工作。凡事预则立，不预则废。经销商要想做到铺货的有序、有效，还必须要在铺货前，做好充分的准备工作。它包括如下几个方面：1、车辆。兵马未动，车检先行。车辆可以说是铺货的第一大事，经销商在铺货前，一定要做好车辆的检核和检修工作，要把该办的养路费、管理费以及日常维护、保养等在平时就做好。因为如果在铺货过程中，车辆被查、被扣或者损坏的话，“临时抱佛脚”，将费时、费力并费钱，并有可能贻误铺货或销售战机。2、铺货工具。铺货工具是铺货时随手要用到的东西，比如，《铺货日报表》、《促销品兑现表》、《客户订单》等铺货用的相关票据、表单等。这些东西准备好了，才能在铺货时从容不迫，有条不紊，使当天的铺货有计划、有步骤，有效率。3、促销品。即协助铺货所必须要带的促销品或礼品。比如，铺货时随产品赠送的促销品、答应兑现给下游经销商的奖品等。铺货工作只有事先进行了充分的准备，才能让铺货人员满怀信心地前去铺货，并能够带来更好的市场业绩和表现。

铺货的标准化、规范化。铺货车一旦出去作业，往往便不在经销商的视线中了，但一定要在可控范围内。因此，经销商要想达到“人在千里之外，法眼无处不在”之效果，就必须要将铺货标准化、流程化、规范化。它包括如下几点：1、对营销人员的市场铺货作业内容进行规范：比如：正常补货：售点订货的补充，主销产品推荐；陈列改善：批零店堆箱和货架的陈列调整；新品铺货：新上市产品推荐；促销执行：促销政策告知；客诉处理：即期品处理，对批零店异议的处理；信息收集：竞品对应产品的价格、促销等信息；表单填写：填写日工作表单和促销表单。并且，能够量化的内容一定要进行量化和细化，以便于督察。2、铺货时的拜访八步骤：一、进店前的准备：整理服装仪容；检查店外海报，进行店外海报更新、张贴；二、进店后良好的开场白；找出适当位置与时间与客户交谈；三、货架排面库存检查：货架上存货盘点；仓库存货盘点；堆头或特殊陈列区检查。四、理货：使自己的产品陈列在有更多销售机会的位置：检查客户库存，运用先进先出原则作库存调整；记录即期品数量、货龄；未上货库存整理、封箱。五、销售补货：根据产品库存向客户提出专业订单建议。六、促销产品铺货：介绍公司本次促销活动，策略产品推广（第二口味、新品），确定今日订单；七、异议处理：对即期品向店主提出警示，对职权范围内的客户异议当时给予客户清晰的答复。八、行政作业：pop张贴、条幅的悬挂；了解竞品促销信息并记录。最后道别出门。拜访八步骤是检查经销商的营销员是否训练有素以及铺货技能表现的最基本的东西，拜访八步骤执行较好的营销员，往往铺货效果也较为理想。3、确定铺货的周期。铺货要想持续得到好的效果，就必须定期、定时、持续进行铺货，决不可三天打鱼，两天晒网。比如，对下游客户进行abc分类，根据核心客户、重点客户、一般客户的分类，确定铺货的周期，比如，核心客户，一个礼拜要铺货或巡访一次，重点客户十天左右铺货一次，一般客户半个月左右铺货一次等。铺货的标准化、流程化、规范化，将使铺货工作有章可循，有“法”可依，从而达到铺货效果的最大化。

注意铺货的细节。细节决定成败。在铺货过程中，细节同样重要。经销商在铺货过程中，需要注意的铺货细节包括如下几点：1、铺货的措辞。即要注意铺货时的标准话术。有的营销员在铺货时，往往大大咧咧，嘴巴不甜，不善于称呼人，有时也在很大程度上影响铺货的质量。

可言，等到再次铺货时，才发现上次的铺货早已经卖完好久了。这种铺货方式，往往难以让下游客户信任，从而让客户轻易不敢购货，难以建立真正的合作伙伴关系。

总之，经销商铺货无小事。作为经销商，要想真正有效铺货，就必须充分准备，不断规范铺货的流程与内容，关注日常铺货的细节，经销商只有从大处着眼，小事着手，铺货才能有的放矢，才能针对性更强，才能真正地低成本铺出产品，最大限度地收获利润，不断地让自己的铺货能力越来越强。

直营商品专员工作职责：

跟踪新品到货配发情况及在销售中占的份额比例

关注每一季主推款的销售

跟踪配货单出货情况（及时询问店铺到货情况）

了解所管辖区域新老品的库存占比情况

不定期下店抽盘店铺库存

清楚了解管辖区域的库存情况

每月至少两次并货（要合理）

每周至少下店1次（做好外出登记）上交巡店反馈

知道当季的主推款，清楚畅销及滞销款，提出合理化建议

规定及要求：

员: 驻店药师：企业负责人质量职责

《药品经营质量管理规范》等有关法律、法规，确保企

业依法经营，保证消费者用药的安全、有效、及时、方便。2.坚持“质量第一”的观念，组织本企业员工学习法律法规，执行药店的质量管理制度，加强质量管理工作，对药店的质量管理工作负领导责任。

3.组织、监促相关人员建立和完善各项规章制度，并负责签发质量管理制度。

制度的检查与考核工作，督促、检查各岗位履行质量职责，监督质量管理制度的落实、执行。

6.对药店的药品质量全面负责，严格把好药品质量关，保证药店销售质量合格的药品，绝不销售假冒伪劣药品及质量不合格药品，有效行使质量否决权。8.执行药店规范化管理，抓好药店的服务质量管理，负责处理顾客的服务投诉。

9.负责药店的环境卫生管理，为顾客提供优美舒适、清洁卫生的购物环境。

量查询；

11、负责指导设定计算机系统质量控制功能；

12、负责计算机系统操作权限的审核和质量管理基础数据的建立及维护；

13、组织验证、校准相关设施设备；

量管理教育和培训；

20、指导并监督药学服务工作。药学技术人员质量职责

等；

性； 6、对处方用药适宜性进行审核，审核内容包括：

（1）规定必须做皮试的药品，处方医师是否注明过敏试验及结果的判定；

剂型与给药途径的合理性；（5）是否有重复给药现象；

（7）其它用药不适宜情况；

具处方；

10、完成处方调剂后，应当在处方上签名或者加盖专用签章；

11、对于不规范处方

一、岗位描述

1、基本职能：负责日常收银工作，责任范围内的卫生、设备养护等工作

二、岗位职责

1、严格遵守收缴款制度，准确无误地进行收缴款工作；

6、负责收银设备地清洁、维护工作； 7、对发票、帐相符负责；

8、熟悉当日门店地促销活动；

9、积极完成上级交代地其它工作。店长岗位职责

一、岗位描述

1、基本职能：全店工作安排、上级精神的传达及一切日常事务的管理

二、岗位职责

作的落实。

一、岗位描述

二、岗位职责

1、协助店长全面负责门店的管理工作，树立良好企业形象；

4、注意安全操作，保障门店人员与设施设备的安全；

5、管理并培训好下属员工，积极发挥员工的工作能动性； 6、负责门店要货、退货、销售、收银、防损、票据流转、顾客投诉、卫生清洁等各项工作的落实。

7、积极完成上级交待的其它工作。

一、岗位描述

1、基本职能：协助店长做好营运销售，全面负责业务销售工作的开展

二、岗位职责

4、注意安全操作，保障门店人员与设施设备的安全；

5、管理并培训好下属员工，积极发挥员工的工作能动性；

7、积极完成上级交待的其它工作。用药咨询员岗位职责

一、岗位描述

二、岗位职责

5、认真听取顾客意见，以解除病人痛苦为己任，热情接待好每一位顾客；

6、对公司忠诚、爱护公物，以公司利益为重；

告）?

麻药品。?

服务态度。?

1、坚持“质量第一”的观念，端正经营思想，遵守《药品管理法》、gsp和有关法律、法规，在药品经营许可证经营范围内进行药品经营业务。

店的药品质量全面负责。

3、经常教育营业员树立“质量第一”的思想。正确处理好质量与数量、质量与经济效益、质量与信誉的关系。

4、积极支持职工参加各项业务培训，提高职工的业务水平。

作。

执行情况进行自查考核，并记录。

3、负责对供货单位及其销售人员资格证明的审核。负责对所采购药品合法性的审核。

品采购、储存、陈列、销售等环节的质量管理工作。

5、负责不合格药品的管理工作，防止不合格药品再次进行销售。负责假劣药品的报告。

告。

7、负责计算机系统操作权限的审核、控制及质量管理基础数据的维护、确认生效。

质量管理控制与监督工作。

质量跟踪，负责药品不良反应的报告。

3、负责和监督门店各类质量管理记录、档案、台帐、报表的填报工作。

4、做好处方药与非处方药的分类管理工作，处方药严格凭处方销售。 5、执业药师对医生处方进行审核，凡存在配伍禁忌及超剂量的处方不得调配，保证调配的准确性。

导并监督药学服务工作。

1、认真贯彻执行《药品管理法》、gsp等法规以及公司制订的质量管理制度。

票据；指导药品养护工作。

进行销售。

录的原始、真实、准确、安全和可追溯。

1、按《门店养护操作程序》对门店药品进行质量养护，并做好记录。 2、负责近效期药品的管理和催销工作。

3、对门店陈列环境及冷柜的温湿度进行监控管理工作。

4、协助门店负责人对门店的卫生进行监督管理。门店采购员质量责任制

采购工作的质量要求。

2、坚持“按需进货，择优采购”的原则，严格按采购制定的购货计划采购药品。

中，并在有效期限内。

表”并与样品、资料一起交质量负责人审核及报门店负责人批准，向供应商索取首营品种的同批号检验报告书，必要时配合质量管理人员对其进行现场考查。6、负责与供货单位签订质量保证协议。协议内容应当符合gsp的规定。

量档案，确保经营品种质量。

进行分类装订。

9、负责建立购进记录并按规定保存。 10、负责索取合法票据。

有关业务和管理岗位的聘用文件

企业负责人质量职责

1.贯彻、执行《药品管理法》和《药品经营质量管理规范》等有关法律、法规，确保企业依法经营，保证消费者用药的安全、有效、及时、方便。

2.坚持“质量第一”的观念，组织本企业员工学习法律法规，执行药店的质量管理制度，加强质量管理工作，对药店的质量管理工作负领导责任。

3.组织、监促相关人员建立和完善各项规章制度，并负责签发质量管理制度。

4.督促质量管理工作的落实，保证质量管理人员有效行使职权。 5.主持质量管理制度的检查与考核工作，督促、检查各岗位履行质量职责，监督质量管理制度的落实、执行。

6.对药店的药品质量全面负责，严格把好药品质量关，保证药店销售质量合格的药品，绝不销售假冒伪劣药品及质量不合格药品，有效行使质量否决权。

8.执行药店规范化管理，抓好药店的服务质量管理，负责处理顾客的服务投诉。

9.负责药店的环境卫生管理，为顾客提供优美舒适、清洁卫生的购物环境。 10.对药店经营管理工作负责，对因人为引起药品质量损失按药店有关规定处理。

质量管理人员质量职责

11、负责指导设定计算机系统质量控制功能；

12、负责计算机系统操作权限的审核和质量管理基础数据的建立及维护；

13、组织验证、校准相关设施设备；

18、组织对被委托运输的承运方运输条件和质量保障能力的审查； 19、开展药品质量管理教育和培训； 20、指导并监督药学服务工作。

药学技术人员质量职责

6、对处方用药适宜性进行审核，审核内容包括：

（1）规定必须做皮试的药品，处方医师是否注明过敏试验及结果的判定；

（7）其它用药不适宜情况；

10、完成处方调剂后，应当在处方上签名或者加盖专用签章；

13、负责中药饮片的装斗复核工作，并做好记录；

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