Пример негативной характеристики начальника отдела маркетинга

В должности начальника отдела маркетинга - с октября 2009 г. Должностные полномочия руководителя структурного подразделения исполняет не вполне профессионально, безынициативно. Возглавляет работу отдела маркетинга, однако руководит им недостаточно эффективно. Так, в течение 2010 г. отдел решал свои задачи с невысоким качеством, плановые показатели по объему и росту производительности труда выполнял с большим трудом. Тяготеет к авторитарному стилю руководства. Разумную инициативу подчиненных не поддерживает. Должного внимания совершенствованию профессиональной подготовки персонала отдела не уделяет. Система материального стимулирования отдела несовершенна.

Разработку маркетинговой политики предприятия организует без должного учета потребительских свойств продукции и результатов прогнозирования спроса. Проведением исследований факторов, формирующих динамику потребительского спроса на продукцию предприятия, руководит слабо, данные, отражающие соотношение спроса и предложения на аналогичные виды продукции, анализирует поверхностно. Участия в разработке проектов перспективных и текущих планов производства и реализации продукции, выявлении новых рынков сбыта не принимает, перепоручая эту работу подчиненным.

Координацию и контроль деятельности функциональных подразделений отдела осуществляет удовлетворительно. Работу по актуализации банка маркетинговых данных, совершенствованию методов их обработки ведет с нарушением установленных сроков. Изучение мнения потребителей о выпускаемой (реализуемой) предприятием продукции, а также подготовку предложений по повышению ее конкурентоспособности и качества организует неумело. Возможности дилерской сети использует не в полном объеме, ее развитию и совершенствованию надлежащего внимания не уделяет.

Обеспечивает низкопродуктивное участие отдела в разработке предложений и рекомендаций по совершенствованию потребительских характеристик продукции, расширению ее ассортимента. От контроля над своевременным и полным устранением недостатков, указанных в поступающих от потребителей рекламациях и претензиях, по существу, устранился. Прочие обязанности начальника отдела исполняет халатно, с нарушениями должностной инструкции.

Над совершенствованием личной профессиональной подготовки не работает, новыми знаниями в области маркетинга овладевать не стремится. Передовой опыт в области маркетинга знает слабо, на практике его не применяет.

К выполнению должностных функций начальника отдела относится инертно. Обладает низкой работоспособностью. Аккуратен, опрятен. Физически здоров.

На внезапные изменения в деловой обстановке реагирует с опознанием, не всегда принимая во внимание формирующие ее факторы. Управленческие решения принимает зачастую с ошибками, их своевременную, полную и точную реализацию организовать не способен. Методами коммуникации и обработки деловой информации, в т.ч. документированной, владеет очень слабо.

В отношениях с коллегами деловит, как правило, корректен. Правила и нормы повседневной деловой этики и порядочности в основном соблюдает. В совершении неблаговидных и недостойных поступков не замечен. Критику в свой адрес воспринимает негативно, к устранению имеющихся в работе недостатков должных усилий не прилагает.

Выводы:

1. Занимаемой должности не соответствует.

2. С учетом изложенного целесообразно предоставить Ф.И.О. (начальника отдела маркетинга) до трех месяцев для устранения недостатков, препятствующих надлежащему исполнению обязанностей начальника отдела. По истечении этого срока провести внеочередную аттестацию Ф.И.О. и на основании ее результатов принять решение о его дальнейшем деловом предназначении.