В документе дано определение маркетинга и его функций на предприятиях мясной отрасли, представлены основные организационные структуры управления маркетингом, численность и должностной состав исполнителей. Кроме этого подробно освещены вопросы организации сырьевого, материально-технического снабжения предприятия, управления закупками сырья и материалов, сбыта готовой продукции.
В документе приводятся должностные инструкции руководителей и специалистов отдела маркетинга: заместителя директора по коммерческим вопросам, начальника отдела маркетинга, менеджеров и других специалистов по маркетингу.