



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ, ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И ИННОВАЦИЙ
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**КОЛЛЕДЖ УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕТА – НАУЧНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

ОДОБРЕНО
на заседании
Педагогического Совета
Протокол № 2
от «29» сентября 2025 г.



УТВЕРЖДАЮ
Ректор УОО ММ-НУ
К.Ю.Н., доцент



В.Н.А.
«29» сентября 2025 г.

**ДОЛЖНОСТНАЯ ИНСТРУКЦИЯ И ОБЯЗАННОСТИ
SMM-МЕДИА СПЕЦИАЛИСТА**



г. Бишкек – Кыргызстан.

Настоящая должностная инструкция разработана и утверждена на основании трудового договора в соответствии с положениями Трудового кодекса КР, приказа Министерства труда и социальной защиты КР «Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по интернет-маркетингу"» и иных нормативных актов, регулирующих трудовые правоотношения в КР.

I. Общие положения

1.1. Должностная инструкция регулирует следующие параметры, касающиеся деятельности SMM - Медиа Специалиста: должностные обязанности, права, ответственность, взаимоотношения и связи по должности.

1.2. SMM - Медиа Специалиста относится к категории специалистов.

1.3. SMM - Медиа Специалиста назначается на должность и освобождается от нее приказом.

1.4. SMM - Медиа Специалиста подчиняется непосредственно директору Колледжа.

1.5. Во время отсутствия SMM - Медиа Специалиста его права и обязанности возлагаются на других специалистов медиа отдела, о чем директор Колледжа выпускает соответствующее распоряжение.

1.6. На должность SMM - Медиа Специалиста назначается лицо, имеющее образование по медиа контенту или маркетингу без предъявления требований к стажу работы.

1.7. SMM - Медиа Специалиста должен знать:

1.2.

- Принципы функционирования и особенности аудитории современных социальных медиа;
- Методы оценки соответствия аудитории площадки в социальных медиа и целевой аудитории;
- Особенности функционирования поисковых машин;
- Основы коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети интернет;
- Состав и особенности комплекса маркетинговых мероприятий при работах:
 - с социальными сетями,
 - с блогами и блогерами,
 - с интернет-форумами;
- Основы копирайтинга и веб-райтинга, правила создания и корректировки текстового материала для веб-сайта;
- Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
- Методы обработки текстовой и графической информации;
- Алгоритмы анализа информационного поля;
- Основы управления репутацией бренда, личности, организации;
- Основы связей с общественностью, маркетинга и рекламы;
- Рекламные возможности современных социальных медиа;
- Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа;
- Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;
- Особенности поведения пользователей современных социальных медиа в зависимости от географического расположения и времени суток;
- Основы веб-аналитики;
- Основы деловой коммуникации;
- Основы компьютерной грамотности.

1.8. SMM - Медиа Специалиста должен уметь:

- использовать инструментарий и рекламные возможности современных социальных медиа;
- составлять технические задания:
 - для составителей текстов,
 - на разработку медийного контента,
 - для веб-программистов, HTML-верстальщиков;
- формулировать замечания к результатам выполнения задания и контролировать устранение выявленных недочетов;

- составлять тексты информационных и иных сообщений и размещать их в социальных медиа;
- обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств и платформ;
- использовать профессиональные инструменты для проверки текстов;
- взаимодействовать с персоналом своей организации;
- использовать специальные профессиональные программы и сервисы для измерения и анализа информационного поля;
- выявлять маркетинговые преимущества сетевых сообществ конкурентов;
- анализировать рекламные кампании конкурентов в социальных медиа;
- выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на конверсию;
- составлять отчеты по проведенному медиа аудиту;
- использовать современное программное обеспечение для разработки календарных планов продвижения в социальных медиа;
- регистрировать и оформлять сообщества в социальных медиа;
- разрабатывать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;
- реагировать на вопросы и комментарии участников сообществ в социальных медиа;
- составлять планы проведения конкурсов и реализовывать их;
- составлять алгоритмы проведения опросов и реализовывать их;
- искать в социальных медиа в соответствии с заданными критериями рекламные площадки и составлять их список;
- анализировать тематику площадок в социальных медиа;
- обосновывать выбор рекламных площадок в социальных медиа;
- оценивать характеристики аудитории, присутствующей на площадках;
- сегментировать целевую аудиторию рекламной кампании;
- производить расчет бюджета на проведение рекламной кампании;
- размещать рекламные материалы на рекламных площадках социальных медиа;
- рассчитывать и интерпретировать количественные и качественные показатели эффективности социального продвижения;
- анализировать трафик на веб-сайт из социальных медиа;
- составлять аналитические записки по результатам продвижения в социальных медиа.

1.9. SMM - Медиа Специалиста руководствуется в своей деятельности:

- законодательными актами КР;
- Уставом колледжа, Правилами внутреннего трудового распорядка, другими нормативными актами колледжа;
- приказами и распоряжениями директора колледжа;
- настоящей должностной инструкцией.

II. Должностные обязанности SMM - Медиа Специалиста

SMM - Медиа Специалиста выполняет следующие должностные обязанности:

- 2.1 участие в разработке и реализации стратегии присутствия колледжа в социальных сетях;
- 2.2 создание, ведение и развитие сообществ и групп в социальных сетях;
- 2.3 поиск, создание и размещение контента (текстов, фото, видео, аудио) в группах и сообществах;
- 2.4 ведение рекламных кампаний, подготовка и размещение рекламных материалов в социальных сетях;
- 2.5 привлечение целевой аудитории, увеличение количества посетителей, подписчиков, участников групп;
- 2.6 коммуникация с аудиторией, ответы на вопросы, комментарии;
- 2.7 анализ эффективности рекламных кампаний, SMM-продвижения;
- 2.8 составление контент-планов;

- 2.9 мониторинг и анализ конкурентной среды;
- 2.10 подготовка аналитических отчетов.

III. Права SMM - Медиа Специалиста

SMM - Медиа Специалиста имеет право:

- 3.1. Запрашивать у администрации информационные материалы и нормативно-правовые документы, необходимые для выполнения должностных обязанностей, разъяснения и уточнения по выданным поручениям.
- 3.2. Знакомиться с проектами решений директора, касающимися исполняемых должностных обязанностей, с документами, определяющими права и обязанности по занимаемой должности, критериями оценки качества исполнения должностных обязанностей.
- 3.3. Участвовать в обсуждении вопросов, касающихся исполняемых должностных обязанностей.
- 3.4. Информировать руководителя отдела маркетинга о нарушениях трудового законодательства в компании.
- 3.5. Разрабатывать и вносить на рассмотрение руководителя отдела маркетинга предложения по организации труда в рамках своих должностных обязанностей.
- 3.6. На защиту профессиональной чести и достоинства, знакомиться с документами, содержащими оценку его деятельности, и давать по ним разъяснения.

IV. Ответственность SMM - Медиа Специалиста

SMM - Медиа Специалиста несет ответственность:

- 4.1. За невыполнение, несвоевременное или халатное исполнение своих должностных обязанностей.
- 4.2. За несоблюдение действующих инструкций, приказов и распоряжений по сохранению коммерческой тайны и конфиденциальности информации.
- 4.3. За нарушение или ненадлежащее исполнение Устава, правил внутреннего трудового распорядка, должностной инструкции, трудовой дисциплины, правил техники безопасности и противопожарной безопасности.

V. Взаимоотношения и связи по должности

- 5.1. SMM - Медиа Специалиста работает в режиме нормированного рабочего дня по графику 40-часовой рабочей недели, утвержденному директором колледжа.
- 5.2. Под руководством руководителя планирует свою работу на отчетный период.
- 5.3. Представляет отчет о проделанной работе за отчетный период.
- 5.4. Получает нормативно-правовую информацию и знакомится с ней.
- 5.5. Доводит до сведения руководителя информацию, полученную на совещаниях различного уровня.
- 5.6. Оперативно взаимодействует с другими специалистами в целях повышения качества работы.
- 5.7. Исполняет должностные обязанности в соответствии с распоряжением директора колледжа.

VI. Заключительные положения

- 6.1. Сотрудник знакомится с должностной инструкцией при приеме на работу до подписания трудового договора.
- 6.2. Сотрудник знакомится с изменениями в должностной инструкции, касающимися общих положений, должностных обязанностей, прав, ответственности и оформленными соответствующим распоряжением директора колледжа.

С инструкцией ознакомлен: _____ «___» ___ 202__ г
[Ф.И.О.] [подпись]