**Должностная инструкция директолога**

**1. Общие положения**

1.1. Директолог относится к категории специалистов отдела маркетинга.  
1.2. Назначение на должность и освобождение от должности производится приказом генерального директора компании.  
1.3. Директолог подчиняется непосредственно руководителю отдела маркетинга.  
1.4. На должность директолога назначается лицо, имеющее высшее образование (маркетинг, реклама, PR или смежные области) и опыт работы в digital-маркетинге не менее 1 года.  
1.5. Директолог должен знать:

* Основы интернет-маркетинга и digital-рекламы.
* Принципы работы с рекламными кабинетами Яндекс.Директ и Google Ads.
* Методы анализа данных и работы с аналитическими инструментами (Google Analytics, Яндекс.Метрика).
* Основы SEO и контекстной рекламы.
* Тренды и изменения в алгоритмах рекламных систем.
* Основы работы с графическими редакторами (Photoshop, Canva).
* Основы веб-аналитики и юнит-экономики.

**2. Должностные обязанности**

Директолог обязан:  
2.1. Разрабатывать и реализовывать стратегии контекстной рекламы в Яндекс.Директ и Google Ads.  
2.2. Настраивать рекламные кампании, включая создание объявлений, подбор ключевых слов, настройку таргетинга и бюджетов.  
2.3. Проводить A/B-тестирование объявлений для повышения их эффективности.  
2.4. Анализировать показатели эффективности рекламных кампаний (CTR, CPC, CPA, ROI).  
2.5. Оптимизировать рекламные кампании для снижения стоимости привлечения клиента и повышения конверсии.  
2.6. Взаимодействовать с копирайтерами и дизайнерами для создания креативов и текстов объявлений.  
2.7. Мониторить изменения в алгоритмах рекламных систем и своевременно вносить корректировки в стратегии.  
2.8. Готовить отчеты по результатам рекламных кампаний и предоставлять их руководству.  
2.9. Работать с рекламными бюджетами, контролировать их расход и обеспечивать эффективное использование.  
2.10. Взаимодействовать с другими отделами компании (продажи, продукт, аналитика) для достижения общих бизнес-целей.

**3. Права**

Директолог имеет право:  
3.1. Запрашивать и получать от других отделов информацию, необходимую для выполнения своих обязанностей.  
3.2. Вносить предложения по улучшению рекламных стратегий и процессов.  
3.3. Участвовать в обсуждении и принятии решений, связанных с digital-маркетингом.  
3.4. Повышать свою квалификацию за счет компании (посещение курсов, конференций, вебинаров).  
3.5. Получать доступ к необходимым инструментам и программному обеспечению для выполнения своих задач.

**4. Ответственность**

Директолог несет ответственность за:  
4.1. Невыполнение или ненадлежащее выполнение своих должностных обязанностей.  
4.2. Нарушение сроков выполнения задач и проектов.  
4.3. Нецелевое использование рекламных бюджетов.  
4.4. Нарушение внутренних регламентов и политик компании.  
4.5. Разглашение конфиденциальной информации компании.

**5. Условия работы**

5.1. Рабочий график: полный рабочий день (5/2).  
5.2. Возможность удаленной работы или гибридного формата.  
5.3. Оборудованное рабочее место с доступом к необходимым инструментам и программному обеспечению.  
5.4. Оплачиваемые курсы повышения квалификации и профессиональное развитие.  
5.5. Социальный пакет: медицинская страховка, оплачиваемый отпуск, корпоративные мероприятия.

**6. Критерии оценки эффективности**

6.1. Достижение KPI по рекламным кампаниям (CTR, CPC, CPA, ROI).  
6.2. Снижение стоимости привлечения клиента (CPA).  
6.3. Увеличение конверсии рекламных кампаний.  
6.4. Своевременное выполнение задач и проектов.  
6.5. Качество отчетов и аналитических материалов.

**7. Заключительные положения**

7.1. Настоящая должностная инструкция разработана в соответствии с трудовым законодательством РФ.  
7.2. Директолог ознакомлен с инструкцией и обязуется соблюдать ее положения.  
7.3. Изменения в должностную инструкцию вносятся приказом генерального директора компании.

**Подпись сотрудника:** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
**Дата ознакомления:** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Эта должностная инструкция может быть адаптирована под конкретные требования компании и задачи отдела маркетинга.