

УЧРЕЖДЕНИЕ «ESIL UNIVERSITY»
СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА



Утверждаю
Ректор Учреждения «Esil University»
_____ А. Таубаев
«22» _____ 04 2025 г.

**ИНСТРУКЦИЯ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ БРЕНДА
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ УЧРЕЖДЕНИЯ «ESIL UNIVERSITY»**

И EsU 21-02

**Астана
2025**



Система менеджмента качества
И EsU 21-02
Инструкция по продвижению бренда в
социальных сетях Учреждения «Esil
University»

Редакция: первая
стр. 2 из 8

Инструкция по продвижению бренда в социальных сетях Учреждения
«Esil University»

Утверждено на заседании Ученого совета Учреждения «Esil University»
(протокол № 10 от «28» 04 2025 г.)

	Система менеджмента качества И EsU 21-02 Инструкция по продвижению бренда в социальных сетях Учреждения «Esil University»	Редакция: первая стр. 3 из 8
---	--	---

Содержание

1	Общие положения	4
2	Основные положения	4
3	Расширенные положения	5
4	Заключительные положения	6

	Система менеджмента качества И EsU 21-02 Инструкция по продвижению бренда в социальных сетях Учреждения «Esil University»	Редакция: первая стр. 4 из 8
---	--	--

1. Общие положения

- 1.1 Настоящая Инструкция устанавливает правила и процедуры по продвижению бренда Esil University (далее — Университет, EsU) в социальных сетях.
- 1.2 Цель инструкции — обеспечить единый подход к позиционированию Esil University в информационном пространстве, способствовать укреплению его имиджа и повышению узнаваемости бренда.
- 1.3 Бренд Esil University визуализируется через единый фирменный стиль, шаблоны, корпоративные цвета и официальный логотип.
- 1.4 Реализация положений настоящей инструкции должна осуществляться с учётом Устава Esil University, нормативных правовых актов Республики Казахстан, а также внутренних нормативных документов университета
- 1.5 Продвижение бренда должно учитывать принципы инклюзивности: контент должен быть доступен и понятен для широкой аудитории, включая людей с особыми образовательными потребностями, разными культурными и языковыми особенностями.
- 1.6 Настоящая инструкция обязательна для исполнения всеми структурными подразделениями университета, которые участвуют в создании и публикации контента от имени Esil University в социальных сетях. Контроль за исполнением осуществляет PR-служба.

2. Основные положения

- 2.1 Коммуникационная стратегия университета основывается на принципах прозрачности, этичности, креативности, инклюзивности и интерактивного взаимодействия с аудиторией.
- 2.2 Продвижение бренда Esil University осуществляется через официальные аккаунты в социальных сетях: Instagram, Facebook, Telegram, YouTube.
- 2.3 Все материалы проходят предварительную редакторскую проверку на соответствие языковым нормам, корпоративному стилю и стандартам визуального оформления и принципам инклюзивности.
- 2.4 Информационные материалы, освещающие мероприятия республиканского и международного уровня с участием первых руководителей университета, а также события, организованные совместно с государственными органами, подлежат обязательному утверждению ректором.
- 2.5 Внешняя коммуникация от имени университета, включая взаимодействие со средствами массовой информации и публикацию

- официальных заявлений, осуществляется исключительно через PR-службу или с её одобрения.
- 2.6 PR-служба взаимодействует с другими структурными подразделениями университета для формирования качественного контента и определения информационных поводов, способствующих положительному имиджу университета.
- 2.7 Основная задача PR-службы — создание оригинального, визуально привлекательного, актуального и регулярного контента, который отражает миссию, ценности и академический дух Esil University.
- 2.8 Контент о внутренней жизни университета (гостевые лекции, профориентационные мероприятия, семинары, студенческие инициативы и т.д.) разрабатывается и публикуется PR-службой самостоятельно.
- 2.9 Информация, поступающая от факультетов, кафедр и других подразделений, публикуется только после согласования с PR-службой.
- 2.10 Настоящая инструкция подлежит регулярному пересмотру и обновлению с учётом актуальных тенденций в сфере digital-маркетинга, коммуникаций и инклюзивных практик.

3. Расширенные положения

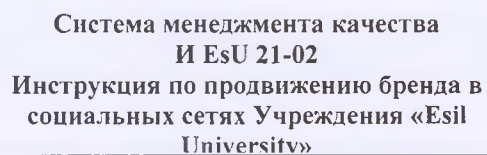
- 3.1. Назначаются ответственные лица за ведение социальных сетей в каждом структурном подразделении университета.
- 3.2. Типы публикуемого контента включают: новостной, образовательный, репутационный, инклюзивный, развлекательный и имиджевый.
- 3.3. Рекомендуемая частота публикаций и форматирование контента регламентируются внутренними стандартами PR-службы.
- 3.4. Публикации могут выходить на казахском, русском или английском языках.
- 3.5. Информация, поступающая от факультетов, кафедр и других подразделений, должна быть достоверной, актуальной (*с указанием наименования материала и даты*), оформленной в соответствии с корпоративным стилем и сопровождаться необходимыми визуальными материалами (*качественное фото, прикрепленное отдельным файлом*).
- 3.6. Ответы на комментарии и обращения в социальных сетях должны быть корректными, своевременными и соответствовать корпоративному тону коммуникации.
- 3.7. В случае возникновения негативных отзывов, кризисных ситуаций или репутационных рисков, PR-служба обязана оперативно разработать план реагирования и уведомить руководство университета.

	Система менеджмента качества И EsU 21-02 Инструкция по продвижению бренда в социальных сетях Учреждения «Esil University»	Редакция: первая стр. 6 из 8
---	--	---

- 3.8. Все официальные аккаунты должны быть защищены паролями и двухфакторной аутентификацией. Ответственность за безопасность доступа несет ЦИТ и PR-служба.
- 3.9. Эффективность работы в социальных сетях оценивается на основе аналитических данных (охваты, вовлечённость, прирост аудитории и др.). Отчеты предоставляются 3 раза в год.

4. Заключительные положения

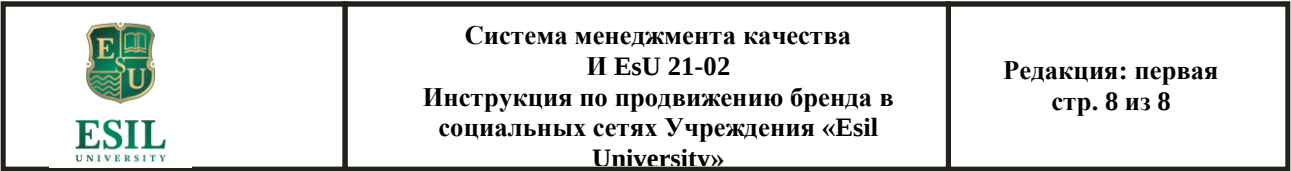
- 4.1. Настоящее Положение и вносимые в него изменения и дополнения вводятся в действие с момента их утверждения на Ученом совете Учреждения «Esil University».
- 4.2. Ответственный за аудит документа – руководитель PR-службы.
- 4.3. Ответственность за хранение несет Отдел обеспечения качества и стратегического анализа.



Редакция: первая
стр. 7 из 8

Лист согласования

[illegible]



**Система менеджмента качества
И EsU 21-02
Инструкция по продвижению бренда в
социальных сетях Учреждения «Esil
University»**

Редакция: первая
стр. 8 из 8

Лист регистрации изменений

[illegible]