

## СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

### 1. Разделы курса

#### Блок 1. Формирование имиджа. Репутация в Интернете

#### Блок 2. Работа с аудиторией в Интернете

#### Блок 3. Организация работы корпоративных аккаунтов в социальных медиа на примере сети Facebook

### 2. Темы и краткое содержание

#### Блок 1. Формирование имиджа. Репутация в Интернете

1. Введение в курс. Интегрированные маркетинговые коммуникации, реклама и PR. Интернет и система ИМК. Специфика Интернета как канала коммуникации. Смена парадигмы в PR. Информационное поле компании, персоны, бренда в Интернете. Анализ поисковых запросов; составляющие информационного поля. Результаты выдачи поисковых систем как отдельный срез информационного поля. Мониторинг и анализ информационного поля. Критерии и методы оценки информации и площадок. Репутационный аудит в интерактивной среде. *(семинар)*
2. Базовая интернет-терминология в контексте PR-деятельности. Стратегия коммуникации компании в Интернете. Выбор и анализ ключевых аудиторий. Интернет-коммуникации в общей коммуникационной политике компании. Основные интернет-технологии. Web, гипертекст, интерактивность, сервис, HTMLи т.д. Web 1.0 и Web 2.0. Идеология Web 2.0. Концепция длинного хвоста, социализация сети, роль аудитории в интернет-проектах. Технологические аспекты Web 2.0. Ajax, Mash-up, метки, RSS. Интернет-технологии во внутрикорпоративных коммуникациях и регламентация транслирования внутренней информации во внешнюю среду. Инсайды: выявление и методы работы. *(лекция)*
3. Визуальная идентификация бренда в Интернете. Работа с пресс-портретами. Различные типы сервисов «пресс-портреты» и методы работы с ними. Персональный PR в Интернете. Типичные проблемы информационного поля и подходы работы с ними. Коррекция информационного поля. Выбор методов: ограничения, риски, прогноз эффективности. *(семинар)*
4. Технология поисковой оптимизации для решения PR-задач. Поисковая оптимизация. Белые, черные и серые методы SEO. Оптимизация в целях PR. Методы продвижения сайтов. Поисковое и непоисковое продвижение. Текст в Интернете: нелинейная структура гипертекста, индексы поисковых систем. Что является и что не является текстом в Интернете. Типы текстов. Принципы работы с текстом в Интернете. Сетевые форматы информации и принципы их использования в работе. Основные PR-документы. *(семинар)*
5. Мультимедиа в PR-коммуникациях. Технические аспекты web-разработки в контексте PR-деятельности. Система управления контентом, экспорт/импорт информации, виджеты, информеры, дизайн и юзабилити. Сайт как инструмент коммуникации с целевой аудиторией. Типы корпоративных сайтов. Выбор типа сайта для решения конкретных задач. Статистика сайта в целях PR. Счетчики, оценка и анализ данных, мероприятия на основе анализа статистики. PR-аудит корпоративного сайта. Анализ эффективности корпоративного сайта.

6. Антикризисные коммуникации в Интернете: выявление информационных атак и методы противодействия им. *(практикум)*

## Блок 2. Работа с аудиторией в Интернете

1. Ключевые аудитории в Интернете. Принципы коммуникации в Интернете. Способы нахождения и идентификации людей. Принципы формирования запроса. Операторы поиска. Расширенный поиск. Проверка информации. Сегментация аудитории: новаторы и консерваторы, визуалы, аудиалы и кинестетики. *(лекция)* Основные технологии обработки информации. Поисковые технологии, поисковые системы *(практикум)*
2. Современная типология интернет-ресурсов. Различные классификационные подходы. Основные технологии работы в социальных медиа. Социальные медиа, типы социальных сервисов. СМИ 2.0. Устройство, принципы работы. Сообщества и социальные сети. Западные и российские профессиональные сети и сообщества (Linked In, Professional.ru). Понятие и принципы Networking. *(лекция)*
3. Блоги. Типы, назначение, движки, дизайн. Базовые правила работы с блогом. Блог-хостинги. Blogger relations. Продвижение блогов. Методы продвижения и их оценка. Вирусное продвижение. Понятия вирус, мем. Производство и посев вируса. Сарафанный PR. Информационные рассылки в Интернете, старые и новые методы организации рассылки. *(семинар)*
4. Mediarelations в Интернете. Организация работы корпоративных аккаунтов в ВКонтакте, twitter. Принципы онлайн-коммуникаций с журналистами. Онлайн-конференции и web-трансляции в целях PR. Интернет-рейтинги и традиционные рейтинги в Интернете для решения PR-задач. Конкурсы и голосования в Интернете. Журналистские конкурсы в Интернете. *(семинар)*
5. Исследования Интернета, внешняя аналитика в работе PR-специалиста. Анализ эффективности интернет-коммуникаций. Выбор и анализ KPI *(практикум)*
6. Анализ корпоративных аккаунтов слушателей в социальных медиа.

## Блок 3. Организация работы корпоративных аккаунтов в социальных медиа на примере сети Facebook

1. Facebook в России и в мире. Интернет в России. Facebook: мировая статистика, ортрек российского пользователя. Плюсы и минусы сети. Решаемые задачи. Возможные типы аккаунтов.
2. Работа с персональной страницей. Особенности. Настройки. Поиск друзей. Работа с аккаунтами друзей. Фишки и особенности работы с персональными аккаунтами.
3. Работа с корпоративной страницей и группой. Отличия и особенности. Вкладки и приложения. Основные приложения: Мероприятия, Contact Me, Статистика, Static HTML, Заметки, Мониторинг, Фотографии. Приложения для работы с сервисами: twitter, YouTube, Copiny.
4. Контент. Классификация контента. Инфоповоды для публикаций. Рекомендации по публикациям. Работа с негативом.
5. Продвижение в Facebook. Баннеры на сайте. Реклама. Плагины.
6. Работа с аудиторией. Статистические данные. Рекомендации по вовлечению: опросы, конкурсы, голосования.
7. Статистика страницы. Статистика для сайта. Рейтинг страницы. Нестандартные корпоративные страницы.
8. Регламент коммуникаций сотрудников в социальных сетях.