

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ С СОЦИАЛЬНЫМИ СЕТЯМИ (SMM - Social Media Marketing)

органов публичной власти, подведомственных учреждений и официальных лиц

(8 академических часов)

- 1. Новации и изменения в нормативном регулировании деятельности органов публичной власти в современных социальных медиа** (организация работы официальных порталов органов публичной власти в социальных сетях Одноклассники и ВКонтакте, задачи ведения аккаунтов должностных лиц).
 - 2. Технологии работы с социальными сетями (ВКонтакте, Одноклассники) органов публичной власти, учреждений и официальных лиц**
 - создание контента для социальных сетей. Требования, предъявляемые к официальному контенту органов публичной власти;
 - визуальное оформление социальных сетей. Ограничения при работе с оформлением социальных сетей органов публичной власти;
 - виды тем: актуальные, виральные, горячие темы. Правила работы с разными видами новостных сюжетов;
 - организация работы с аудиторией органов публичной власти.
 - 3. Организация работы с социальными медиа Одноклассники, ВКонтакте и в Telegram.** Особенности подготовки и создания контента для каждой из цифровых площадок. Требования, предъявляемые к контенту. Порядок размещения и работы с контентом на каждой площадке.
 - 4. Принципы и технологии позиционирования официальных лиц, органов публичной власти и организаций в социальных медиа.** Разработка, заполнение и реализация контент-плана органа власти.
 - 5. Инфлюенсеры. Построение СММ-стратегии органа публичной власти и персональной СММ-стратегии официального лица / руководителя. Формирование «личного бренда» для руководителя и организации.**
 - 6. Особенности и правила общения в социальных медиа**
 - проблемы восприятия в социальных сетях;
 - составляющие поста: текстовые и визуальные. Правила написания текстов для социальных сетей. Требования к визуальной составляющей публикации;
 - правила частоты публикаций (постинга). Виды публикаций (постов): самопрезентация, пост - анонс, пост - рубрика, пост - обзор, пост - инструкция, пост с мемами и др. Оптимальное время и частота публикаций информационных постов;
 - работа с критикой в социальных сетях. Троллинг и методы борьбы с ним;
 - типы хештегов и методы работы с ними в разных социальных медиа.
 - 7. Организация работы с сообществами (комьюнити).** Установление правил, вовлечение участников, управление поведением, стимулирование сообщества. Механизмы развития социального сообщества.
 - 8. Ответ на вопросы.**
-