



Школа
иностраных
языков

Контент- маркетинг

и лингвистические особенности
создания текста

Книга для преподавателя

Оглавление

| | |
|--|----|
| Введение | 4 |
| Глава 1. Введение в контент-маркетинг | 6 |
| Глава 2. Основные понятия маркетинга | 11 |
| Глава 3. Основы контент-стратегии | 14 |
| Глава 4. Аудитория и покупатели | 17 |
| Глава 5. Маркетинговая воронка | 23 |
| Глава 6. Типы и форматы контента | 27 |
| Глава 7. Основы копирайтинга: создание текстов, которые решают бизнес-задачи | 30 |
| Глава 8. Поисковая оптимизация (SEO) и ее связь с контентом | 35 |
| Глава 9. Графический дизайн в системе маркетинговых коммуникаций | 41 |
| 9.1. Графический дизайн и нейромаркетинг | 41 |
| 9.2. Актуальные тенденции и решения в области графического дизайна | 44 |
| Глава 10. Создание комьюнити | 51 |
| Глава 11. Правовые вопросы | 55 |
| Глава 12. Особенности коммуникации в нестандартных ситуациях: ошибки, случайные рассылки и ответы на запросы пользователей | 62 |
| Глава 13. Карьерные пути в контент-маркетинге | 69 |
| Авторский коллектив | 84 |