Корпоративний блогінг

Мета – сформувати практичні навички планування, створення, просування та оцінювання корпоративного блогу як інструменту цифрової комунікації організації.



Марина Віталіївна Белла

кандидат наук із соціальних комунікацій,

доцент кафедри інформаційної діяльності

Змістовні модулі:

1. Стратегія корпоративного блогу: цілі, аудиторії та платформи.
2. Контент-планування, мультимедіа, SEO та дистрибуція.
3. Аналітика, взаємодія з аудиторією, кризові й правові аспекти.

Результати навчання:

- визначати цілі, аудиторії та архітектуру корпоративного блогу;
- створювати контент-план і мультимедійні матеріали;
- застосовувати SEO, соціальні мережі та інші способи просування;
- вимірювати ефективність і діяти в межах правових та етичних норм.

Семестр: 2 Форма контролю: залік

Кількість годин / кредитів: 180 / 6

Кафедра інформаційної діяльності