

اصول تولید محتوا و

مدیریت مخاطب

در فضای مجازی

www.ketabo.ir

حامد کمال - محمد کمال



سرشناسه: کمال، محمد، ۱۳۶۸ -

عنوان و نام پدیدآور: اصول تولید محتوا و مدیریت مخاطب در فضای مجازی/حامد کمال، محمد کمال؛ ویراستار فاطمه زین‌الدینی.

شناسه افزوده: کمال، حامد، ۱۳۵۹ -

مشخصات ظاهری: ۶۴ص.: مصور.

مشخصات نشر: اصفهان: سیمای فلق، ۱۴۰۲

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۴۷۲-۶۹-۲

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا

موضوع: محتوای تولید شده توسط کاربر - User-generated content

رده‌بندی کنگره: Z۴۴۸۲

رده‌بندی دیویی: ۰۰۶/۷

شماره کتابشناسی ملی: ۹۲۱۴۲۴۴

مشخصات کتاب

عنوان کتاب: اصول تولید محتوا و مدیریت مخاطب در فضای مجازی

نویسندگان: حامد کمال - محمد کمال

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۴۷۲-۶۹-۲

مدیر تولید: محمد کمال

ویراستار: فاطمه زین‌الدینی

نوبت و تاریخ چاپ: اول، ۱۴۰۲

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

مرکز پخش: انتشارات سیمای فلق

۰۹۱۳۱۰۳۶۸۵۰/ ۰۹۱۳۱۶۴۹۸۹۳/ ۰۳۱۳۷۸۰۰۸۰۳



www.falaghsoft.ir

- ۷..... پیشگفتار
- ۹..... محتوای کیلومتری یا محتوای فست فودی؟
- ۱۱..... شناخت مخاطب در فضای مجازی
- ۱۳..... اصول تولید محتوا و اشتباهات رایج
- ۱۷..... تولید محتوا یا مونتاژ محتوا؟؟
- ۱۹..... چند نکته کلیدی در تولید محتوا!!
- ۲۱..... باید‌ها و نبایدهای تولید محتوا
- ۲۳..... ابزارهای تولید محتوا
- ۲۵..... رعایت نظم و کیفیت در تولید و ارسال محتوا
- ۲۷..... ویژگی‌های محتوای با کیفیت
- ۲۹..... توجه به بازخوردهای مخاطب در اثرگذاری محتوا
- ۳۱..... ساعات طلایی در اثرگذاری محتوا
- ۳۳..... استفاده صحیح از هشتک‌ها
- ۳۵..... استفاده از کوتاه کننده لینک
- ۳۷..... آشنایی با قالب‌های جدید رسانه‌ای
- ۳۹..... آداب و اصول مدیریت صفحات مجازی (گروه، کانال و...)
- ۴۳..... باید‌ها و نبایدهای مدیریت صفحات مجازی
- ۴۵..... مقررات عضوگیری در شبکه‌های اجتماعی
- ۴۷..... راهکارهای حفظ مخاطب
- ۴۹..... زیاده روی در ارسال و تکرار مطالب
- ۵۱..... رعایت حق نشر و اهمیت درج منابع
- ۵۳..... حفظ بها و ارزش وقت مخاطب
- ۵۵..... ویژگی‌های نویسندگان ماهر
- ۶۱..... در کدام پیام‌رسان‌ها محتوا تولید کنیم؟
- ۶۳..... آیا کانال، گروه و صفحات مجازی ماندگار است؟