

# Оглавление

<b>Введение</b> .....	14
Глава 1. Основы Social Media Marketing .....	20
Глава 2. Продвижение во «ВКонтакте» .....	45
Глава 3. Продвижение в Facebook .....	84
Глава 4. Продвижение в Twitter .....	122
Глава 5. Foursquare и геосоциальные сервисы (совместно с Е. Царьковым) .....	159
Глава 6. Мониторинг социальных сетей и блогов .....	171
Глава 7. Оценка эффективности .....	186
Глава 8. Реализация SMM-кампании .....	197
<b>Заключение</b> .....	207
Приложение 1. SMM-инструменты .....	214
Приложение 2. Ключевые навыки SMM-специалиста .....	220
Приложение 3. Ценообразование на рынке SMM .....	226
Об авторе .....	229