

Оглавление

Введение. Бред. Вводный курс	9
Глава 1. Наш ужасный, отвратительный, дрянной, ну очень плохой сайт ...	11
Глава 2. Незаурядные истории о заурядном человеке	14
Глава 3. «Эту книгу я написал для Pepsi»	19
Глава 4. Социальные медиа — это бред!	24
Часть I. Социальные медиа — это бред!	29
Глава 5. Ничто не ново под луной... и в интернете	31
Глава 6. Лопаты и золотоискатели	39
Глава 7. О да! Это именно то, что нужно!	44
Глава 8. Вот как бы... конец истории	57
Глава 9. Экономика глупости	69
Глава 10. Агентов влияния не существует	80
Глава 11. Анализируй это	93
Часть II. Знакомьтесь! Люди, отвечающие за вздор	99
Глава 12. Может, социальные медиа не особо эффективны и для корпораций?	101
Глава 13. Сидели на дереве Kia и Facebook... ..	119
Глава 14. Как маркетологи, киберхипстеры и прочие справляются с критикой (подсказка: не очень)	132
Часть III. Как легко продать бред	143
Глава 15. Как придумать и распространить бред за семь простых шагов ...	145
Глава 16. А ответ таков... ..	153
Часть IV. Как действительно добиться своего в интернете	167
Глава 17. Все, что вам нужно знать о маркетинге	169
Глава 18. Резюме	188
Глава 19. Манифест против социальных медиа	196
Заключение	207
Примечания	210
Об авторе	251