

## Контент-стратегия и обновленная структура сайта Института маркетинга

Область знаний: Копирайтинг, Бренд-журналистика, Социальные медиа

Клиент: Институт маркетинга ГУУ

**Предложите программу обновления содержания сайта Института маркетинга ([www.imguu.ru](http://www.imguu.ru)) с использованием новых форматов контента. Продумайте контент для соцсетей.**

Коммуникационная задача: презентовать деятельность Института маркетинга, а также сформировать благоприятный имидж Института как ведущего образовательного центра в области маркетинга, рекламы и брендинга.

### План работы

1. **Исследование и аналитика.** Проведение аудит структуры сайта, а также информации, размещенной на сайте. Проанализируйте актуальность разделов, а также наличие различных форматов контента. Исследуйте, какая информация и какой формат контента наиболее востребованы и интересны основным группам посетителей сайта
2. **Бенчмаркинг.** Изучите успешный опыт разработки сайтов высших образовательных учреждений, а также примеры удачной контент-стратегии университетов
3. **Подготовка решений.** Предложите рекомендации по изменению структуры сайта: добавление новых разделов, группировка информации и логика расположения контента, наполнение главной страницы и т.д.

4. **Предложите контент-план** публикаций и обновления разделов сайта. Придумайте новые рубрики, форматы и наполнение сайта и страниц в соцсетях, а также дайте рекомендации по частоте обновления контента.
5. **Разработайте не менее 5 материалов** авторского контента для сайта и соцсетей Института. Это может быть: наполнение нового раздела сайта, серьезное обновление существующего раздела, подготовка тематических публикаций различного формата и тематики(см. ниже)

### На кого ориентирован проект

Целевая аудитория проекта - абитуриенты, студенты, преподаватели, выпускники а также потенциальные партнеры Института маркетинга Государственного университета

управления, которые посещают официальный сайт [www.imguu.ru](http://www.imguu.ru) и профайлы в социальных сетях.

### **Рекомендации и комментарии**

- Помните об основных задачах контента: информировать, обучать, развлекать, “продавать”. Готовьте контент, ориентированный на разные задачи.
- Контент должен быть ориентирован на разные группы посетителей, поскольку у них разные задачи и цели посещения сайта (подписки групп в соцсетях)
- Среди основных форматов контента: пресс-релиз, кейс-стади, история успеха, подкасты, видео, инфографика, интервью, статья, отчет, чеклист, электронная книга, специальный проект (слайдшоу, анимация, фото 360) и др.

- Используйте соцсеть Pinterest для поиска дополнительных материалов и вдохновения
- Воспользуйтесь многочисленными онлайн-сервисами для эффективной презентации информационных материалов
- Предложенные информационные материалы должны быть актуальными и интересными для последующей публикации на сайте Института маркетинга и других информационных ресурсах

### **Итог и презентация работы**

Презентация (в т.ч. Формате PDF) процесса выполнения проекта и подготовки контента не более 10 слайдов (и/или видео не более 2 минут). Также 5 информационных материалов для обновления содержания и новостной ленты сайта и соцсетей Института маркетинга.