

# ОГЛАВЛЕНИЕ

От авторов . . . . .	5
Введение . . . . .	6
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРИЯ КОМЬЮНИТИ-МЕНЕДЖМЕНТА . . . . .</b>	<b>11</b>
Часть 1. Сообщество: терминология и сущность . . . . .	12
Часть 2. Классификация сообществ и особенности работы с разными типами сообществ . . . . .	27
Часть 3. Структура сообщества . . . . .	45
Закрепление материала . . . . .	57
<b>ГЛАВА 2. СООБЩЕСТВО И КОМПАНИЯ . . . . .</b>	<b>59</b>
Часть 1. Зачем компании строить сообщество . . . . .	61
Часть 2. Определение миссии, постановка целей и задач для работы с сообществом . . . . .	77
Часть 3. Метрики для измерения успеха сообществ . . . . .	88
Часть 4. Бюджетирование и способы монетизации сообществ . . . . .	119
Закрепление материала . . . . .	135
<b>ГЛАВА 3. МОДЕЛИ И ИНСТРУМЕНТЫ АНАЛИЗА И СТРАТЕГИ- ЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ СООБЩЕСТВ . . . . .</b>	<b>136</b>
Часть 1. Что такое стратегия . . . . .	138
Часть 2. Community Canvas — фреймворк стратегического подхода к созданию сообществ . . . . .	149
Часть 3. Пошаговые модели создания и развития сообществ . . . . .	202
Часть 4. Модели и инструменты для работы со специфическими сообществами . . . . .	217
Закрепление материала . . . . .	229

## ОГЛАВЛЕНИЕ

---

<b>ГЛАВА 4. ИНСТРУМЕНТЫ АНАЛИЗА И ПЛАНИРОВАНИЯ СОВМЕСТНОГО ОПЫТА</b> . . . . .	<b>231</b>
Часть 1. Дизайн активностей . . . . .	233
Часть 2. Доверие как спектр . . . . .	270
Часть 3. Проектирование и управление эмоциональным фоном сообщества . . . . .	287
Часть 4. Модели и механики разработки ритуалов в сообществе . . . . .	294
Часть 5. Путь участника сообщества . . . . .	302
Закрепление материала . . . . .	317
Заключение . . . . .	318
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ</b> . . . . .	<b>319</b>
Приложение 1. Опросник «Индекс чувства сообщества» . . . . .	320
Приложение 2. Список упомянутых в книге сообществ . . . . .	331
Приложение 3. Краткий словарь комьюнити-менеджера . . . . .	333