

Community manager. Blogs corporativos

Modalidad: curso e-Learning Duración: 20 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

1. Entender adecuadamente las labores a desempeñar como community manager para favorecer la comunicación empresarial.
2. Planificar estrategias efectivas para mejorar el impacto de las acciones como community manager, de cara a aumentar el impacto y buscar la viralidad.
3. Entender el funcionamiento, la tipología y la importancia del blog corporativo para determinar el más adecuado para cada empresa.
4. Entender cómo realizar contenido único y diferencial para un blog corporativo en Blogger.

CONTENIDOS

Unidad 1. Fundamentos

1. El community manager, y eso... ¿Qué es?
2. Las funciones y tareas del community manager.
3. Consejos para realizar una buena labor como community manager.

Unidad 2. Plan de marketing digital.

1. ¿Qué es un plan de marketing digital?
2. Análisis de la situación.
3. Definición de objetivos públicos.
4. Definición de estrategias.
5. Base tecnológica.
6. Plan de Social Media.

Unidad 3. Blogs y su aplicación empresarial.

1. ¿Qué es un blog? Su uso para los community manager.
2. Tipología de blogs.
3. Blogs en el ámbito corporativo.
4. Consejos de uso.
5. Ejemplos de blog.

Unidad 4. Blogger para la creación de blogs corporativos.

1. Herramientas para la creación de blogs, el caso de Blogger.
2. Creación de una cuenta de usuario.
3. Interfaz básica de Blogger.
4. ¿Cómo crear una entrada en Blogger?

5. Cómo crear una página de blog en Blogger.