

COMMUNITY MANAGER. BLOGS CORPORATIVOS

CÓDIGO 11B01C10	AUTOR Víctor Ledesma	DURACIÓN ESTIMADA 20 h	NIVEL DE FORMACIÓN Medio
---------------------------	--------------------------------	----------------------------------	------------------------------------

Dirigido a

Profesionales de la comunicación y el marketing o que quieran mejorar su estrategia de comunicación corporativa, con un especial énfasis en los Blogs Corporativos.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá todo el ámbito de actuación para ejercer la labor de Community Manager, abarcando el estudio de la planificación estratégica integral, así como la gestión de Blogs en su uso corporativo.

COMPETENCIAS

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.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Comprender el trabajo y las habilidades a desarrollar en la labor como community manager.
2. Aprender a realizar una planificación estratégica de las acciones del ámbito digital adaptadas a la empresa.
3. Aprender a distinguir los distintos tipos de blog usados actualmente y desarrollar la capacidad para determinar el más adecuado.
4. Conocer las herramientas y criterios para crear un contenido único y diferencial para el blog corporativo utilizando 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.