

Metodología para la implementación de un blog corporativo externo

Marcos Ros Martín

El Profesional de la Información, Vol. 17, n. 5, 2008

Se propone una metodología para un proyecto de implantación de un blog corporativo externo. En primer lugar, se hace una introducción a los nuevos modelos comunicativos de las organizaciones respecto a sus clientes y usuarios, derivados de la penetración de las nuevas tecnologías en la sociedad y el desarrollo de la Web 2.0. En segundo lugar, se profundiza en el concepto de blog y las ventajas que pueden suponer este tipo de herramientas dentro del ámbito corporativo, además de establecer sus tipos y funciones, para finalmente realizar una propuesta metodológica para que el proyecto de un blog corporativo externo sea exitoso.

Resumen extraído de la publicación