

Download File PDF Gu A Pr Ctica De Los Goblins

#Jenny



Finally I get this ebook, thanks for all these I can get now!

#Rio



Cool! I'am really happy

#Markus Jensen



I did not think that this would work, my best friend showed me this website, and it does! I get my most wanted eBook

#Hun Tsu



wtf this great ebook for free?!

#Che Salsa



My friends are so mad that they do not know how I have all the high quality ebook which they do not!

#Diego Butler



so many fake sites. this is the first one which worked! Many thanks

Guía práctica de Marketing SOCIAL, WEB 2.0 MARKETING PÁG. 81 71 Los Redes Sociales en la Empresa

13. El blog corporativo. ¿Sobre qué escribimos?

Ya hemos visto que los blogs se han ido incorporando de forma creciente a la realidad que es hoy en día. Internet y junto a ello se van introduciendo en las empresas, empleándose como **método de comunicación**.

Aunque el blog en sus inicios tenía un mayor uso entre usuarios particulares, hoy en día crece el concepto de **blog corporativo**.

La función principal del blog en las **empresas y negocios** es la comunicación corporativa, entendiendo por esto la totalidad de los mensajes, con diversos objetivos, que una organización realiza tanto hacia dentro como hacia fuera de la misma. Debido a esta realidad, los blogs, se encuentran en el mismo terreno de los medios de comunicación tradicionales, que, en algunos casos, pueden estar rigurosamente implantados en la empresa.

Los blogs distribuyen la información creando nodos que se comunican. Estos nodos o usuarios ya no son meros receptores de los mensajes, no son agentes pasivos, sino que pueden iniciar conversaciones o participar en las conversaciones que otros han abierto. Es el concepto llamado **Web 2.0**.

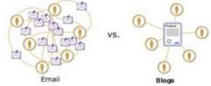
Se crea, en definitiva, un canal en ambos sentidos en el que el receptor también aporta, como por ejemplo se puede encontrar en muchos medios de comunicación, que usan a los lectores como reporteros.

Mientras que los métodos tradicionales de comunicación dentro de la empresa se suelen basar en una comunicación vertical de arriba abajo, los blogs fomentan la **comunicación a nivel horizontal**. La utilización del blog favorece este segundo tipo de comunicación en las empresas facilitando la comunicación entre miembros de la empresa, fomentando la creatividad, incrementando la cantidad de información y aumentando la rapidez en la transmisión de datos, ambos aspectos tienen su importancia y la comunicación entre los dos no es excluyente.

Los medios tradicionales cuando se emplean para la comunicación entre departamentos, pueden producir pérdidas de información, aumentar costes e dificultar la distribución de información necesaria para gestionar y continuar proyectos. Así mismo, los blogs pueden ser una alternativa. La praticidad de los blogs y su fácil creación, favorece su difusión facilitando las comunicaciones entre departamentos dentro de la empresa y reduciendo costes.

Privacidad: Al igual que privamos el primer día de clase la utilización de **Google Docs** (<http://www.google.com/docs/cu-yrevisio/documento>) como herramienta colaborativa, que puede llegar a sustituir al papel y el boli, por ejemplo, para tomar acuerdos durante el curso (indivudamente de forma oficial) o como ejemplo práctico), el mismo Google Docs también se puede plantear como forma de editar y compartir la información que posteriormente publicaremos en el blog.

Otro ejemplo lo podemos encontrar en los emails dentro de la empresa o cuando se envían a grupos de personas. La intención que se establece en este tipo de comunicaciones, demuestra la complejidad del envío de múltiples emails y la sencillez de la lectura de los mensajes a través de un blog.



Página 27 de 71

[Download PDF version of :](#)
Gu A Pr Ctica De Los Goblins